

UNIVERZA V LJUBLJANI
FAKULTETA ZA DRUŽBENE VEDE

Anita Kocijančič

**Vloga oznak hranilnih vrednosti na živilih pri
odločanju za nakup**

Diplomsko delo

Ljubljana, 2016

UNIVERZA V LJUBLJANI
FAKULTETA ZA DRUŽBENE VEDE

Anita Kocijančič

Mentor: red. prof. dr. Zlatko Jančič

**Vloga oznak hranilnih vrednosti na živilih pri
odločanju za nakup**

Diplomsko delo

Ljubljana, 2016

Rada bi se zahvalila prof. dr. Zlatku Jančiču za usmerjanje in pomoč pri nastajanju mojega diplomskega dela.

Hvala vsem, ki so sodelovali v intervjuju.

Zahvalila bi se svojim prijateljicam, Nini, Anji in Petri, za koristne nasvete, pomoč in spodbudo.

Zahvala gre tudi moji družini za podporo in razumevanje.

Vloga oznak hranilnih vrednosti na živilih pri odločanju za nakup

V diplomskem delu se ukvarjam z odnosom potrošnikov do oznak hranilnih vrednosti na živilih. Zaradi vse večjega problema z zdravjem so uvedli označevanje hranilnih vrednosti, ki pomaga potrošnikom izbrati primerno hrano. Potrošniki povezujejo oznake hranilnih vrednosti z zdravjem in pravilnim prehranjevanjem. Kljub temu pa še vedno premalo potrošnikov bere informacije na oznakah živil. Razne raziskave opisujejo potrošnikovo ignoranco do oznak. Navajajo razloge za ignoriranje, kot so časovna stiska, nerazumljivost, premajhen format tabel ... ter raziskujejo motive za uporabljanje oznak. Ugotovila sem, da je pomanjkanje časa glavni razlog neupoštevanja oznak. Da bi potrošniki namenili večjo pozornost oznakam, pa bi jih do tega spodbudili zdravstveni problemi. Do podobnih izsledkov sem prišla tudi v kvalitativni raziskavi s pomočjo intervjujev. Na osnovi tega sklepam, da je potrošnikom, ki oznake ignorirajo, vseeno in nimajo interesa. Če bi prišlo do specifične situacije, povezane z njihovim zdravjem, pa bi pričeli razmišljati o preverjanju informacij glede hranilnih vrednosti. Žal je namenjeno označevanju živil premalo poudarka in premalo znanja, da bi to postala ustaljena praksa potrošnikov.

KLJUČNE BESEDE: oznake hranilnih vrednosti, potrošniki, odnosi potrošnikov, zdravje, neupoštevanje oznak hranilnih vrednosti.

The role of nutrition fact labels in food purchasing decisions

This thesis is focusing on the consumers' attitudes towards the nutrition facts labeling on food products. Nutrition labels were introduced due to the growing health problems in order to help consumers choose the appropriate foods. In general, consumers associate nutrition labels with health and proper nutrition. Nevertheless, few consumers actually read the information on the nutrition facts sheets. Various studies, which explore consumer motives for inspecting nutrition labels, have shown that consumers ignore nutrition fact sheets because of time constraints, incomprehensibility, small table formats, etc. Studies indicate that the lack of time is the predominant reason for ignoring these kind of labels. In order for consumers to pay more attention to the nutrition labels, this would have to be triggered by some kind of a medical problem. I came across similar findings in my qualitative research which was carried out with the help of interviewers. I concluded that the consumers who ignore nutrition labels do not care about them and have no interest in them at all. Should there be a specific situation where the consumer's health would be related to the nutritional content of a product, the consumer would likely begin checking the nutritional information. Unfortunately, little attention is given to nutrition facts labeling and a general lack of knowledge is hindering inspection of nutrition facts prior to purchase becoming a common practice for consumers.

KEY WORDS: nutrition fact labels, consumers, consumer behavior, health, ignoring nutrition facts labels.

KAZALO

1	UVOD	7
2	TEORETIČNI DEL	9
2.1	NAKUPNO VEDENJE POTROŠNIKOV	9
2.1.1	<i>PROCES NAKUPNEGA ODLOČANJA</i>	11
2.1.2	<i>VRSTE NAKUPNIH PROCESOV</i>	14
2.1.3	<i>DEJAVNIKI, KI VPLIVAJO NA IZBIRO IN NAKUP ŽIVIL</i>	15
2.2	PREHRANJEVANJE, TRENDI IN HRANA	17
2.2.1	<i>BOLEZNI, POVEZANE S HRANO, PREHRANO IN NEZADOSTNO TELESNO DEJAVNOSTJO</i> <i>19</i>	
2.3	HRANILNE VREDNOSTI.....	20
2.3.1	<i>KJE SE POJAVLJAJO OZNAKE HRANILNIH VREDNOSTI IN ZAKAJ</i>	23
2.3.2	<i>SISTEMI OZNAČEVANJA HRANILNIH VREDNOSTI</i>	23
2.4	OZNAČEVANJE HRANILNIH VREDNOSTI V EU IN SLOVENIJI	27
2.4.1	<i>POMEN OZNAČEVANJA HRANILNIH VREDNOSTI DANES</i>	29
2.5	ODNOS POTROŠNIKA DO INFORMACIJ NA ŽIVILIH IN ODLOČANJE ZA NAKUP	30
2.5.1	<i>POTROŠNIKOVA NEPOZORNOST DO INFORMACIJ NA ŽIVILIH</i>	32
3	RAZISKAVA	34
3.1	PREDSTAVITEV RAZISKOVALNEGA DELA	34
3.2	PREDSTAVITEV RAZISKOVALNIH VPRAŠANJ.....	35
3.2.1	<i>OMEJITVE PRI RAZISKOVANJU</i>	35
3.3	METODE, VZOREC IN IZVEDBA RAZISKAVE	35
3.4	REZULTAT RAZISKAVE	36
3.4.1	<i>ODNOS DO OZNAK HRANILNIH VREDNOSTI</i>	37
3.4.2	<i>RAZLOGI ZA NEUPOŠTEVANJE OZNAK HRANILNIH VREDNOSTI</i>	37
3.4.3	<i>MOTIVACJA POTROŠNIKOV K VEČJEM ZANIMANJU ZA OZNAKE</i>	38
3.4.4	<i>STALIŠČA IN PREPRICANJA</i>	39
3.4.5	<i>IDEJE POTROŠNIKOV, POVEZANE Z OZNAKAMI</i>	40
3.5	DODATNE UGOTOVITVE	40
4	DISKUSIJA IN ZAKLJUČEK	41
5	SKLEP	44
6	LITERATURA	46
	PRILOGE	50
	Priloga A: Vprašanja za intervju	50
	Priloga B: Transkripti intervjujev.....	52

KAZALO SLIK

Slika 2.1: Petstopenjski model potrošnikovega nakupnega odločanja	13
Slika 2.2: Tabela hranilnih vrednosti.....	22
Slika 2.3: Sistem točkovanja hranilne vrednosti	24
Slika 2.4: Zvezdni sistem rangiranja	25
Slika 2.5: Referenčni vnos.....	25
Slika 2.6: Sistem »semaforja«	26
Slika A. 1: Embalaža smokijev, slovenski primer označevanja hranilnih vrednosti	51
Slika A. 2: Embalaža čipsa, angleški primer označevanja hranilnih vrednosti	51

1 UVOD

Oznake hranilnih vrednosti so se pojavile že v 13. stoletju. V tem času je angleški kralj zasnoval prve zakonske predpise o hrani. Pekom je prepovedal mešati zrna in grah v kruh. Že v tistem času so nastajali spori med industrijo hrane in potrošniki. V ZDA je predsednik Lincoln v času kolonializma uvedel Ministrstvo za kmetijstvo in Urad za kemijo. Iz tega se razvije Ministrstvo za živila in zdravila (Food and drug administration – FDA). Leta 1906 so z zakonom prepovedali trgovinam na mednarodni ravni napačno označevanje in ponarejanje živil, vključno pijač in zdravil. V istem obdobju so zaradi slabih razmer v mesnicah pričeli nadzorovati mesne izdelke. Leta 1924 so zakonsko pričeli kaznovati vsakršno označevanje, ki bi na kakršen koli način zavajalo potrošnike. Ministrstvo za živila in zdravila (FDA) izda prvi seznam snovi v živilih, ki so zdravju ljudi primerne. Izdelki, ki so bili namenjeni končnemu potrošniku, so morali biti primerno označeni in dajati zadostne informacije. Živilska industrija je dosegla opustitev prepovedi kemičnih snovi v živilih. Potrošniki so se lahko sami odločili, kaj je dobro za njih, na podlagi opozorilnih oznak na živilu. Leto 1990 je prelomno leto, kar se tiče označevanja živil. Uvede se zakon, ki zahteva, da so označbe hranilnih vrednosti (nutrition labeling) na vseh živilih, ki so pakirana. Tudi zdravstvene trditve se morajo skladati s pogoji Ministrstva za zdravje in socialne službe (human services). Na označbah morajo biti navedena glavna hranila, in sicer na najbolj logičen način. Pet let kasneje se na nekaterih živilih pojavi simbol srca, kar pomeni, da živilo vsebuje nizko vsebnost nasičenih maščob in holesterola. Pojavi se organizacija za pravično trgovanje (US Fair Trade Organization), ki skrbi za poštene odnose v krogu industrije, proizvajalcev, potrošnikov in planeta. Leta 2003 živilski proizvajalci uporabijo zdravstvene trditve, ki niso strokovno dokazane. Mnenja in podpora o tem pa ostane izredno deljena. Alergijske reakcije na hrano sprožijo obvezno navajanje alergenih sestavin v živilu. Potrošnik se na ta način lahko sam pozanima o sestavi in se odloči. Pepsi & Co. je prva industrija, ki leta 2004 začne uporabljati oznake na prednji strani embalaže. Te oznake opominjajo potrošnike, katero živilo spada med bolj zdrave. Z leti pride vse več takšnih podobnih oznak in trditev (Fooducate 2008a).

Današnji tempo življenja narekuje čisto nove trende v nakupovanju hrane in prehranjevanju. Ljudje so kot tempirana bomba, nekateri živijo »hitro« življenje, posledično pa primanjkuje časa zase in svoje zdravje. To pomeni, da obroki niso pravilno razporejeni čez cel dan, opušča se najpomembnejši obrok – to je zajtrk, neustrezna je izbira živil in prevelik vnos soli, sladkorja in škodljivih maščob. Druga skrajnost pa so ljudje, ki pretirano skrbijo zase in svoje

zdravje. Pojavili so se resni problemi glede hrane in prehranjevalnih navad, zaradi česar nastajajo kronične bolezni, kot so bolezni srca in ožilja, sladkorna bolezen tipa 2, rak, kronična pljučna obolenja, debelost in osteoporoza.

Statistično gledano je v Sloveniji visok delež prebivalcev, ki so predebeli. Veliko je takih s sladkorno boleznijo tipa 2, v zadnjem času je pojav zaskrbljujoč še posebej pri otrocih in mladostnikih. Slabe prehranjevalne navade so vzrok za tovrstne probleme.

Pripraviti potrošnike do tega, da se prehranjujejo bolj zdravo, ni lahka naloga. Vsi cenijo svoje zdravje, to predstavlja temelj človeškega vedenja. Spreminjanje prehranjevalnih vzorcev z obveščanjem potrošnikov glede zdravja in prehrane je težko. Eden izmed poskusov spreminjanja prehranjevalnih vzorcev je označevanje hranilnih vrednosti. Da bi se stanje izboljšalo, ne samo v Sloveniji, temveč tudi na mednarodni ravni, uvajajo označevanje hranilnih vrednosti na živilih. Gre za označevanje, ki potrošnike informira na prodajnem mestu glede vsebine hranilnih vrednosti v posameznem živilu z namenom izbire ustrezne hrane. Sistemov označevanja hranilnih vrednosti je veliko, vsak zahteva svoje znanje. Za Slovenijo se uporablja klasična tabela z informacijo, katere in koliko hranilnih snovi vsebuje živilo, ki pa bo s 13. decembrom 2016 postala obvezen del embalaže predpakiranih živil.

V diplomskem delu obravnavam odnos potrošnikov do oznak hranilnih vrednosti na živilih. Želim raziskati potrošnike, ki niso pozorni na oznake hranilnih vrednosti. Ugotoviti želim, katere so tiste spodbude potrošnikov, ki povečajo zanimanje in branje oznak. Raziskujem razloge nepozornosti do oznak in razna prepričanja v odnosu do zdravja in oznak hranilnih vrednosti. Informacije in podatke bom zbirala s pomočjo kvalitativne metode – intervjuji. V vzorec bom zajela sedem potrošnikov, ki oznak hranilnih vrednosti na živilih ne berejo.

Diplomsko delo je sestavljeno iz dveh delov, teoretičnega in empiričnega. V prvem delu je opisano nakupno vedenje potrošnikov, kakšni so procesi nakupnega odločanja in kateri dejavniki vplivajo na izbiro in nakup živil. Razložila bom današnje trende prehranjevanja in s tem povezane problematike nezdrave prehrane in bolezni. Pojem hranilne vrednosti bom razložila na podlagi pravilnika o označevanju hranilnih vrednosti v Sloveniji. V drugem delu pa bom na podlagi intervjujev podala ugotovitve o stališčih potrošnikov do označevanja. Zanimalo me bo, kakšne odnose do oznak hranilnih vrednosti imajo potrošniki, ki so nepozorni na oznake. Kateri so razlogi za neupoštevanje oznak? Kaj bi potrošnike motiviralo, da bi bili bolj pozorni na oznake? Kakšna so potrošnikova stališča in prepričanja v povezavi z zdravjem in nepozornostjo do oznak hranilnih vrednosti? Ta vprašanja me bodo vodila med

preučevanjem dane problematike. Iz pogovorov s potrošniki bom poskušala pridobiti odgovore na omenjena vprašanja in s pomočjo njih prepoznati odnos potrošnikov do označevanja.

2 TEORETIČNI DEL

2.1 NAKUPNO VEDENJE POTROŠNIKOV

Potrošnik je oseba, ki ima možnosti (vire in sposobnosti) za nakup dobrin, ki jih ponuja trg, z namenom zadovoljiti osebne ali skupne (npr. družinske) potrebe (Damjan in Možina 1999, 27). Belch in Belch (2003, 106) opisujeta vedenje potrošnika kot proces in aktivnost ljudi, ki iščejo, izbirajo, nakupujejo, uporabljajo, ocenjujejo in zavračajo izdelke in storitve z namenom zadovoljevanja svojih potreb in želja.

Vedenje potrošnikov je torej proces. Dejanski nakup je le ena izmed faz v procesu. Proces sprejemanja odločitev pove, zakaj bo posameznik kupil določen izdelek. Vedenje potrošnika in vplive nanj Ule in Kline (1996) razdelita na sledeče ravni:

Zunanje spremenljivke: kultura, družbeni sloj, referenčna skupina, družina. Te so relativno stabilne spremenljivke in neodvisne od trženja.

Notranje spremenljivke: motivacija, zaznavanje, učenje, osebnost, stališča kot lastnosti posameznika. Kako potrošnik nakupuje, je odvisno od tega, kako vidi in doživlja samega sebe.

Proces sprejemanja odločitve: notranje spremembe vplivajo na odločitev potrošnika glede načina nakupovanja in o izboru izdelka.

Danes je na trgu zelo veliko izbire med različnimi konkurenčnimi izdelki, zato se potrošnik pogosto težko odloči. Odločanje lahko definiramo kot izbiro med dvema ali več alternativami. Odločanje potrošnika je prikazano kot večfazno in kompleksno, z več dejavniki, ki sprožijo prepoznavanje problema, preden se začne zaporedje dejanj, da se doseže rezultat zadovoljstva ali nezadovoljstva (Erasmus in drugi 2001, 83). Pinsloo in drugi (2012, 90 – 93) ugotavljajo, da se iskanje informacij o izdelku večinoma izvede med nakupovanjem. Če potrošnik ne zna

uporabljati oznak ali jih interpretirati, potem so informacije brez pomena. Nekatere informacije lahko izzovejo izjemno negativen odnos do izdelka. Če potrošnik pri izbiranju izdelka uporablja oznake, potem specifična informacija določa potrošnikova pričakovanja. Pričakovanja in lastnost izdelka primerja z informacijami, ki so na izdelku. To pa določa, ali je potrošnik zadovoljen z izdelkom in ali se bo ponovno odločil za isti nakup. Pričakovanja so pomembna determinanta za potrošnikovo zadovoljstvo. Če informacije niso zadovoljive, vzbudijo negativno komunikacijo. Potrošniki se počutijo prevarane, če izdelek ni to, kar so informacije predstavljale. Zadovoljstvo z informacijam na označbah pa pozitivno vpliva in vzpodbuja k ponovnemu nakupu. Za večino nakupnih odločitev velja, da je to dolg in zapleten proces, ki vključuje poglobljeno iskanje informacij, primerjavo in ocenjevanje. Nekatere nakupne odločitve so impulzivne in so sprejete v trgovini med nakupom (Belch in Belch 2003, 106). Dražljaji (vzorčni izdelki, predstavitve v medijih, promocijski material v trgovini itd.) so pomembno prodajno orodje, saj je večina nakupnih odločitev sprejetih v trgovini. Ti dražljaji so posebej v pomoč impulzivnim potrošnikom, ker čutijo potrebo po takojšnjem nakupu določenega izdelka. Na nakupovanje vpliva veliko dejavnikov, ki vključujejo potrošnikovo predhodno stanje (njegovo razpoloženje in časovni pritisk). Čas je pomemben vir, ki ponavadi določa, koliko truda bo vložena v odločitev. Razpoloženje lahko vpliva na stopnjo ugodja in vznemirjenosti v trgovini med nakupovanjem (Salomon in drugi, 2006, 338). Potrošniki pri nakupu ne iščejo optimalne rešitve, saj bi to zahtevalo preveč energije in časa. Pri večini nakupov gre zgolj za zadovoljivo rešitev (Ule in Kline 1996, 218). Potrošnik se odloča predvsem, koliko denarja potrošiti, kupiti izdelek ali ne, kje kupiti in o izbiri blagovne znamke. Prinsloo in drugi (2012, 84 – 85) pravijo, da je večina nakupnih odločitev izvedenih v trgovini. Embalaža in oznake na njej so pomemben dejavnik pri odločanju za nakup.

Henry Assael (v Kotler 2004) je opisal štiri oblike nakupnega vedenja glede na raven vpletenosti kupca in obseg razlik med blagovnimi znamkami. Poudarila bi dve obliki, kjer je kupčeva vpletenost nizka. Prva je ustaljeno nakupno vedenje: nizka vpletenost kupca – odsotnost pomembnih razlik med blagovnimi znamkami. Zelo dober je primer kupovanja soli. Kupec izbere sol iste blagovne znamke zaradi navade in ne, ker bi bil zvest isti blagovni znamki. Ker je izdelek majhne vrednosti in se kupuje pogosto, je vpletenost kupca pri nakupu nizka. Nakupna odločitev je hitra, saj porabniki ne iščejo veliko informacij. To so pasivna, priučena prepričanja in so dostikrat posledica televizijskih oglasov. Če bi želeli spremeniti nizko vpletenost kupca v visoko, so tržniki predlagali štiri tehnike:

- izdelek povezati s pomembno temo (zobna krema = luknja v zobeh);
- izdelek povezati z osebnim trenutkom (oglaševanje kave zjutraj);
- oglaševanje, ki sproži močna čustva, osebne vrednote, samopodobo;
- dodatek pomembnih značilnosti izdelku (dodatek vitaminov v brezalkoholnih pijačah) (Kotler 2004, 204).

Nakupovanje hrane je rutina v nakupnem odločanju, ki zahteva nizko vpletenost in omejeno iskanje informacij. Potrošniki, ki so zadolženi za nakupovanje hrane zaradi določenih razlogov, so bolj vpleteni v iskanje primernega živila in posledično zato več ocenjujejo embalaže živil. Posvečajo več pozornosti oznakam hranilnih vrednosti (Prinsloo in drugi 2012, 84).

Drugo obliko Henry Assael (v Kotler 2004) razlaga sledeče. Nakupno vedenje, kjer se iščejo razlike: nizka vpletenost kupca – razlike med blagovnimi znamkami. Prehajanje iz ene znamke na drugo, ki ni posledica nezadovoljstva, temveč usmerjenosti k iskanju raznolikosti. V tem primeru tržnik spodbuja k ustaljenemu nakupovanju, tako da zasede večji delež polic v trgovini, se izogiba izpadu zalog, oglašuje obstoj izdelka; podjetja pa nižajo cene izdelkom, ponujajo razne ugodnosti in kupone. Primer kupovanja piškotov. Ker kupec išče raznolikost, se odloči za drugo blagovno znamko piškotov.

Vpletenost pri sprejemanju odločitve je izraz motivacije kot osebne pomembnosti izdelka v določenih okoliščinah. Visoko vpleteni posamezniki so motivirani pri iskanju pomembnih informacij, na njih vpliva oglaševanje, ki uporablja taktiko dokazovanja. Razlikujejo med lastnostmi različnih blagovnih znamk in zato so tudi bolj lojalni do izbrane (Ule in Kline 1996, 223).

2.1.1 PROCES NAKUPNEGA ODLOČANJA

Zaradi poplave izdelkov na tržišču je veliko konkurence. Želje in nakupne odločitve potrošnikov so velikokrat uganka. Zato morajo proizvajalci in tržniki dobro preučiti potrošnika in njegovo obnašanje, kar je kasneje pomembno, ko se odloča za nakup. Vsi ti procesi so pomembni za tržnike, zato so dobili tudi svojo podobo.

Na sliki 2.1 je prikazan Petstopenjski model potrošnikovega nakupnega odločanja. Model je razložen po Kotlerju (2004) in pokaže, potrošnikove faze, preden izvede nakup. Model ima pet stopenj, ki so opisane spodaj. Stopnje ne potekajo nujno v zaporedju in nido vedno vse dosežene.

Prepoznavanje problema ali potrebe. Razni dražljaji potrošnika spodbudijo v nakupni proces. Analizira se okolje, dražljaje in zbere informacije potrošnikov. Na ta način se kupcu predstavi določen izdelek (Kotler 2004, 204). Belch in Belch (2003, 123) razlagata, ko potrošnik zazna potrebo, jo želi uresničiti in izpolniti. Če potrošniku zmanjka določenega izdelka, ga bo kupil. Kadar je nezadovoljen z izdelkom ali storitvijo, ima željo po boljšem. Zaradi sprememb v življenju potrošnika pridejo nove želje. Nakup novega izdelka motivira potrošnika, da dokupi določene stvari, ki so povezane s tem izdelkom. Razne marketinške akcije lahko vzbudijo v potrošniku potrebo po izdelku.

Faza iskanja informacij se vzpostavi, ko se potrošnik zave svoje potrebe. Aktivni iskalci informacij poizvedujejo pri svojih prijateljih, iz raznih medijev ali v trgovini, kar jim pomaga pri nakupnih odločitvah. Najpomembnejša je lastna izkušnja potrošnika z izdelkom. Zaradi številnih konkurenčnih izdelkov potrošnik ob zadostni količini informacij izdelke izloča, da pride do najožjega izbora ter se na koncu odloči za en izdelek. (Kotler 2004, 204 – 205). Potrošnik najprej poišče informacije, ki so že shranjene v njegovem spominu. S tem priključuje pretekle izkušnje in znanje in jih poveže z izdelkom. Če je teh izkušenj in znanja premalo, bo iskal dodatne informacije (Belch in Belch 2003, 123).

Potrošnikovo presojanje možnosti naj bi bilo pretežno zavedno in razumsko. Vsak izdelek ima številne lastnosti in ne more zadovoljiti vseh potreb potrošnika, saj ima vsak potrošnik drugačna pričakovanja. Izdelek, ki bo najbolj koristil potrošniku, bo na seznamu prvi. Zaradi pridobljenih izkušenj pa potrošnik lahko oblikuje svoje stališče in presodi o možnostih (Kotler 2004, 205 – 206). Belch in Belch (2003, 123) ta proces poimenujeta zaznavanje in integracija. Posameznik sprejema, izbira, organizira in interpretira informacije, da si ustvari določeno mnenje. Zaznavanje je odvisno od notranjih dejavnikov (prepričanja, izkušnje, potrebe, volja, pričakovanja). Vpliv ima tudi čutno zaznavanje in kontekst, v katerega je postavljen. Integracija pa pomeni kombiniranje informacij z lastnostmi izdelkov.

Kljub potrošnikovi odločitvi za določen izdelek, pa na nakupno odločitev lahko vplivajo mnenja drugih oseb. Mnenja so lahko slaba, lahko pa se potrošnik podredi mnenju drugih in

tako spremeni svojo nakupno odločitev. Pomemben vpliv imajo tudi javno objavljene ocene in izkušnje strokovnjakov. Nakupna odločitev se spremeni tudi v primeru nepričakovanih okoliščin (finančno tveganje, negotovost v lastnosti, samozavest). Če se potrošnik navadi enega izdelka, potem se bo izognil kasnejšemu odločevanju (Kotler 2004, 207).

Po nakupu in uporabi izdelka se potrošnik odloči, ali mu izdelek ustreza ali ne. Tako stanje Kotler (2004, 208) imenuje ponakupno vedenje. Če so pričakovanja potrošnika več kot zadovoljiva, potem bo izdelek naslednjič verjetno pristal v kupčevi nakupovalni košari. V obratni situaciji se lahko zgodi, da izdelek zavrže, ga vrne in se odloči za drugega.

Slika 2.1: Petstopenjski model potrošnikovega nakupnega odločanja



Vir: Kotler (2004, 204).

Omeniti je potrebno tudi zdravstveni model; tržniki ga uporabljajo, kadar analizirajo potrošnike z željo, na primer, po dieti, večji športni aktivnosti, po prenehanju s kajenjem. Model prav tako poteka v petih stopnjah: nezavedanje (problema se ne zavedamo, ni želje), zavedanje (razmišljamo o problemu in spremembah), priprava (odločimo se za spremembo), dejanje (uspešna sprememba traja do 6 mesecev), vztrajanje (nadaljevanje z vedenjem). Naloga tržnikov v takem primeru je, da najdejo orodja in pomagajo potrošnikom preiti skozi vse stopnje (Kotler 2004, 209).

2.1.2 VRSTE NAKUPNIH PROCESOV

Vedenje potrošnikov in procese nakupovalnih odločitev raziskujejo že več desetletij. V tem času so se razvile različne teorije procesa nakupovalnih odločitev, ki se uporabljajo še danes, vendar so se nekoliko spremenile.

Habjanič in Ušaj (1998, 38) nakupne procese delita na več delov. Kadar potrošnik poglobljeno razmišlja o nakupu in pretehta več možnosti, preden se odloči za nakup, takrat gre večinoma za dražji nakup. Temu rečeta razširjen nakupni proces. Kadar potrošnik nima časa, da bi se preveč poglobljal v nakup, takrat potrošnik opravi zožen nakupni proces. Impulzivni nakup pa se opravi največkrat v samopostrežbah, to je nakup v trenutku. Če je potrošnik zvest določeni blagovni znamki in nakupuje v isti prodajalni, pomeni, da so potrošnikovi nakupi naučeni in si je poenostavil vsakodnevne rutine.

Podobno nakupne procese razdelijo tudi Salomon in drugi (2006, 261 – 262):

Razširjeno reševanje problemov: proces, v katerega je potrošnik močno vpleten. Aktivno išče vrsto informacij, tako po spominu kot iz zunanjih dejavnikov. Vsak izdelek je skrbno ocenjen, pretehtane so vse lastnosti izdelka.

Omejeno reševanje problemov: potrošniki niso motivirani za iskanje informacij. Uporabljajo preproste odločitve.

Reševanje problemov iz navade: odločitve so sprejete avtomatično, z zelo malo ali nič zavestnega truda. Večina nakupnih odločitev je rutinskih. Tako vedenje potrošniku omogoči prihranek na času in energiji.

Prinsloo in drugi (2012, 84 – 92) dodajajo še, da če je znamka živila dobro poznana, potem je odločanje za nakup hrane impulzivno. Prednakupne odločitve v trgovini so izvedene pretežno hitro in z manj pozornosti. Nakupovanje postane navada. Inovativni potrošniki radi eksperimentirajo med alternativami različnih izdelkov in so dovzetni za nove izdelke. Tradicionalni potrošniki neradi sprejemajo nove izdelke in se usmerjajo proč od oznak, ki jih ne poznajo. Oznake živil so postale najpomembnejši faktor pri odločanju za nakup, saj je večina informacij, ki jih potrošnik potrebuje, na nalepkah živil. Oznake so pomemben komunikator, potrošnika oskrbijo z informacijami. Tako lahko potrošnik izbere sebi

najprimernejši izdelek v procesu odločitve pred nakupom. Kljub predpisom o označevanju pa še vedno obstaja zaskrbljenost in dvom v kredibilnost in znanstveno resničnost, povezanih z zdravstvenimi trditvami in informacijami na oznakah živil.

Pri nakupovanju hrane dostikrat nimamo časa, da bi se poglobljali v izbiranje. Hrano nakupujemo naučeno in ostajamo zvesti blagovnim znamkam. Seveda so izjeme, ki delujejo drugače zaradi določenih situacij. Na nakupovanje živil vpliva vrsta dejavnikov, ki so prav tako pomembni pri odločanju za nakup.

2.1.3 DEJAVNIKI, KI VPLIVAJO NA IZBIRO IN NAKUP ŽIVIL

Dejavnikov je več vrst in vsak drugače vpliva na posameznikove odločitve, ko gre za izbiranje in nakup živil. European Food International Council (2005) navaja naslednjo delitev:

- **Biološki dejavniki:** Naše fiziološke potrebe določijo osnovne dejavnike pri izbiri hrane. Ljudje potrebujejo energijo in hranilne snovi za preživetje, pri tem se vedno odzovejo na **občutek lakote in potešenosti**. Osrednji živčni sistem nadzoruje ravnovesje med lakoto, apetitom, spodbudo in vnosom hrane. **Okusnost** je sorazmerna užitku nekoga, ki ga doživlja med poizkušanjem ali okušanjem določene hrane. Odvisna je od čutnih lastnosti, ki so prisotne med uživanjem hrane, kot npr. okus, vonj, tekstura in videz. Neka raziskava kaže povezavo vpliva okusnosti na apetit in vnos hrane pri ljudeh. Če se okusnost dvigne, potem se poveča vnos hrane pri posamezniku. Okus je čut za zaznavanje hrane s pomočjo okušalnega organa v ustih. Sem spadajo tudi vonj, videz in tekstura. Vse te **čutne zaznave** vplivajo nezavedno na izbiro pri hrani, sam okus pa ima vseeno največji vpliv pri tem. Že od zgodnjega otroštva okus in poznavanje vplivata na vedenje do hrane. Naklonjenost sladkobi in nenaklonjenost grenkobi, to so od rojstva naprej prirojene človeške lastnosti. Preferenca okusa in odpor do določene hrane se izoblikujeta skozi izkušnje, nanje vplivajo tudi človeški odnosi, prepričanja in pričakovanja.
- **Ekonomski dejavniki:** **Cena** je primarni dejavnik, ko se potrošniki odločajo za nakup hrane. Nakup hrane je v osnovi odvisen od dohodkov posameznika in njegovega socialno-ekonomskega statusa. Ljudje z nižjim prihodkom so nagnjeni k nakupu neuravnotežene prehrane, opažen je tudi premajhen vnos sadja in zelenjave.

Dostopnost do denarja se ne enači z boljšo kvaliteto prehranjevanja, toda vrsta živil, med katerimi je mogoče izbirati, bi se morala povečati. **Dostopnost** trgovin je še eden pomembnih fizičnih dejavnikov, ki vplivajo na odločitev glede nakupa hrane; izpostaviti je treba predvsem prevoz in geografsko lokacijo. Znotraj mest je zdrava hrana dražja kot pa v supermarketih na obrobju. Če bi izboljšali dostopnost, ljudje še vseeno ne bi kupovali več sadja in zelenjave, kar je močno priporočljivo, ker se tovrstno hrano šteje za najdražjo. Študije Evropske unije o odnosu potrošnika do hrane, prehrane in zdravja so pokazale, da lahko **stopnja izobrazbe** vpliva na prehransko vedenje med odraščanjem, medtem ko znanje o prehrani in dobre prehranjevalne navade niso v tesni povezavi, ker posamezniki pridobljenega znanja o zdravju in prehrani ne znajo uporabiti in takoj izkoristiti. Informacije o prehrani se širijo iz različnih virov, kar je sporno in zavajajoče, zato take informacije odvrtačajo motivacijo pri spreminjanju posameznikovih prehranjevalnih navad. Pomembno je izražati natančna in dosledna sporočila preko raznih medijev, na embalažah izdelkov in s pomočjo zdravstvenih strokovnjakov.

- **Socialni dejavniki:** To, kar ljudje jedo, se oblikuje in omeji glede na okoliščine, ki so predvsem socialne in kulturne. Študije populacij kažejo, da obstajajo jasne razlike pri **družbenih slojih** glede na vnos hrane in hranil. Slaba prehrana lahko povzroči pomanjkanje nekaterih hranil ali pa prevelik vnos energije, posledično prekomerno telesno težo in debelost. **Kulturni vplivi** se kažejo v navadah prehranjevanja, raznih tradicionalnih pripravah hrane, ponekod tudi v omejitvah, kot na primer izključitev mesa in mleka iz prehrane. Kulturne vplive je mogoče spremeniti s selitvijo v drugo državo, kjer posamezniki prevzamejo določene navade nove lokalne kulture. **Socialni vpliv** na uživanje hrane se kaže kot vpliv ene ali več oseb na prehranjevalno vedenje drugih. Vpliv je lahko neposreden (nakupovanje hrane), posreden (posnemanje vedenja sovrstnikov), zavesten (prenos prepričanja) ali podzavesten. Družina in prijatelji so lahko vir za spodbudo in vzdrževanje prehranjevalnih sprememb, povzemanje strategij pa koristi posamezniku, saj s tem vpliva na druge. **Družbeno okolje**, kjer se ljudje prehranjujejo, lahko vpliva na izbiro hrane, še posebej je pomembno, kakšna hrana je na izbiro. Večinoma ljudje jedo doma, vedno več pa je takih, ki jedo zunaj (restavracije, šola, služba), kjer pa je ponudba zdrave hrane omejena.
- **Psihološki dejavniki:** **Stres** je značilen za sodobno življenje in lahko pri nekom močno vpliva na izbiro hrane. Učinek stresa na zaužitje hrane je odvisen od posameznika,

stresa in okoliščin. Nekateri v času stresa zaužijejo večje količine hrane, drugi manj. Danes hrana vpliva na naše **razpoloženje** in razpoloženje vpliva na izbiro hrane. Vpliv hrane na razpoloženje je delno povezan z odnosom do določenega živila. Na primer, zaradi depresije in hrepenenja po hrani pride do nezdravega prehranjevanja.

- Motnje hranjenja: Vedenje pri prehranjevanju je pogosto predmet sofisticiranega kognitivnega nadzora. Ena najbolj prakticiranih oblik kognitivnega nadzora uživanja hrane je dieta. Mnogo posameznikov želi izgubiti odvečno telesno težo ali izboljšati svojo postavo, zato se spopadajo z različnimi pristopi, da bi dosegli idealen indeks telesne mase. Problemi se pojavijo, če posameznik pretirava z dieto ali vadbo. Pojav motenj hranjenja je pogosto povezan z izkrivljeno samopodobo, nizkim samospoštovanjem, nespecifično tesnobo, obsesijo, stresom in nezadovoljstvom.

Kamin (v Merljak 2007, 24 – 25) pravi, da je dostopnost do zdrave hrane zagotovo sistemska ovira: »Treba je tudi razmisliti, kdo si jo lahko privošči. Zdrava hrana je dražja hrana. Posamezniki omenjajo ceno kot zelo pomemben dejavnik pri odločanju o nakupu bolj ali manj zdravih živil. Raziskave kažejo, da so tisti, ki se najbolj odzovejo na priporočila, posamezniki, ki pripadajo višjim družbenim slojem. Zdravje je pri pripadnikih nižjega sloja občutno slabše.«

2.2 PREHRANJEVANJE, TRENDI IN HRANA

Lupton (1998, 68 – 70) pravi, da so v 18. stoletju bogati imeli dostop do vseh vrst hrane, bili so neaktivni in leni. Ta sloj je živel v izobilju, pojavljati so se začele zdravstvene težave zaradi prekomerne telesne teže. Medtem ko revni sloj teh problemov ni imel, saj večinoma niso imeli možnost dostopati do hrane bogatih. Večkrat so stradali. Dandanes so prehranjevalne prakse in navade predstavljene z medicinskega vidika diete. Vse, kar se govori o hrani, prehrani in prehranjevanju, je povezano z zdravjem in z diskurzom o medicini. To so nova področja nutricionistične znanosti. Človek je iznašel različne načine predelave hrane skozi celotno zgodovino prehranjevanja. Ugotovil je, da je okusnejša, če je predelana na razne načine. Včasih je sam prideloval in predelal hrano. Danes pa si ljudje zaradi prezaposlenosti ne vzamemo več časa za pridelavo lastne hrane, zato vedno več obiskujejo restavracije, menze itd. Ne samo odrasli, tudi otroci. Tako se prehrana počasi prepušča industriji, ki zelo vpliva na

naše zdravje. »Živilsko-predelovalna industrija je glavna podpihovalka debelostne pandemije, ki jo spodbuja tako z dejanji kot z retoriko, po kateri posega, da bi upravičila svoje ravnanje.« (Lustig 2014, 39) Industrijska revolucija je vplivala na povečano število prebivalcev v mestih. Zapuščali so se podeželje, kmetije in pašniki. Ko sta bila osvojena sistem pakiranja hrane in transport, se je prehrabna industrija razvila v masovno produkcijo hrane za ves svet (Vrhovnik 2008a).

Danes se pridelava dvakrat več hrane, kot pa jo potrebujemo. Prehrabne industrije so pod pritiskom konkurence, podjetja želijo prodati čim več svojih izdelkov. Ker podjetja želijo zaslužiti čim več, se po Vrhovniku (2008b) osredotočajo predvsem na izdelke, ki jim prinašajo kapital. To pa so izdelki iz sladkorja, škroba ali poceni rastlinskih maščob. Zato se je z leti povečal kaloričen vnos hrane. Slabe prehranjevalne navade pa so ponavadi krivec za razne bolezni. Kar nekaj razlogov je dramatično spremenilo prehranjevalne navade. Ljudje so začeli masovno potovati, tako so izkusili druge vrste »kuhinje«. Priseljevanje tujcev v državo prinese druge kulture hrane. Širjenje prehrabnih multinacionalk na mednarodni trg (Coca Cola, McDonalds). Spremembe in metode proizvodnje, shranjevanja, pakiranja in transporta pa so ostali pomembni razlogi. Najpomembnejši dejavnik za spremembe in vzorce prehranjevanja je potrošnikovo zavedanje in skrb za zdravje. Predpostavlja se, da je za dolgo življenje in zdravje potrebna pravilna dieta in vztrajnost. Hrana in prehrana sta glavni determinanti zdravstvenega stanja. Zdrava hrana je enako zdravo telo, posameznik je odgovoren, da ohrani telo zdravo. Pomembna je samokontrola. Vsak človek ima svoj, drugačen metabolizem. Zato ima vsak svoj vzorec prehranjevanja in ve, kaj je dobro za ohranjanje zdravega telesa. Napotki oziroma priporočila o tem, kaj je primerna hrana, so danes postali zelo zapleteni. Prehrabna piramida se je skozi čas precej spremenila. Kar je bilo včasih pomembno za vnos v telo, je danes nepriporočljivo. Če potrošnik hoče vedeti, kakšno hrano vnaša v svoje telo, potem mora razumeti celotni znanstveni vidik hrane. Imeti mora znanje o vsej kemični sestavi hrane. To znanje mora povezati glede na svojo fizično obliko telesa v povezavi z aktivnostjo oziroma neaktivnostjo telesa ter upoštevati bolezenska stanja, če so prisotna. Nezdravo hrano opisujejo kot vir bolezni in nekatere snovi ogrožajo zdravje (maščobe, soli, aditivi ...). Nekatere povzročajo alergijo ali celo zastrupitev (Lupton 1998, 73 – 77).

2.2.1 BOLEZNI, POVEZANE S HRANO, PREHRANO IN NEZADOSTNO TELESNO DEJAVNOSTJO

Izsledki raziskav stroke na področju javnega zdravja in primarnega zdravstvenega varstva v Sloveniji kažejo, da prebivalci Slovenije uživajo prevelike količine maščob, soli in sladkorja. V zadnjih letih narašča uporaba olivnega olja, svinjske masti, masla kot namaza in negaziranih pijač. Glavni vzrok umrljivosti v Sloveniji predstavljajo kronične nalezljive bolezni (v nadaljevanju KNB): srčno-žilne bolezni, sladkorna bolezen tipa 2, bolezni dihal, prebavil, rak in debelost. V zadnjih 30 letih se je delež Slovencev s čezmerno telesno maso in debelostjo podvojil. V povezavi s tem narašča tudi število bolnikov s sladkorno boleznijo. Uživanje zelenjave in sadja je z leti upadlo. Slovenci dosegamo spodnjo mejo priporočenega vnosa sadja, nezadostno pa posegamo po zelenjavi. Premalo zaužijemo polnozrnatih žitnih izdelkov in rib (Nacionalni inštitut za javno zdravje 2014). Največ sladkorja zaužijejo otroci in mladostniki. Zaradi tega se že pri mladih pojavlja sladkorna bolezen tipa 2, pojavijo se srčno-žilna obolenja in karies ter problemi z debelostjo. Presežen je tudi priporočen vnos soli in transmaščob. Povprečen vnos soli v Sloveniji znaša 12 g, kar je dvakrat več od priporočenega. Vendar pozitivno gledano upada delež ljudi, ki dosoljuje hrano. Slovenci smo telesno aktivni. Čeprav telesna dejavnost iz leta v leto narašča, pa je v nekaterih družbenih skupinah še vedno pod zaželeno mejo. Najbolj so telesno aktivni mladi, najmanj pa starejše skupine. Razvoj KNB je odvisen od mnogih vplivov. Neuravnotežena prehrana je ena izmed njih. Otroci in mladostniki bi morali uživati več zelenjave in sadja, starejši pa več kakovostnih beljakovin. Tudi nezadostna telesna dejavnost lahko vpliva na možnost nastanka KNB. Nekatere raziskave ocenjujejo, da se zaradi telesne neaktivnosti lahko pojavijo srčno-žilne bolezni, sladkorna bolezen tipa 2, rak na debelem črevesju in dojkah ter zlom kolka pri starejših. Torej, če ne živimo zdravega življenja, če se neustrezno prehranjujemo in smo neaktivni, lahko zbolimo za eno izmed oblik KNB. Te tri stvari se prepletajo med sabo in vplivajo druga na drugo (Ministrstvo za zdravje 2008). Slovenija je kot članica Svetovne zdravstvene organizacije (v nadaljevanju SZO) sprejela ukrepe in nacionalni program, s katerim želi prispevati k bolj zdravemu življenju Slovencev. Želi zmanjšati število obolenj, ki nastanejo zaradi nepravilne prehrane. Ministrstva za zdravje, osnovana s strani SZO in prilagojena za naš prostor, navajajo razna priporočila, ki se nanašajo na to, kdaj imeti obroke, kakšno naj bo število obrokov na dan, kakšno hrano in pijačo uživati ter koliko in kako nadzorovati vnos hrane. Podajajo tudi nekatere ukrepe, ki jih naslavlja predvsem na javne ustanove (šole, vrtci, bolnišnice ...). Te naj bi izboljšale svojo ponudbo in kakovost hrane.

Pomembno je tudi, da so potrošniki dobro obveščeni in osveščeni glede pravilne in primerne prehrane, morajo imeti možnost izobraževanja na tem področju, označevanje, predstavitev in trženje živil mora biti korektno in ne zavajajoče (Ministrstvo za zdravje 2008).

Eden izmed načinov informiranja potrošnikov je tudi označevanje živil. Tako se potrošniki sami odločijo in izberejo, kaj je najboljše. Označevanje hranilnih vrednosti na živilih se je začelo prav zaradi pojava pretirane debelosti v EU. Če bodo potrošniki pozorni na to oznako in jo bodo znali prebrati, bi se moralo število obolenj, povezanih s prehrano, sčasoma nekoliko zmanjšati. V naslednjem poglavju bomo predstavili oznake hranilnih vrednosti, kje se pojavljajo in zakaj.

2.3 HRANILNE VREDNOSTI

V Pravilniku o označevanju hranilne vrednosti živil (2002) so zapisana pravila o označevanju hranilnih vrednosti. Pravilnik je stopil v veljavo leta 2002, z vstopom Slovenije v EU pa smo prevzeli pravila, ki so skupna vsem državam članicam. Do danes se je pravilnik nekoliko spremenil in dopolnil.

»Ta pravilnik v skladu z Direktivo Sveta z dne 24. septembra 1990 o označevanju hranilne vrednosti živil (UL L št. 276 z dne 6. 10. 1990, str. 40), zadnjič spremenjeno z Uredbo (ES) št. 1137/2008 Evropskega parlamenta in Sveta z dne 22. oktobra 2008 o prilagoditvi nekaterih aktov, za katere se uporablja postopek, določen v členu 251 Pogodbe, Sklepu Sveta 1999/468/ES, glede regulativnega postopka s pregledom (UL L št. 311 z dne 21. 11. 2008, str. 1), določa zahteve za označevanje in vrsto podatkov o hranilni vrednosti živil, ki so namenjena končnemu potrošniku. Pravilnik se uporablja tudi za živila, namenjena za oskrbo restavracij, bolnišnic, menz in drugih obratov javne prehrane (v nadaljnjem besedilu: obrati javne prehrane) in za označevanje hranilne vrednosti živil za posebne prehranske namene. Ta pravilnik se ne uporablja za mineralne vode in druge vode, namenjene za prehrano ljudi, ter prehranska dopolnila.« (Pravilnik o označevanju hranilne vrednosti živil, 2002, 1. čl.)

Označevanje hranilne vrednosti nam sporoča informacije o energijski vrednosti, hranilnih snoveh (maščobe, nasičene maščobe, ogljikovi hidrati, sladkorji, soli), in se nahaja na nalepki živila. Poleg obveznih označb hranilnih vrednosti se lahko navaja tudi vsebnost: enkrat ali

večkrat nenasičenih maščob, poliolov, škroba, prehranskih vlaknin, vitaminov, mineralov. Označevanje živil še ni nujno, razen če se proizvajalec pri oglaševanju živila z izjavo sklicuje na kakšno posebno hranilno lastnost izdelka (prehranska ali zdravstvena trditev). Takrat se navede količina te snovi. obvezno pa se morajo izjave o hranilni vrednosti živila nanašati na energijsko vrednost in hranilne snovi (Pravilnik o označevanju hranilne vrednosti živil 2002, 2. čl., 3. čl.).

Obvezno zagotavljanje informacije o hranilnih vrednosti pa bo potrebno uporabljati od 13. decembra 2016. Trenutno smo v fazi pripravljanja in prilagajanja na ta pravilnik.

»Če je na živilu oznaka o hranilni vrednosti, morajo biti podatki o hranilni vrednosti navedeni v naslednjem vrstnem redu in v obsegu, predpisanem v skupini 1 ali skupini 2:

Skupina 1

(a) energijska vrednost;

(b) količine beljakovin, ogljikovih hidratov in maščob.

Skupina 2

(a) energijska vrednost;

(b) količine beljakovin, ogljikovih hidratov, sladkorjev, maščob, nasičenih maščobnih kislin, vlaknin in natrija.« (Pravilnik o označevanju hranilne vrednosti živil 2002, 5. čl.)

Hranilne vrednosti se navajajo na 100 g ali 100 ml živila. Lahko je narejen izračun na priporočeno, posamezno oziroma dejansko porcijo, ki je v embalaži. Navedena mora biti točna količina hranil v živilu. Energijska vrednost in sestavine morajo biti numerične in označene z merskimi enotami (Pravilnik o označevanju hranilne vrednosti živil 2002, 9. čl.):

- energija izražena v kJ in kcal,
- beljakovine, ogljikovi hidrati, maščobe, vlaknine, natrij izraženi v gramih (g),
- holesterol izražen v miligramih (mg).

Slika 2.2: Tabela hranilnih vrednosti

Povprečna hranilna vrednost:	na porcijo		% GDA* na porcijo (80 g)
	na 100 g	(80 g)	
energijska vrednost	1400 kJ (330 kcal)	1120 kJ (264 kcal)	13 %
beljakovine	10,3 g	8,2 g	16 %
ogljikovi hidrati	67,5 g	54,0 g	20 %
od teh sladkorji	1,0 g	0,8 g	1 %
maščobe	2,1 g	1,7 g	2 %
od teh nasičene maščobne kisline	0,2 g	0,16 g	1 %
prehranske vlaknine	7,5 g	6,1 g	24 %
natrij	0,001 g	0,001 g	<1 %

*GDA = dnevna orientacijska vrednost za odrasle na osnovi 2000 kcal

(info: www.mercator.si/gda)

Vir: Žitnik (2014).

Evropska komisija je 3. decembra 2015 sprejela poročilo o transmaščobnih kislinah (TMK) v živilih, ki jih zaužijemo na ozemlju Evropske unije. Ker so nekatere države že sprejele omejitve glede trženja živil z visoko vsebnostjo TMK, se je razprava začela tudi na ravni Evropske unije. V prihodnje lahko pričakujemo poenotene ukrepe na celotnem območju EU. Pripravljajo več možnih rešitev. Ena izmed njih je obvezno označevanje TMK v okviru hranilne tabele (Ministrstvo za kmetijstvo, gozdarstvo in prehrano 2016).

Potrošnik potrebuje vedno več informacij, saj sam izbira hrano in se želi prehranjevati čim bolj zdravo. Želi dostopne informacije, ki jih dobi na samem mestu nakupa. Oznake hranilnih vrednosti so prisotne na skoraj vseh živilih, a še niso poenotene. Zakaj je pomembno, da so oznake hranilnih vrednosti na izdelku, pa bomo razložili v naslednjem poglavju.

2.3.1 KJE SE POJAVLJAJO OZNAKE HRANILNIH VREDNOSTI IN ZAKAJ

»Leta 2003 so se zlasti spričo podatkov o hitrem naraščanju pretirane debelosti v EU začela posvetovanja o izpopolnitvi zakonov, ki merijo k vzgoji potrošnikov za zdravo izbiro hrane. Na vsakem pripravljnem proizvodu naj bi bile navedene najpomembnejše prehranske vrednosti, zlasti količina sladkorjev, nasičene maščobe in soli, kakor tudi energijska vrednost (kalorije).« (Drčar Murko 2008) Marketinška literatura posveča veliko pozornost označevanju hranilne vrednosti na živilih zaradi interesa potrošnikov na področju zdravja in prehrane. Označevanje želi omogočiti potrošniku ozaveščeno izbiro in spodbuditi uporabo in proizvodnjo bolj zdravih izdelkov. Učinkovitost označevanja hranilne vrednosti je odvisna tudi od organizacije in predstavitve informacij, kar se nanaša na pomembnost predpisov (Baltas 2001). Na živilih najdemo prostovoljno shemo označevanja živil, ki je oblikovana na podlagi priporočenih dnevnih vnosov – DRI. Te smernice povejo, koliko energije in hranilnih snovi je v porciji hrane ali pijače. Potrošnik ima možnost izbire in lahko vidi, kdaj vsebnost določene hrane doseže mejo dnevnih priporočil. Na prednji strani nalepke je podatek o energiji (kalorije) in njen odstotek. Na zadnji strani pa je podrobnejši seznam hranilnih snovi (Krajnc 2008).

2.3.2 SISTEMI OZNAČEVANJA HRANILNIH VREDNOSTI

Poimenovanje sistemov nosi angleške kratice, ki so nam tudi bolj domače in prepoznavne kot pa slovenski prevodi. V oklepaju smo navedli polno angleško ime, zraven pa je malo manj znan slovenski prevod. Določene sisteme smo navedli kot zanimivost, saj se nekateri izmed njih uporabljajo v tujini in ne v Sloveniji.

NuVal (Nutritional value scoring system) – Sistem točkovanja hranilne vrednosti

Sistem so uveljavili leta 2007 v ZDA. Gre za sistem točkovanja, ki rangira hrano na lestvici od 1 do 100. Višje kot je rangirana hrana, bolj je izdelek hranljiv. Sistem je sestavljen iz algoritma, ki vključuje 30 različnih hranil (beljakovine, ogljikove hidrate, maščobe, vitamine in minerale ...) in sestavlja enoten rezultat. Osredotoča se na dve stvari, na hranila za

spodbujanje (vlaknine, maščobne kisline omega 3) in na hranila, ki bi se jim bilo treba izogibati (nasičene maščobe, natrij). Sistem NuVal je prikazan v supermarketih na policah na etiketah in na prehodnih tablicah, ki so nameščene tik ob izdelku . Ne nahaja pa se na izdelkih samih. Sistem je enostaven in razumljiv, s katerim potrošniki lahko svobodno izbirajo in primerjajo izdelke med seboj. Razvili so ga zaradi hitro rastočega pojava debelosti in sladkorne bolezni pri odraslih in otrocih z namenom izboljšati zdravje potrošnikov. Negativna lastnost sistema Ena je skrivno rangiranje in algoritem, ki ga uporablja ta sistem. To pomeni, da potrošniki niso seznanjeni z ocenjevanjem in rangiranjem hranilnih vrednosti, saj tega javno še niso razkrili. Nekatere hranilne vrednosti se ne pojavljajo na oznakah živil, kar pomeni da jih NuVal algoritem ne more izračunati in jih bo potrebno dodatno uvrstiti na oznake živil na drugačen način. Najbolj prodajana živila, kot so razni prigrizki, so ocenjena zelo slabo. Tako se poveča skrb proizvajalcev, da jim bo prodaja upadla, hkrati pa upajo, da bodo potrošniki ignorirali te ocene in oznake (Fooducate 2008b).

Slika 2.3: Sistem točkovanja hranilne vrednosti



Vir: Fooducate (2008b).

HSR (Health star rating sistem) – Zvezdni sistem rangiranja

Sistem, ki ga uporabljajo v Avstraliji in Novi Zelandiji od leta 2014 naprej. Uporabljajo ga prostovoljno na prednji strani embalaže izdelka. Rangiranje se prične pri eni polovici zvezde in lahko naraste do pete zvezde. Več zvezd, bolj zdrav je izdelek! Število zvezd je določeno z uporabo kalkulatorja, ki je namenjen za oceno pozitivnih in tveganih hranil v živilih. Algoritem je bil razvit v sodelovanju z Agencijo za prehranske standarde Avstralija, Nova Zelandija, t. i. Food Standards Agency (v nadaljevanju FSA) in drugih tehničnih strokovnjakov in nutricionistov. Države so sistem uvedle zaradi skrbi za zdravje ljudi, saj beležijo vedno večji porast debelosti pri odraslih in otrocih (vsak četrti otrok ima prekomerno telesno težo) (Sanitarium 2016).

Slika 2.4: Zvezdni sistem rangiranja



Vir: Sanitarium (2016).

Sistem RI – Reference Intake (Referenčni vnos)

Poznan kot GDA (Guideline daily Amounts), priporočeni dnevni vnosi. Referenčni vnosi so smernice o približni količini posameznih hranil in energije, potrebne za zdravo prehrano, preračunane na povprečno odraslo osebo (NHS choices 2014).

»Cilj uvedbe GDA je bila pomoč potrošniku pri razumevanju informacij o prehranskih vrednostih živila, ki so zapisane v deklaraciji na pakiranih izdelkih. Sprva na zadnji strani embalaže, sedaj pa obvezno na prednji strani. Pogosto zapletene informacije, ki so zapisane v deklaraciji izdelka, se preko GDA prevedejo v potrošniku razumljivo, enostavno in uporabno obliko, ki potrošniku olajša odločitve pri izbiri in nakupu hrane.« (Širca Čampa)

Nekatera manjša pakiranja nimajo prostora na prednji strani za celoten podatek o RI, zato je dovoljeno, da vsebujejo samo podatek o energijski vrednosti. Ostali podatki pa morajo biti na zadnji strani embalaže v deklaraciji.

Slika 2.5: Referenčni vnos



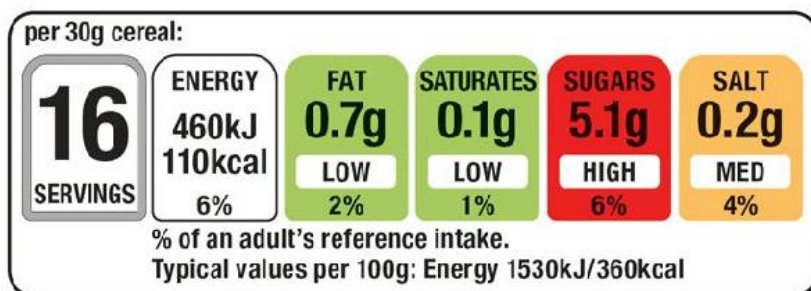
Vir: Širca Čampa (2013).

Traffic light labeling – sistem »semaforja«

Prostovoljni sistem, ki ga uporabljajo v Veliki Britaniji od leta 2006. Uvedla ga je Agencija za prehranske standarde, t. i. Food Standards Agency (v nadaljevanju FSA). Označevanje je na prednji strani izdelka, kjer se uporabljajo tri različne barvne označbe - zelena, oranžna in rdeča, ki pa mora biti dopolnjeno tudi na zadnji strani! Barve rangirajo vsebnost posameznega hranila v živilu na 100 g/ml ali na porcijo. Barvno se označujejo naslednja hranila: maščobe, nasičene maščobe, sladkor in sol. Zelena barva pomeni majhno vsebnost posameznega hranila v živilu. Oranžna pomeni srednjo vsebnost in rdeča veliko vsebnost. Poleg tega morajo biti na prednji strani podane informacije o energijski vrednosti v kilojoulih in kilokalorijah na 100 g/ml ali porcijo. Hranilne vrednosti pa izražene v gramih. Zraven barvnih oznak naj bi bil dodan opis »visoka«, »srednja« ali »nizka« za lažje razumevanje potrošnika (Government of the United Kingdom 2013).

Sistem je enostaven in hitro razumljiv za potrošnika. Spodbuja prepoznavanje bolj zdrave alternative in pomaga pri hitri primerjavi sorodnih izdelkov. Raziskave so pokazale, da je posebej pomemben pri potrošnikih iz nižjih socialno-ekonomskih razredov, saj jim je ta sistem blizu, lažje ga interpretirajo. V tem sloju je tudi največja problematika prekomerne telesne teže in debelosti (World Cancer research Fund 2016).

Slika 2.6: Sistem »semaforja«



Vir: Triggles (2013).

Ta sistem je bil predlagan za uporabo tudi pri nas, vendar ni bil izglasovan. Slovenija je podprla italijansko prehransko industrijo, ker naj bi bil semafor za potrošnika problematičen

in večina tradicionalnih živil, kot so npr. pršut, oljčno olje itd., bi nosilo rdečo oznako (Zveza potrošnikov Slovenije 2014).

Neka evropska raziskava kaže, da so pridevniki na nalepkah živil, kot so: visoka, srednja ali nizka, najbolj učinkoviti, ko potrošnik izbira med živili. Kategorizacija produktov z zvezdicami je za potrošnike težje razumljiva, ker je število zvezdic v obratnem sorazmerju s tem, kako se izdelek odreže pri vsebnosti maščobe, in neposredno povezano s tem, kako dobre so vlaknine. Odstotek priporočenega dnevnega vnosa je potrošniku zelo v pomoč. Večina vprašanih ima željo po uporabi odstotka GDA, tako na porcijo kot na 100 g/ml (Baltas 2001).

2.4 OZNAČEVANJE HRANILNIH VREDNOSTI V EU IN SLOVENIJI

Označevanje hranilnih vrednosti je končno zakonsko določeno in poenoteno za vse evropske članice tudi v Sloveniji. Od decembra 2014 smo v fazi urejanja in usklajevanja, ki pa se zaključi konec leta 2016. Takrat je jasno določeno, kako moramo postopati dalje. Pot je bila dolga, narejenih je bilo veliko raziskav in razprav, da so se stvari dorekle.

V razpravi, ki jo je organizirala organizacija Friends of Europe, je Mandelin dejal, da je treba potrošniku na embalaži navesti informacijo, ki jo razume. Zaradi tega ni dovolj samo napisati, koliko soli, sladkorja, kalorij in podobno vsebuje posamezno živilo, temveč ga je treba tudi izobraziti, da bo vedel, kaj posamezne oznake in vrednosti pomenijo. Evropska komisija se ni odločila za britanski sistem barvnega označevanja, ker želi potrošniku omogočiti boljšo izbiro in noče prepovedati nakupa določenih živil. Z informiranjem potrošnikov želi zmanjšati število debelih (Madelin 2008). Vedno več ljudi se bojuje s prekomerno telesno težo, zato so v EU leta 2003 z izboljševanjem zakonov potrošnike začeli usmerjati, da bi dobili boljše prehranske navade. Zato naj bi živila sporočala količino najpomembnejših hranilnih snovi (količino sladkorjev, nasičene maščobe, soli, energijska vrednost - kalorije). Leta 2009 so se na novo označevala pripravljena hrana in nealkoholne pijače. V več raziskavah, narejenih med evropskimi potrošniki, so ugotovili, da si potrošniki želijo jasne in berljive nalepke na živilih. Da lažje ločijo med oglasnim delom in podatki o hranilnih vrednostih. Želijo si predvsem enotno ureditev. Največ zanimanja je bilo za nalepko na prednji strani živila, ki že na prvi pogled sporoča pomembnejše informacije o živilu (Drčar Murko 2008).

Nova uredba Regulation (EU) No. 1169/2011 o zagotavljanju informacij o živilih potrošnikom je začela veljati 13. decembra 2014. Obveznost zagotavljanja informacij o hranilni vrednosti pa se mora uporabljati od 13. decembra 2016 naprej.

Novi zakon združuje dve direktivi v eno zakonodajo:

2000/13/ES - Označevanje, predstavljanje in oglaševanje živil (v veljavi do 12. decembra 2014) in 90/496/EGS - Označevanje hranilne vrednosti živil (podrobneje smo že opisali v 2. poglavju).

Ključne spremembe se nanašajo na:

- določena je najmanjša velikost črk;
- poudarjene besede, kadar so predstavljeni alergeni;
- obvezna informacija o alergenih tudi za ne-predpakirane izdelke v restavracijah in lokalih;
- zahteva določenih informacij o hranilnih vrednostih za večino predpakiranih predelanih živil;
- obvezne informacije o poreklu svežega mesa prašičev, ovc, perutnine in koz;
- enake zahteve za spletne trgovine;
- seznam nanomaterialov v sestavinah;
- posebne informacije o rastlinskem izvoru rafiniranih olj in maščob;
- okrepljena pravila za preprečevanje zavajanja;
- navedba nadomestne sestavine pri imitaciji živila;
- jasna navedba odmrznjenih izdelkov (European Commission 2016).

Preko telefona je bila izvedena raziskava med Slovenci glede interesa potrošnikov za obvezno označevanje hranilnih vrednosti na vseh živilih. Slovence zanimajo predvsem količina maščob, vitaminov, mineralov ter sladkorjev. Manj se nagibajo k informaciji za energijsko vrednost, vsebnost vlaknin in ogljikovih hidratov. Zanimivo je, da je več kot polovica sodelujočih v raziskavi pozorna na označbe pri nakupu in primerja med podobnimi izdelki.

Sprejeti predlog uredbe bi bil v pomoč potrošnikom, saj bi bili bolj informirani o živilih, ki jih kupujejo. Proizvajalcem pa bi to prineslo več težav, npr. večji finančni stroški, kot pa koristi (Ministrstvo za zdravje 2008).

2.4.1 POMEN OZNAČEVANJA HRANILNIH VREDNOSTI DANES

Danes je preveč vseh sporočil in informacij na živilskih izdelkih, zato je kupec hitro zmeden. Poleg tega sistemi označevanja zahtevajo neko znanje in razumevanje kupcev, kar pa je pri današnji raznolikosti, tako izdelkov kot izobrazbe, zelo težko. Podatek o hranilni vrednosti živila na izdelku potrošniku zelo olajša izbiro. Potrošniki imajo težave z razumevanjem oznak, večinoma na izdelku ne najdejo podatka, ki ga želijo preveriti. Zaradi porasta pretirane debelosti v EU so se države poenotile in začela so se posvetovanja o izpolnitvi zakonov, ki naj potrošnikom privzgojijo zdrave prehranjevalne navade. Med potrošniki pa so najbolj zaželen take oznake, ki bi na prvi pogled sporočile kupcem, katero živilo je primerno in katero ni primerno (Černoga 2009). Robert Madelin, generalni direktor za zdravje in varstvo potrošnikov pri Evropski komisiji, meni, da je potrebno ugoditi željam potrošnikov, ki zahtevajo več informacij o živilih. Potrošnika je potrebno najprej izobraziti, da bo razumel vse oznake in vrednosti, ki so navedene na embalaži. Ni dovolj zgolj informacija, koliko kalorij, sladkorjev, soli in maščob vsebuje živilo, če si tega ne znamo predstavljati. Ideja Evropske komisije je bila, da se izobraževanje začne že v osnovnih šolah, učence bi poučili o tem, kaj je zdrava hrana, kako se jo pripravi, opozorili na omejitve presladke in preslane hrane ipd. Skratka, že zelo zgodaj naj bi človek izoblikoval svoj vzorec zdravih prehranjevalnih navad. Dolgo časa je veljalo, da obstaja neka vez med izobrazbo in debelostjo. Nižji sloj, ki je neizobražen, naj bi kupoval predvsem neustrezno hrano, hitro pripravljeno, saj taki ne kuhajo sami. Ta vez se je dostikrat izkazala za nelogično, saj je po številu debelih ljudi več kot pa neizobraženih, prav tako pa so izobraženi ljudje debeli. Tudi prehranjevalne navade je težko opredeliti, saj ima skoraj vsaka država svoje tradicije. Med pomembnejšimi dejavniki, ki močno vplivajo na potrošnika in njegovo izbiro pri nakupu, so razni mediji in njihovi oglasi. Po podatkih Evropske zveze za varstvo potrošnikov ima povprečen potrošnik pol ure časa, namenjenega nakupu. Pol ure je zelo malo časa, da potrošnik preveri vse informacije na živilih, jih primerja med podobnimi ter se odloči za nakup. Zato morajo biti oznake hranilnih vrednosti enostavne in na sprednji strani izdelka. Podatek priporočene dnevne količine pa naj

bi bil zavajajoč, saj potrošnik ne spremlja, koliko je recimo že zaužil tekom dneva. Pravijo, da morajo biti na izdelkih navedene tudi pozitivne informacije, ne samo tisto, kar je škodljivo zdravju. Dorette Corbey, poslanka Evropskega parlamenta, dodaja, da se bodo tudi proizvajalci morali bolj potruditi in proizvajati kakovostnejšo hrano. Končna izbira pa je prepuščena potrošnikom. Po njenih podatkih največ potrošnikov pred nakupom preveri rok trajanja, nato kalorije in na koncu alergene (Madelin 2008). Mnoge raziskave, narejene v Ameriki in Veliki Britaniji, govorijo o tem, da je uporaba oznak hranilnih vrednosti zelo velika. Vendar zelo majhna ob dejanskem nakupu izdelkov. Korelacija med prehrano in zdravjem je potrošniku zelo pomembna in je povezana z uporabo oznak hranilnih vrednosti (Ranilović in Colić Barić 2013).

2.5 ODNOS POTROŠNIKA DO INFORMACIJ NA ŽIVILIH IN ODLOČANJE ZA NAKUP

Vzroki, ki so spodbudili zanimanje za prehrano, so medijska pozornost, spreminjajoče potrebe in stil življenja, ki so vez med prehrano in boleznimi. Družbeni trendi vplivajo na potrošnikovo izbiro in povpraševanje. Najbolj opevani izrazi raznih strokovnjakov, ki jih je moč zaslediti na vsakem koraku, so: zdravo življenje, telesna aktivnost, zdrava prehrana, manjši vnos alkohola in stres (Shine in drugi 1997). V zadnjih letih se je pojavila usmerjenost k zdravemu načinu prehranjevanja, kar je povečalo potrošnikove zahteve po podrobnih, točnih in dosegljivih informacijah, ki so na embalažah izdelkov živil. Na embalaži so informacije o vsebini prehranskih hranil, sestavinah izdelka, trditve glede varnosti hrane, kot npr. datum porabe, skladiščenje in navodila za kuhanje (Abbott 1997). Označevanje hranilnih vrednosti je vzpodbudilo veliko zanimanja, interes je predvsem povečati potrošnikovo zavzemanje za zdravje in prehrano. Označevanje živil naj bi omogočilo informirano in preiščeno izbiro za potrošnika, spodbudilo porabo in proizvodnjo zdravju prijaznih izdelkov, povečalo povpraševanje po zdravi hrani, spodbudilo konkurenco pri kakovosti prehrane. Učinki označevanja hranilnih vrednosti so odvisni od organizacije in načina predstavitve informacij. Označevanje je le eden od mnogih kanalov informiranja, ki je dostopen potrošniku. Poleg tega kanala vplivajo na nakupne odločitve tudi množični mediji, knjige, oglaševanje, izobraževalni programi in zdravstveni nasveti (Baltas 2001). Vse več je promocije zdravja v povezavi s hrano in prehranjevalnimi navadami, ki močno vplivajo na potrošnikovo odločanje pri

nakupu. Kamin (v Merljak 2007) pravi: »Zdravje ni več le vrednota, temveč postaja tudi dobrina, blago, ki se ga da kupiti. Zdravje je s pomočjo medijev postalo zelo popularno in se dobro prodaja.«

Pri nakupovanju zdrave hrane ljudje največkrat preverijo vsebnost maščob, energije ter količino hranil na 100 g. Slednji podatek je dvakrat bolj pogosto preverjen, kot pa količina hranil na porcijo (Higginson in drugi 2002). Oznake na živilih so namenjene informiranju potrošnika o glavnih sestavinah izdelka ter o vsebnosti aditivov in začimb, pogosto pa se na izdelkih pojavijo tudi podatki o hranilni vrednosti. Raziskave kažejo na to, da veliko potrošnikov ne pozna pomena vseh oznak na živilih, zaradi česar so se pojavile potrebe po vzpostavitvi bolj enostavnih konceptov. Po drugi strani pa obstajajo potrošniki, ki zahtevajo podatke, ki so popolni in podrobni (Wandel 1997).

Raziskavo o tem, kakšen odnos imajo Slovenci do označevanja hranilnih vrednosti na živilih, je izvedlo Ministrstvo za zdravje. Preko telefona je bilo anketiranih 721 naključno izbranih državljanov. Da je označevanje hranilnih vrednosti živil pomembno za vsa živila je menilo 92 % vprašanih. 20 % anketirancev vedno pogleda označbe, 45 % anketirancev pa pogosto. Ženske (95,5 %) menijo, da je označevanje pomembno, medtem ko je moških s tem mnenjem nekoliko manj (87 %). Večjo pomembnost označevanju živil pripisujejo anketiranci v starosti od 30 do 50 let, mlajšim pa so ti podatki nepomembni. Označbe pogosteje preberejo ženske in ljudje z višjo stopnjo izobrazbe. Anketiranci največkrat preverijo vsebnost maščob v živilu. Drugi preverjeni podatki, ki si sledijo od pomembnejših do manj pomembnejših so: minerali in vitamini, sladkor, energijska vrednost, ogljikovi hidrati, beljakovine, vlaknine in soli. Najredkeje preverjen podatek je o vsebnosti transmaščobnih kislin. Ženske pogosteje preverijo navedene hranilne snovi, medtem ko preverjanje podatka o vsebnosti soli v izdelku ni statistično povezana s katero izmed demografskih spremenljivk. Oznako GDA (priporočen dnevni vnos) ja na izdelkih opazilo skoraj 50 % vseh anketiranih, ki pa so bili večinoma mlajši od 30 let (65%). Starih med 30 in 50 let, ki opazijo to oznako je manj (34 %) (Skupina Parsifal, Ministrstvo za zdravje 2008).

Po podatkih raziskave bi lahko sklepali, da Slovenci so zainteresirani za pregledovanje označb hranilnih vrednosti na živilih. Problemi se kažejo pri mladih do 30 let; ta segment nima interesa, niti se jim ne zdi to potrebno. Izpostaviti je potrebno tudi stopnjo izobrazbe, saj manj izobraženim primanjkuje znanja za razumevanje označb, pri bolj izobraženih teh problemov ni zaznati. Na splošno bi lahko rekli, da je odstotek tistih, ki uporabljajo te oznake na živilih med nakupom, še vedno relativno majhen. Če povzamemo vse informacije raziskav, ki so bile narejene na to temo, lahko trdimo, da prevladuje velik odstotek potrošnikov, ki so nepozorni na oznake hranilnih vrednosti.

2.5.1 POTROŠNIKOVA NEPOZORNOST DO INFORMACIJ NA ŽIVILIH

V večini raziskav, opravljenih do danes, ugotavljajo in dokazujejo odstotke uporabnikov oznak hranilnih vrednosti na živilih, ki se gibajo pod številko 50. Se pravi, da obstaja visok delež tistih, ki tem oznakam sploh ne posvečajo pozornosti.

Pred kratkim je bila v tujini narejena raziskava, ki analizira zaznavanje ovir in motivov pri branju prehranskih oznak na izdelkih med potrošniki, ki spregledajo oznake hranilnih vrednosti na živilih, medtem ko nakupujejo. Potrošnike, ki ne posvečajo pozornosti oznakam na živilih, ki teh oznak nikoli ne gledajo, ne poznajo ali nimajo želje po tem, so poimenovali »neuporabniki«. Ugotavljali so glavne razloge, zakaj potrošniki ne gledajo oznak. Največkrat potrošnik nima interesa prebirati informacij, veliko jih sploh ne nakupuje hrane, se pravi, to ni njihova naloga v gospodinjstvu ali pa preprosto nimajo časa. Raziskava pokaže, da bi bili zdravstveni problemi glavna motivacija za vzpodbudo k uporabljanju informacij. K uporabi bi pripomogle tudi večje črke, tisk na tabeli in pa več časa. Ugotovili so, da so zelo pomemben faktor za uporabljanje informacij na živilih posebne diete potrošnika. Potrošniki so prepričani, da obstaja vez med prehrano in zdravjem. Znanje je pomembna determinanta za razumevanje in branje oznak. Glavna razlika med uporabniki in neuporabniki so odnosi do zdravega prehranjevanja (Ranić in Colić Barić 2013).

Grunert in Wills (2007, 385 – 396) v svoji raziskavi ugotavljata, da prehranske informacije niso v največjem interesu potrošnikov, da bi jih brali. Obstaja pa razlika med zdravjem in prehrano na eni strani in ceno in okusom na drugi strani. Nekateri potrošniki tako dajo več pozornosti okusu in ceni ter dajejo manj pozornosti zdravju in prehrani. Generalno so

pozitivno naklonjeni označevanju za predpakirane izdelke. Interes do oznak hranilnih vrednosti se poveča, ko so prisotni kredibilni viri. Se pravi, če so posredniki zdravniki, nutricionisti, tudi prijatelji ali sorodniki. Interes je povečan tudi v situacijah, povezanih z izdelkom, ko ga potrošniki kupijo prvič in ko je potreba po teh informacijah največja. Nekateri so v raziskavah omenili nezainteresiranost do oznak na živilih, kadar so časovno omejeni. To pa je značilno za mnogo nakupov, še posebej pri nakupovanju hrane. Pomanjkanje časa med nakupovanjem poveča možnost nebranja informacij o hranilnih vrednostih. Potrošniki so v raziskavi poudarili, da so informacije hranilnih vrednosti težko razumljive in povzročajo zmedo, še posebej, ker se konstantno pojavljajo drugačne in nove informacije. Na splošno so najbolj razumljive informacije o energijski vrednosti kalorije. Ostale naštetih hranilnih snovi pa so nejasne. Potrošniki velikokrat zamenjujejo informacije hranilnih vrednosti s seznamom sestavin, pa tudi s prehranskimi trditvami, ki so velikokrat oblikovane tako, da pritegnejo največ pozornosti. Raziskave so pokazale, da so kalorije in vsebnost maščob najbolj pogosto opažena informacija na tabeli in tudi največkrat iskana. Na splošno gledano je potrošnikom najbolj všeč ideja o izboljšanju tabele hranilnih vrednosti in ideja pozicije tabele na prvi strani. Všeč jim je enostavnost. Zavedajo se, da med nakupom nimajo časa iskati informacij, še posebej ne na zadnji strani. Kritični so do slabe čitljivosti in neznanih izrazov. Težavo vidijo v interpretaciji določenih hranilnih snovi in pri številkah. Informacije o hranilnih vrednosti lahko povzročijo odpor potrošnikov, kadar se počutijo pod pritiskom, ko morajo izbirati med izdelki. Potrošniki so si različnih mnenj glede izračunov hranilnih vrednosti v odstotkih in gramih. Razlogi za uporabo odstotkov so enostavnost in težko jih je prezreti. Razlogi proti pa povečana kompleksnost in premalo informacij. Najbolj so dovzetni za tabele, kjer je vsebnost preračunana na odstotke ali grame na porcijo, manj pa na tabele z vsebnostjo, izraženo samo v odstotkih ali samo v gramih. Poudarili so, da je pomembno vedeti, kaj pomeni porcija. Glede razumevanja tabel so komentirali, da jih je težko najti, so slabo čitljive, nejasne, izrazoslovje je neznan. Velikost črk je premajhna, uporabljenih je preveč različnih jezikov, pogrešajo več barv, tako za kontrast besedila kot samo za ozadje tabele. Problemi se pojavljajo pri izračunih v številkah, za nekatere celo v odstotkih.

Pinsloo in drugi (2012, 83 – 94) so mnenja, da motivi branja oznak hranilnih vrednosti izhajajo iz osebnih potreb, zdravstvenih stanj ali verskih prepričanj. Sprožijo jih zunanje sile, vpliv medijev itd. Potrošniki, zvesti določeni blagovni znamki izdelka, ne iščejo vedno informacij hranilnih vrednosti. Ponavadi kupujejo iste izdelke, ki jih poznajo in so z njimi

zadovoljni. Velikost oznak otežuje možnost, da bi bilo na oznaki več informacij. Potrošniki, ki imajo probleme z vidom, imajo težave pri branju oznak. Negativni občutki pridejo tudi v primeru neznanih simbolov in izrazov. Preveč informacij na oznaki pa lahko povzroči nasproten učinek, potrošnik zaradi tega ignorira oznake ali zavrne izdelek. Tak odnos je tudi, kadar informacij na oznakah ne razumejo. Zato izberejo tak izdelek, pri katerem so informacije o hranilnih vrednostih bolj razumljive. To bistveno vpliva na odločanje pri nakupu hrane. V zaključku svoje raziskave so poudarili, da bi bilo potrebno izobraziti potrošnike na vseh področjih uporabe oznak hranilnih vrednosti, zato da bi znali uporabljati oznake in jih kar najbolje izkoristili sebi v prid. Potrošnikova pričakovanja so različna tudi glede fizičnih lastnosti oznak in lastnosti, povezanih z vsebino. Ugotovijo še, da je nemogoče izdelati oznako, ki bi zadovoljila potrebe vsakega potrošnika.

3 RAZISKAVA

V naslednjem delu bom predstavila rezultate kvalitativne raziskave – intervjuja. Najprej bom opredelila raziskovalni problem in cilje raziskave. Sledi podroben načrt raziskave, predstavitev rezultatov in povzetek glavnih ugotovitev.

3.1 PREDSTAVITEV RAZISKOVALNEGA DELA

Po celem svetu in tudi v Sloveniji se bojujejo z zdravstvenimi problemi, ki se pojavljajo zaradi nepravilnega prehranjevanja in neustrezne hrane. Vse več ljudi ima probleme z odvečno telesno težo, sladkorno, holesterolom in še bi lahko naštevali. Te probleme skušajo omejiti in zmanjšati število obolelih. To rešujejo na razne načine. Eden izmed načinov je uvedba oznak hranilnih vrednosti na živilih in poenotenje sistemov označevanja na mednarodni ravni. Oznake naj bi osveščale potrošnike in jih spodbujale k pravi odločitvi pri izbiri primerne in zdrave hrane. Največ raziskav o vplivu oznak hranilnih vrednosti na živilih pri odločanju za nakup je bilo narejenih na temo potrošnikov, ki berejo te oznake. Mojo pozornost so pritegnili tisti potrošniki, ki teh oznak ne berejo, jih ne uporabljajo ali celo ignorirajo. V svoji nalogi želim raziskati, kakšen odnos do oznak hranilnih vrednosti na

živilih imajo potrošniki in kako to vpliva na odločanje za nakup. Zanimalo me je predvsem, kateri so razlogi, da potrošniki ne berejo oznak, in kaj bi jih spodbudilo k povečanju njihove pozornosti do oznak. S krajšimi intervjuji sem poizkušala priti do teh odgovorov. Na koncu sem podala predloge, ki sem jih kot potrebne opazila med raziskavo.

3.2 PREDSTAVITEV RAZISKOVALNIH VPRAŠANJ

Namen raziskave je ugotoviti, kakšen odnos do oznak hranilnih vrednosti na živilih imajo potrošniki, ki oznak ne berejo. Zanimali so me njihovi notranji občutki zaradi nebranja oznak in kaj bi jih motiviralo k temu, da bi oznake začeli brati. Raziskovala sem tudi potrošnikova stališča in prepričanja v povezavi z zdravjem in nepozornostjo do oznak hranilnih vrednosti.

3.2.1 OMEJITVE PRI RAZISKOVANJU

Omejitve so se pokazale pri izbiranju intervjuvancev. V raziskavo nisem mogla zajeti vseh naključnih potrošnikov, temveč sem morala izbrati take, ki oznak hranilnih vrednosti na živilih ne berejo, zato da sem lahko prišla do odgovorov, ki so se nanašali na raziskovalna vprašanja. Ker se v raziskavi osredotočam samo na potrošnike, ki oznak ne upoštevajo, ne berejo ali ignorirajo, sem naključnega potrošnika najprej vprašala, ali gleda oznake hranilnih vrednosti. Če je bil odgovor ne, sem ga povabila k sodelovanju za intervju. Na ta način sem pridobila potrošnike, ki so sodelovali v raziskavi.

3.3 METODE, VZOREC IN IZVEDBA RAZISKAVE

Do podatkov sem prišla z uporabo kvalitativne metode. Izvedla sem delno strukturiran intervju z naključnimi potrošniki. Kriteriji za izbiro potrošnikov so bili sledeči: potrošniki, ki ne berejo, ne uporabljajo ali ignorirajo oznake hranilnih vrednosti na živilih. Imela sem v naprej pripravljena vprašanja, ki so služila kot smernice za celoten pogovor. Vprašanja so bila večinoma odprtega tipa, usmerjena so bila v dejstva, mnenja in osebna stališča vprašanih. Intervju obsega sedem vprašanj. Tri vprašanja vsebujejo podvprašanja, ostala so kratka in enostavna. Zadnje vprašanje je podkrepljeno s slikovnim gradivom za lažjo predstavo in

pomoč pri primerjavi. Zbiranje podatkov je potekalo v prvi polovici junija 2016. V raziskavo sem zajela sedem naključnih potrošnikov. Od tega so bili štirje potrošniki ženskega spola in trije potrošniki moškega spola. Starostni razpon je od 22 let do 79 let. Intervjuji so večinoma potekali pred nakupovalnimi centri z živili. Izvajala sem jih v mirnih kotičkih pred trgovinami oziroma v njih, kjer je bila zagotovljena sproščujoča atmosfera. Pogovori so trajali povprečno od 8 do 20 minut. Zaradi višje kakovosti podatkov in njihove izčrpnosti so bili vsi pogovori snemani z diktafonom. Vsi intervjuvanci so bili seznanjeni s snemanjem in so se strinjali z uporabo njihovih odgovorov za namene raziskovanja moje diplomske naloge. Pogovori so potekali sproščeno in tekoče. Zapletov ni bilo.

Kvalitativno raziskovanje odkriva vsakodnevne običajne situacije oseb, skupin, družb. Raziskuje ljudi, njihovo razmišljanje, njihovo interpretacijo dogodkov in kako reagirajo na določene trenutke v svojem življenju (Kordeš in Smrdu 2015). Analizira se razne sociološke situacije, procese, stališča in pojave. Analiza podatkov na koncu prinese rezultate, ki predstavljajo odgovor na raziskovalna vprašanja (Petek 2014). Intervju je tehnika zbiranja podatkov, kjer poteka pogovor med osebama. Ena oseba je spraševalec, druga pa vprašanec. Ponavadi spraševalec raziskuje mnenja, stališča, čustva, namere intervjuvanca (Vogrinc 2008).

3.4 REZULTAT RAZISKAVE

Rezultate raziskave bom predstavila znotraj petih tematskih sklopov. Sklopi so sledeči: odnos do oznak hranilnih vrednosti, razlogi neupoštevanja oznak hranilnih vrednosti, motivacija potrošnikov k večjemu zanimanju za oznake, stališča in prepričanja, razne ideje potrošnikov, povezane z oznakami. V vsakem sklopu sem primerjala odgovore na zastavljena vprašanja, iskala sem podobnosti in razlike, ki so se pojavile med pogovorom. Sklope sem dobila z navzkrižno analizo. Odgovore intervjuvancev sem povezovala v smiselne enote in iz tega dobila teme oziroma kategorije. Kategorije sem zaznala ob prepisovanju in prebiranju intervjujev ter ob kodiranju.

3.4.1 ODNOS DO OZNAK HRANILNIH VREDNOSTI

V tem poglavju navajam odnose intervjuvancev do hranilnih vrednosti. S tem bom odgovorila na raziskovalno vprašanje: Kakšen odnos do oznak hranilnih vrednosti na živilih imajo potrošniki, ki so nepozorni na oznake? Pri vprašanju: ali veste, kje na izdelku/živilu se nahajajo oznake hranilnih vrednosti, sem prišla do ugotovitev, da nobeden od sodelujočih v intervjuju ne bere oznak hranilnih vrednosti, večina intervjuvancev ve, kaj je oznaka, se pravi oznako znajo prepoznati. Ne vedo pa vsi, kje točno na embalaži je oznaka. Večina meni, da je oznaka na zadnji strani embalaže, vendar ne točno, kje na zadnji strani. Gospodična Agata meni, da je oznaka na sprednji ali na zadnji strani. Gospa Mojca pa je prepričana, da lahko kjerkoli dobi prostor na embalaži. Ob spoznanju so tisti, ki prej za pozicijo tabele niso bili prepričani, večinoma mnenja, da sama pozicija ni moteča in je tam, kjer mora biti, oziroma jim je vseeno, nepomembno. Eden izmed intervjuvancev pa je izrazil mnenje, da bi tabela morala biti na prednji strani embalaže, saj bi bila bolj opazna. Jože: »Jaz bi jo dal spredaj, ker ti prvo pade v oči.« (Intervju, Jože 2016) Pri prebiranju izrazov, števil in merskih enot nihče od udeležencev ni imel problemov. Se pravi, tabelo so znali prebrati vsi. Problem se je pojavil pri podatku, kjer je vsebina hranilnih snovi živila preračunana in pretvorjena na 100 g izdelka. Ta podatek jih je zmedel in delno tudi razburil, ker si mora vsak sam preračunati, koliko sestavin dejansko vsebuje embalaža kot celota. Gospa Mojca je komentirala, da tudi, če si preračuna, koliko snovi je v embalaži, še vedno ne ve, koliko je priporočljiv dnevni vnos določene snovi. Nekateri so se ustavili pri izrazu nasičene in nenasičene maščobe. Pomen teh izrazov jim je tuj. Najbolj razumljiv in enostaven podatek jim je bila energijska vrednost, ki ga vsak razume. Gospa Mojca je še dodala, da vse oznake ignorira, saj ji je najpomembnejši okus hrane. In če ji okus zadosti potrebo, potem se znova odloči za tak izdelek. Dodaja še, da svojo pozornost namenja predvsem oznakam bio. Redno pa spremlja VIP teste, ki so ji smernica za nakup bolj zdravih živil. Večina udeležencev nakupi živila v trgovini, kjer vzamejo, kar potrebujejo. Ne razmišljajo, ne trošijo energije in časa za izbiranje med izdelki.

3.4.2 RAZLOGI ZA NEUPOŠTEVANJE OZNAK HRANILNIH VREDNOSTI

Razlogov, zakaj vprašani ne berejo oznak hranilnih vrednosti na živilih, je kar nekaj. V prvi vrsti bi omenila, da so si vsi enotni glede pomanjkanje časa. Ker ni časa, ne gledajo oznak.

Nakupijo, kar potrebujejo, med nakupom ne razmišljajo veliko. V nekaterih primerih je njihov nakup rutina. Se pravi, da so navajeni na iste izdelke, izdelke, ki jim zaupajo in jih poznajo. »Doma imamo iste stvari, isto jemo, smo navajeni na en produkt in potem se niti ne sprašuješ, vzameš in poješ v dobri veri, da je približno dobro.« (Intervju, Dimitrij 2016) Naslednja pomembna ovira za neupoštevanje oznak je ta, da večinoma ni interesa. Gospod Borut je izpostavil tudi, da sam zelo malo nakupuje, saj za to skrbi njegova partnerka. Zato posledično tudi ne gleda oznak. Kot oviro bi izpostavila tudi drobni tisk. Sam format je za večino moteč, saj bi se morali res potruditi, da bi pogledali in prebrali. Najstarejša intervjuvanka je izjavila, da za njeno starost velikost črk res ni primerna, je premajhna. Gospa Urša je mnenja, da drobni tisk odvrča od branja. Gospod Borut pa je celo prepričan, da kar je v drobnem tisku, je slabo. Razlog neupoštevanja je tudi nezaupanje v informacije, ki so na oznaki. Čeprav se intervjuvanci zavedajo, da za navedbo informacij obstajajo pravila in določila, ki se jih proizvajalci morajo držati, pa vseeno ne zaupajo stoodstotno. Zanimivo je, da najmanj zaupajo močnim in velikim proizvajalcem živil, bolj so naklonjeni malim, kjer je tudi zaupanje večje. Moteč dejavnik je izračun hranilnih snovi na 100 g izdelka. Ta izračun je zapleten. Gospod Jože je celo mnenja, da je zavajajoče, saj vsi niso pozorni na ta podatek in potem se hitro posploši. Tabela hranilnih vrednosti je nekaterim nepregledna, nejasna. Kritika je bila tudi zaradi besedila in različnih jezikov, ker jih je preveč. Nepoznavanje izrazov jih odvrča od branja oznak, saj ne razumejo in si s tem ne morejo pomagati. Neznanje jih ovira pri tem, da bi bili pozorni na tabelo hranilnih vrednosti. Gospa Mojca je pojasnila, da je v trgovinah enostavno preveč izdelkov, da bi pri vseh gledali oznake in potem primerjali, kateri izdelek je najbolj primeren.

3.4.3 MOTIVACJA POTROŠNIKOV K VEČJEM ZANIMANJU ZA OZNAKE

Katere bi bile tiste prave motivacije, ki bi potrošnike spodbudile k bolj pogosti uporabi oznak hranilnih vrednosti. To je eno izmed raziskovalnih vprašanj, na katerega odgovarjam. Najpomembnejši motiv so zdravstveni problemi. Vsi so mnenja, da če bi imeli zdravstvene težave, kot so na primer prekomerna telesna teža, sladkorna, holesterol, bi postali pozornejši na oznake hranilnih vrednosti na živilih. Kot pravi gospa Mojca: »Zmeraj pride prej bolezen, potem pa začneš gledat.« (Intervju, Mojca 2016) Urša: »Verjamem, da je pravilen način

prehranjevanja, se pravi zmeren vnos hranilnih vrednosti v telo, pogoj za zdravje.« (Intervju, Urša 2016) Poudarila bi, da sta dva intervjuvanca sama omenila povezavo med zdravstvenimi težavami in uporabo oznak. Se pravi, da sta sama predlagala, da bi ju zdravstveno stanje motiviralo ali spodbudilo k večji pozornosti do oznak hranilnih vrednosti. Veliko negativnih mnenj je bilo izraženih na temo oblike, oblikovanja in velikosti tabele hranilnih vrednosti. Več kot pri polovici sodelujočih pri intervjuju bi verjetno pritegnile večjo pozornost bolj jasne, razločne tabele, z manj besedila in z večjimi črkami. Gospa Nada bi bila bolj dovzetna za branje oznak, če bi bila tabela drugačne oblike, z drugačnim besedilom. Nada: »Če imaš okrogle linije, je to spet lepše za pogledat, kot pa v kvadratnih oblikah, ampak s tem se ne spremeni vsebina, mogoče človek lažje pogleda te podatke.« (Intervju, Nada 2016) Tabela bi pritegnila pozornost, če bi bila umeščena na sprednjo stran, na bolj vidno mesto, na sredini ali zgoraj, in obarvana z raznimi barvami. Gospa Nada meni, da bi tabele, ki bi bile bolj »user friendly« (prijazne uporabnikom) in ki bi zahtevale manj časa in energije, uporabljalo več potrošnikov. Motiviral bi jih tudi poenoten sistem, količine, izražene v procentih, in izračun vsebnosti hranilnih vrednosti na dejansko količino v embalaži in ne na 100 g.

3.4.4 STALIŠČA IN PREPRIČANJA

Stališča in prepričanja so si različna, sploh v povezavi z zdravjem in neuporabo oznak hranilnih vrednosti. Gospa Mojca je prepričana, da bi brala oznake v primeru prekomerne telesne teže: »Sto kilogramov bi morala imet, da bi to začela gledat ... Če ni zdravstvenih težav, tega ne gledaš.« (Intervju, Mojca 2016) Prepričana je, da uporaba oznak ne pomaga do boljšega zdravja. Nasvet strokovnjaka za izogibanje določene hrane oziroma hranilnih snovi bi upoštevali, saj gre za kredibilno mnenje. Dimitrij meni, če bi imel voljo in željo prebrati oznako, bi jo tudi v drobnem tisku. Z ozirom na prejšnje poglavje, kjer je omenjen drobni tisk kot ovira nebranja oznak. Jože je prepričan, da so količinsko sestavine enake kalorijam, ki jih je potrebno šteti in vnos tudi porabiti. Borut meni, da s tabelami in podatki načeloma ni nič narobe. Morali pa bi postaviti neke meje pri predelavi hrane, se pravi, bi bilo potrebno omejiti oziroma določiti neko mejo, zmanjšati količino predvsem sladkorja in soli v sami hrani.

3.4.5 IDEJE POTROŠNIKOV, POVEZANE Z OZNAKAMI

Med intervjujem so sodelujoči začeli bolj poglobljeno razmišljati o tej temi. Porodile so se razne ideje, ki so se mi zdele pomembne, zato jih bom navedla kot zanimivost. Porodila se je ideja o izobraževanju na tem področju, kar bi bilo smiselno glede na to, da večina intervjuvancev ne razume vseh izrazov, števil in enot v tabelah. Če bi bil podan izračun na dejansko količino produkta v embalaži, ne bi delovalo zapleteno. Jože je predlagal poleg besedila še slikovni prikaz, ki bi ponazarjal določeno stopnjo debelosti. Se pravi, na primer, kjer je prevelika količina sladkorja v živilu, bi morali zraven narisati debelega »človečka«, ki bi opozoril na to lastnost.

3.5 DODATNE UGOTOVITVE

Poleg zgoraj opisanih sklopov bi izpostavila še dodatno ugotovitev na temo angleškega sistema označevanja hranilnih vrednosti na živilih. V intervjujih sem pri zadnjem vprašanju pokazala tudi sliko – primer semaforkega označevanja, ki ga uporabljajo v Angliji. Tako so intervjuvanci lahko primerjali njihov sistem z našim. Nastali so zanimivi komentarji in ugotovitve. Izpostavila bi, da so vsi udeleženci enotnega mnenja, vsi so bolj dovtetni za sistem semaforja. Zakaj? Ker je sistem bolj razumljiv in jasn zaradi uporabe barv. Barve, zelena, oranžna in rdeča, označujejo majhno, srednjo in veliko vsebnost posameznega ključnega hranila v živilu. Je bolj pregleden, podatki pa so kratki in jedrnat. Torej ne vzame preveč časa za odločanje, primerjava med podobnimi izdelki je enostavna. Kot je komentirala gospa Nada, je potrošniku prijazen za uporabo. S stališča razumevanja je sistem dostopen vsem potrošnikom, tako izobraženim kot neizobraženim. Predvsem zaradi izračuna količine snovi v odstotkih. Kot sem omenila, bi ga vsi intervjuvanci nadomestili z obstoječim. Tudi gospod Dimitrij, kljub komentarju, kjer je izrazil dvomljivost barv. Pravi, da so barve lahko po eni strani zavajajoče: »... te barve, če je z zeleno, je potem občutek, da je to dobro, v resnici pa ni. Je malo zavajajoče.« (Intervju, Dimitrij 2016)

4 DISKUSIJA IN ZAKLJUČEK

Raziskava nam je pokazala, da so odnosi do oznak hranilnih vrednosti na živilih zelo raznoliki. Potrošniki se zavedajo oznak hranilnih vrednosti, vedo, kako naj bi bile videti tabele, vseeno pa so zmedeni zaradi pozicije tabel na sami embalaži. Na splošno bi lahko rekli, da jim je vseeno za informacije na oznakah. Do podobnih ugotovitev so prišli tudi v raziskavi, v kateri Ranilović in Colić Barić (2013) potrošnike, ki jim je vseeno za oznake, poimenujeta kar »neuporabniki«. Tem potrošnikom je vseeno in oznake jim niso pomembne. Pri prebiranju transkriptov smo zasledili, da je najbolj razumljiva in največkrat opažena informacija na oznakah energijska vrednost. Tudi Grunert in Wills (2007, 390 – 391) v svoji raziskavi ugotavljata, da so največkrat iskane informacije v povezavi s hranilnimi vrednostmi kalorije in energijska vrednost. Na splošno so to najbolj razumljive in najbolj pogosto opažene informacije. Okus je enak užitku nekoga, ki ga doživlja med poizkušanjem ali okušanjem določene hrane (European Food International Council 2005). Okus je pomemben dejavnik pri izbiri izdelkov in pri odločanju za nakup. Včasih bolj kot vse informacije na embalaži. To je pokazala tudi naša raziskava, ki sovpada z raziskavo, omenjeno v teoretičnem delu. Potrošniki dajo več pozornosti okusu in manj pozornosti zdravju in prehrani (Grunert in Wills 2007, 389). V raziskavi ugotovimo, da je prisoten odnos do zdravega prehranjevanja, kljub ignoriranju prehranskih oznak. Del pozornost potrošniki posvečajo oznakam BIO. Pomembno vlogo pri odločanju za nakup živil pa imajo tudi VIP testi. To so pomembna mnenja in viri informacij, ki vplivajo na potrošnike. Kotler (2004, 208) pravi, da imajo javno objavljene ocene in izkušnje kritikov močan vpliv na nakupne odločitve. Potrošniki v raziskavi so navajeni hitrih nakupov, ne razmišljajo veliko in ne iščejo alternativ. Take nakupe Belch in Belch (2003, 106) poimenujeta impulzivni nakupi. To so nakupi v trenutku. Odločitev je sprejeta v trgovini med nakupom, brez večjega napora in z malo pozornosti.

Največja ovira nebranja in neuporabe oznak hranilnih vrednosti na živilih je pomanjkanje časa. Potrošniki so pod časovnim pritiskom, zato dostikrat pri nakupovanju hrane nimajo časa podrobneje preverjati izdelkov. Grunert in Wills (2007, 390) opažata v raziskavi isto. Potrošniki so nezainteresirani za oznake hranilnih vrednosti, kadar so časovno omejeni. To je značilno za večino nakupov. Čas je pomemben vir, ki ponavadi določa, koliko truda bo vloženega v odločitev (Salomon in drugi 2006, 338). V raziskavi ugotavljamo, da so potrošnikovi nakupi velikokrat rutinski. Navajeni so na en izdelek, ki ga poznajo in mu zaupajo. Zaradi tega potrošniki ne berejo oznak, saj menijo, da ni potrebno. Nakupovanje

hrane je rutina v nakupnem odločanju, ki zahteva nizko vpletenost in omejeno iskanje informacij (Pinsloo in drugi 2012, 84). Habjanič in Ušaj (1998, 38) pravita, kadar potrošnik nima časa, da bi se preveč poglobljal v nakup, takrat opravi zožen nakupni proces. In če je zvest določeni blagovni znamki, pomeni, da so potrošnikovi nakupi naučeni in si je poenostavil vsakodnevne rutine. Tisti potrošniki, ki so zvesti določeni blagovni znamki izdelka, ne iščejo informacij hranilnih vrednosti. Ponavadi kupujejo iste izdelke, ki jih poznajo in so z njimi zadovoljni (Pinsloo in drugi 2012, 90). Potrošnike ne zanimajo oznake hranilnih vrednosti. Prehranske informacije niso v največjem interesu potrošnikov, da bi jih uporabljali, brali (Grunert in Wills 2007, 389). Pomembne ovire, izpostavljene v raziskavi, se navezujejo na tabelo hranilnih vrednosti na embalaži. Moteč je drobn tisk, še posebej za starejše. Tak tisk odvrta od branja. Tabela je nepregledna, besedilo nejasno. Izrazi so potrošnikom nerazumljivi. Tabela vsebuje tudi preveč prevodov v tuje jezike, to povzroča zmedo. Naše ugotovitve se skladajo z raziskavo Grunerta in Willsa (2007, 392 – 394), ki navajata, da so tabele prav tako slabo čitljive, uporabljeni so nerazumljivi in nejasni izrazi. Velikost črk je premajhna, uporabljenih je preveč jezikov, manjkajo barve, tako za kontrast besed kot na ozadju. Informacije hranilnih vrednosti so na splošno težko razumljive in povzročajo zmedo, še posebej, ker se konstantno pojavljajo drugačne in nove informacije. Pri raziskovanju smo zasledili tudi problem zaupanja. Potrošniki ne zaupajo informacijam o hranilnih vrednostih. Zavedajo se, da so v ozadju določena pravila in zakoni, ki naj bi se jih proizvajalci držali, vendar je stopnja nezaupanja še vedno prisotna. Kljub predpisom o označevanju še vedno obstaja zaskrbljenost in dvom v kredibilnost in znanstveno resničnost, povezano z informacijami na oznakah živil (Pinsloo in drugi 2012, 93). Pri analizi transkriptov smo ugotovili, da so potrošniki zmedeni glede izračuna količine hranil v embalaži na 100 gramov. Ta podatek jim je nerazumljiv, nekaterim celo zavajajoč. To jih ovira pri uporabi prehranskih oznak, bolj jim je všeč izračun na porcijo. Naše ugotovitve ne sovpadajo z raziskavo iz teoretičnega dela, ki pravi, da je informacija o količini hranil na 100 gramov večkrat preverjena informacija kot pa količina hranil na porcijo (Higgins in drugi 2002). V tem primeru menim, da bi bilo potrebno uporabiti oba izračuna, saj bi zajeli širši segment potrošnikov in motivirali k uporabi oznak hranilnih vrednosti tiste, ki oznak ne berejo.

Glavna motivacija za uporabo oznak na živilih so zdravstvena stanja. Ob pojavu prekomerne telesne teže, sladkorne ali holesterola bi potrošniki začeli brati oznake. Podobne ugotovitve v svoji raziskavi navajata Ranilovič in Colić Barić (2013). Potrošniki so prepričani, da obstaja

pomembna vez med prehrano in zdravjem. Zdravstvene težave pa bi spodbudile interes in zanimanje za oznake. Potrošnikom trenutna oblika, dizajn in velikost tabele hranilnih vrednosti niso všeč, ker jih ovirajo pri branju in razumevanju. Izboljšave na tem področju bi jih spodbudile k uporabi oznak. Tabele bi morale biti bolj jasne, razločne, večje črke bi vzbudile večjo pozornost. Zelo so dovzetni za pozicijo oznake na prvi strani in poenoten sistem. Tabele bi bile na bolj vidnem mestu in hitro dostopne. Poenoten sistem pa bi odpravil zmedenost. Grunert in Wills (2007, 391 – 392) ugotavljata, da je potrošnikom najbolj všeč ideja, da bi se tabele hranilnih vrednosti spremenile v enostavnejše, ter ideja pozicije tabele na prvi strani. Preferirajo enostavnost, saj se zavedajo, da med nakupovanjem nimajo časa iskati informacij na zadnji strani embalaže. Želijo si boljšo čitljivost in razumljivejših izrazov. Najbolj so dovzetni za tabele, v katerih je vsebnost preračunana na odstotke ali grame na porcijo, manj pa za tabele z vsebnostjo, izraženo v odstotkih ali v gramih (Grunert in Wills 2007, 391 – 392). Podobne rezultate ugotavljamo v naši raziskavi.

Potrošniki so zavzeli določena stališča in prepričanja v povezavi med oznakami hranilnih vrednosti in zdravjem. Prepričani so, da bi uporabljali oznake hranilnih vrednosti, če bi imeli probleme s telesno težo. Mnenja drugih kredibilnih virov vplivajo na nakupno odločitev. Nasveti strokovnjakov so pomemben vir in jih upoštevajo. Interes za preverjanje oznak se poveča, kadar so posredniki zdravniki, nutricionisti, prijatelji ali sorodniki (Grunert in Wills 2007, 390). Na nakupno odločitev lahko vplivajo stališča drugih. Potrošnik lahko zaradi mnenj drugih pomembno prilagodi ali spremeni svojo nakupno odločitev (Kotler 2004, 207). Če strokovnjak ali zdravnik svetuje izogibanje sladkorju v prehrani zaradi prekomerne telesne teže, potem potrošnik sledi navodilom. Na živilih bo bolj pozoren na tabele hranilnih vrednosti, saj bo izbiral živila, ki vsebujejo manj sladkorja. S tem bo spremenil svoje nakupne navade. Potrošniki so prepričani, da samo upoštevanje oznak na živilih ne bo pripomoglo k izboljšanju zdravstvenih stanj. Probleme bi morali reševati že pri sami predelavi hrane, ki se prodaja. Spremeniti bi se morala vsebnost hranil že v izdelkih samih. Volja in želja po branju oznak mora priti sama od sebe. Vsak ve za sebe, kje so meje in kakšnim napotkom mora slediti. Dorette Corbey v Mandelin (2008) pravi, da se bodo tudi proizvajalci morali bolj potruditi in proizvajati kakovostnejšo hrano.

V raziskavi potrošniki ne posvečajo pozornosti oznakam hranilnih vrednosti na živilih. O tem ne vedo veliko, zato so mnenja, da bi bila potrebna izobrazba na tem področju. Več znanja bi dalo večje možnosti razumevanja oznak, uporabe in prehranjevanja na splošno. Shine in drugi (1997) menijo, da je izobrazba ključnega pomena za izboljšanje zdravja posameznika. Če bi

bilo izobraževanje pravilno zastavljeno, mogoče označevanje izdelkov sploh ne bi bilo potrebno. Dodajanje barv oznakam in dodajanje slikovnega gradiva poleg besedila bi bilo verjetno v pomoč potrošnikom, da bi si lažje razlagali tabelo. To so ideje, ki so nastale skozi pogovore s potrošniki. Menim, da bi kakršna koli sprememba ali dodatek pripomogla k boljšemu razumevanju samih oznak. Služilo bi kot dodatna pomoč tistim, ki običajnih oznak ne razumejo.

Pomembno je omeniti dodatne ugotovitve, ki so nastale med raziskavo. Potrošniki so imeli možnost spoznati sistem semaforja, označevanje, ki ga uporabljajo angleški potrošniki. Skozi primerjavo našega sistema označevanja s sistemom semaforja, smo prišli do ugotovitev, da je potrošnikom angleški sistem ljubši. Sistem je zasnovan na principu barv, je enostaven, razumljiv in je potrošniku prijazen za uporabo. Potrošniki so izrazili željo po tem sistemu in bi ga dejansko tudi uporabljali, če bi imeli možnost.

5 SKLEP

Potrošniki so si različni in prav tako je različen njihov odnos do nakupovanja hrane in oznak na živilih. Nekateri so pozorni na oznake in temu namenjajo veliko pozornosti. Drugi pa te informacije ignorirajo zaradi različnih razlogov. V raziskavi poskušamo raziskati odnose potrošnikov, ki oznak hranilnih vrednosti ne upoštevajo. Ugotavljamo, da je potrošnikom, ki ignorirajo oznake na živilih, vseeno, oznake jim niso pomembne ali pa jim ne zaupajo. Večina nakupnih odločitev je sprejetih v trgovini med nakupovanjem. Na izbiro živila pa močno vpliva tudi okus hrane, ki je dostikrat najpomembnejši dejavnik pri izbiranju. Ugotavljamo tudi, da imajo potrošniki poseben odnos do zdravega prehranjevanja. Zelo cenijo mnenja, ocene in kritike pomembnih drugih oziroma strokovnjakov. Glavna ovira za ignoriranje oznak je pomanjkanje časa. Zaradi tega potrošniki izvajajo rutinska nakupovanja, pri tem prihranijo energijo in čas. Problem se je pokazal tudi v zaupanju v informacije na oznakah. Nezaupanje v tem primeru izhaja zaradi drobnega tiska tabel hranilnih vrednosti. Komentar iz intervjuja: »Kar je slabo, je v drobnem tisku.« (Intervju, Borut 2016) Drobní tisk, dizajn in velikost pa so ostale ovire, ki potrošnike zavirajo pri uporabi oznak. Na žalost v raziskavi ugotavljamo, da bi zdravstveni problemi najbolj spodbudili potrošnike k uporabi oznak hranilnih vrednosti. To je najmočnejša motivacija, ki so jo nekateri potrošniki v raziskavi izpostavili celo sami. Drugi

motivi so vezani bolj na sam videz tabele. Večje črke in drugačne oblike, barve bi pritegnile večjo pozornost potrošnikov. Izražena so bila različna stališča in prepričanja, povezana z zdravjem in oznakami hranilnih vrednosti. Potrošniki so prepričani, da upoštevanje oznak ne bi pripomoglo k izboljšanju zdravstvenih težav. Menijo, da bi bilo take probleme potrebno reševati na drugačen način. Za začetek bi morali živilski proizvajalci izboljšati kvaliteto hrane. Vseeno pa bi usmerili pozornost na oznake, če bi jim tako svetoval zdravnik. V raziskavi ugotavljam tudi, da je izobraževanje na temo prehrane in hranilnih vrednosti manjkajoči člen. Tega se zavedajo tudi potrošniki, to so izpostavili kot idejo. Tudi sama menim, da bi se bilo potrebno bolj izobraziti na tem področju, saj če so stvari razumljivejše, je večja verjetnost uporabe in branja oznak. Eno izmed vprašanj v intervjuju je vsebovalo slikovno primerjavo med obstoječim sistemom na našem trgu in označevanjem, ki ga uporabljajo v Angliji, to je sistem označevanja semafor. Nepričakovano smo prišli do ugotovitev, da je potrošnikom označevanje semafor bližje in lažje za uporabo, bolj so dovzetni za barve. Menim, da naš sistem ni tako slabo zastavljen. Mogoče bi morali izdelati hibrid med obema sistemoma in posledično bi bilo več zainteresiranih in potencialnih uporabnikov oznak. Sistem je še dokaj nov in v fazi uvajanja, zato vsi niso še navajeni usmerjati pozornosti na oznake. Sklepam, da je še vedno veliko potrošnikov, ki ne upoštevajo oznak hranilnih vrednosti na živilih. Potrebno bi bilo poiskati še več drugih motivov, ki bi potrošnike spodbudili k branju oznak. Menim, da bo potrebnega še nekaj časa, da to postane vsakdanja rutina in da potrošniki postanejo bolj ozaveščeni in zavzeti uporabniki.

6 LITERATURA

1. Abbott, Robert. 1997. Food and nutrition information: a study of sources, uses, and understanding. *British Food Journal* 99 (2): 43 – 49.
2. Baltas, George. 2001. Nutrition labelling: issues and policies. *European Journal of Marketing* 35 (5/6): 708 – 721.
3. Belch, George E. in Michael A. Belch. 2003. *Advertising and promotion: an integrated marketing communications perspective*. The McGraw–Hill Companies.
4. Černoga, Meta. 2009. Ali sploh vemo, kaj pomenijo zapisi na živilih? *Nika*. Dostopno prek: http://moj.dnevnik.si/tiskane_izdaje/nika/1042277264 (18. april 2011).
5. Damjan Janez in Možina Stare. 1999. *Obnašanje potrošnikov*. Ljubljana: Ekonomska fakulteta.
6. Drčar Murko, Mojca. 2008. *Označevanje živil v EU po novem*. Dostopno prek: <http://www.dr-car-murko.si/arhiv.php?tip=1> (2. december 2010).
7. Erasmus, Alet C., Boshoff Elizabeth in Rousseau, G.G. 2001. Consumer decision making models within the discipline of consumer science: a critical approach. *Journal of Family Ecology and Consumer Sciences* 29: 82 – 90.
8. European Commission. 2016. *Food information to consumers – legislation*. Dostopno prek: http://ec.europa.eu/food/safety/labelling_nutrition/labelling_legislation/index_en.htm (25. februar 2016).
9. European Food International Council. 2005. *EUFIC review 04/2005: the determinants of food choice*. Dostopno prek: <http://www.eufic.org/article/en/expid/review-food-choice/> (25. februar 2016).
10. Fooducate. 2008a. *1862-2014: A brief history of food and nutrition labeling*. Dostopno prek: <http://www.fooducate.com/blog/2008/10/25/1862-2008-a-brief-history-of-food-and-nutrition-labeling/> (10. november 2010).
11. Fooducate. 2008b. *NuVal nutrition scoring vs. Smart choices*. Dostopno prek: <http://www.fooducate.com/blog/2008/10/30/nuval-nutritional-scoring-vs-smart-choices/> (10. november 2010).
12. Government of the United Kingdom. 2013. *Guide to creating a front of pack (FoP) nutrition label for pre-packed products sold through retail outlets*. Dostopno prek: https://www.gov.uk/government/uploads/system/uploads/attachment_data/file/300886/2902158_FoP_Nutrition_2014.pdf (1. marec 2016).

13. Grunert, Klaus G. in Josephine M. Wills. 2007. A review of European research on consumer response to nutrition information on food labels. *Journal of public health* 15 (5): 385 – 399. Dostopno prek: <http://link.springer.com/article/10.1007/s10389-007-0101-9> (30. junij 2016).
14. Habjanič, Darja in Tanja Ušaj. 1998. *Osnove trženja: priročnik za učitelje*. Ljubljana: I & S Aladin.
15. *Health Star Rating System*. 2004. Dostopno prek: <http://www.healthstarrating.gov.au/internet/healthstarrating/publishing.nsf/content/About-health-stars> (10. februar 2016).
16. Higginson, Cathy S., Terry R. Kirk, Mike J. Rayner in Steve Draper. 2002. How do consumers use nutrition label information? *Nutrition & Food Science* 32 (4): 145 – 152.
17. Kordeš, Urban in Maja Smrdu. 2015. *Osnove kvalitativnega raziskovanja*. Dostopno prek: <http://www.hippocampus.si/ISBN/978-961-6963-98-5.pdf> (30. junij 2016).
18. Kotler, Philip. 2004. *Management trženja*. Ljubljana: GV založba.
19. Krajnc, Mateja. 2008. Eni za nalepko, drugi za opozorilni "semafor". *Embalaza, okolje, logistika* 40: 22 – 28.
20. Lupton, Deborah. 1998. *Food, the Body and the Self*. Sydney: Sage Publications.
21. Lustig, Robert H. 2014. *Mastna laž: grenka resnica o sladkorju*. Ljubljana: Umco.
22. Madelin, Robert. 2008. Nova evropska pravila za označevanje živil. *Razgledi.net*. Dostopno prek: <http://www.razgledi.net/2008/04/17/nova-evropska-pravila-za-oznacevanje-zivil/> (17. april 2011).
23. Merljak, Sonja. 2007. Intervju o promociji zdravja s Tanjo Kamin: Zdravje je popularno in se dobro prodaja. *Sobotna priloga Dela* (8. september 2007).
24. Ministrstvo za zdravje. 2008. *Raziskava javnega mnenja o odnosu državljanov do označevanja hranilnih vrednosti na prehrabnih izdelkih in do živil iz gensko spremenjenih organizmov*. Dostopno prek: http://www.mz.gov.si/fileadmin/mz.gov.si/pageuploads/mz_dokumenti/delovna_podrocja/javno_zdravje/pavcic/Poroc_ilo_preh_vred_in_gso031108.pdf (12. februar 2011).
25. Ministrstvo za kmetijstvo, gozdarstvo in prehrano. 2016. *Označevanje živil*. Dostopno prek: http://www.uvhvvr.gov.si/si/delovna_podrocja/zivila/oznacevanje_zivil/ (5. marec 2016).

26. Nacionalni inštitut za javno zdravje. 2014. *Izzivi v izboljševanju vedenjskega sloga in zdravja: desetletje CINDI raziskav v Sloveniji*. Ljubljana: Nacionalni inštitut za javno zdravje.
27. NHS choices. 2014. *Reference intakes on food labels explained*. Dostopno prek: <http://www.nhs.uk/Livewell/Goodfood/Pages/reference-intakes-RI-guideline-daily-amounts-GDA.aspx> (6. marec 2016).
28. Petek, Davorina. 2014. Interpretacija podatkov – kvalitativna metodologija. V *Raziskovanje v družinski medicini, priročnik*, ur. Zalika Klemenc-Ketiš in Igor Švab, 52 – 57. Dostopno prek: <http://m.mf.uni-lj.si/media-library/2015/06/f384f43a3c8e1d9880a5be1eda8f80d6.pdf#page=52> (30. junij 2016).
29. *Pravilnik o označevanju hranilne vrednosti živil*. Ur. l. RS 60/02 (10. julij 2002).
30. Prinsloo, Nadia, Daleen van der Merwe, Magdalena Bosman in Alet Erasmus. 2012. A critical review of the significance of food labelling during consumer decision making. *Journal of Family Ecology and Consumer Sciences* 40: 83 – 98.
31. Ranilović, Jasmina in Irana Colić Barić. 2013. Perceived barriers and motives to reading nutrition label among label non-users in Croatia. *Croatian Journal of Food Technology, Biotechnology and Nutrition* 8 (1-2): 52 – 57.
32. *Sanitarium*. 2016. *Cluster crisp honey nut*. Dostopno prek: <http://www.sanitarium.co.nz/products/breakfast/cluster-crisp/cluster-crisp-honey-nut> (10. junij 2016).
33. Solomon, Michael, Gary Bamossy, Søren Askegaard in Margaret K. Hogg. 2006. *Consumer behaviour*. Harlow: Prentice Hall.
34. Shine, Angela, Seamus O'Reilly in Kathleen O'Sullivan. 1997. Consumer use of nutrition labels. *British Food Journal* 99 (8): 290 – 296.
35. Street, Chris. 2010. *Traffic light adopters & Guideline Daily Amounts (GDA)*. Science Healthy Long Life by Crabsallover. Dostopno prek: http://crabsalloverhealth.blogspot.si/2010_08_01_archive.html (26. avgust 2016).
36. Širca Čampa, Andreja. *GDA (guideline daily amounts) vrednosti / RI referenčni vnos*. Dostopno prek: http://pogrejinpojej.si/index.php?route=information/information&information_id=22 (15. februar 2016).
37. Triggles, Nick. 2013. *Food labelling: Consistent system to be rolled out*. BBC News. Dostopno prek: <http://www.bbc.com/news/health-22959239> (15. junij 2016).

38. Ule, Mirjana in Miro Kline. 1996. *Psihologija tržnega komuniciranja*. Ljubljana: Fakulteta za družbene vede.
39. Vogrinc, Janez. 2008. *Kvalitativno raziskovanje na pedagoškem področju*. Dostopno prek: <http://pefprints.pef.uni-lj.si/179/1/Vogrinc1.pdf> (30. junij 2016).
40. Vrhovnik, Tjaša. 2008a. *Obrok s tekočega traku*. Dostopno prek: <http://www.cenim.se/?s=obrok+s+teko%C4%8Dega+tra> (4. april 2016).
41. --- 2008b. *Obrok s tekočega traku, 2. del*. Dostopno prek: <http://www.cenim.se/?s=obrok+s+teko%C4%8Dega+tra> (4. april 2016).
42. Wandel, Margareta. 1997. Food labelling from a consumer perspective. *British food journal* 99 (6): 212 – 219.
43. World Cancer research Fund. 2016. *Traffic light labelling – helping people make healthy choices*. Dostopno prek: <http://www.wcrf.org/sites/default/files/Food-Labelling-Position-WCRF.pdf> (30. marec 2016).
44. Zveza potrošnikov Slovenije. 2014. *Slovenija glasovala proti barvnemu kodiranju živil*. Dostopno prek: <https://www.zps.si/index.php/hrana-in-pijaa-topmenu-327/oznaevanje-ivil-topmenu-328/6718-slovenija-glasovala-proti-barvnemu-kodiranju-ivil> (29. februar 2016).
45. Žitnik, Jure. 2014. *Energijsko ravnotežje, 2. del*. Dostopno prek: <http://razumnaprehrana.blogspot.si/2014/01/energijsko-ravnotezje-2del.html> (10. junij 2016).

PRILOGE

Priloga A: Vprašanja za intervju

1. Ali veste, kje na izdelku/živilu se nahaja oznaka hranilnih vrednosti, to so informacije, povezane s kalorijami, količino maščob, soli, sladkorjev?

Kako natančno jih oz. jih ne preberete?

2. Kakšni so vaši razlogi, da oznak ne gledate?

3. Če bi imeli probleme z zdravjem (odvečni kilograme, holesterol, sladkorna ...), bi začeli uporabljati/brati oznake hranilnih vrednosti?

4. Je za vas moteče, da so te oznake v tako drobnem tisku?

Kako bi lahko bile videti te tabele po vašem mnenju?

Pozicija teh tabel?

5. Ali zaupate proizvajalcu živil o resničnosti teh informacij? Mislite, da je to le tržna poteza? Ali zaradi tega ne gledate oznak hranilnih vrednosti?

6. Bi mi znali povedati, kaj pomenijo izrazi in številke na tej embalaži? (Pokažem škatlo kosmičev, kjer je tabela hranilnih vrednosti, slika 1).

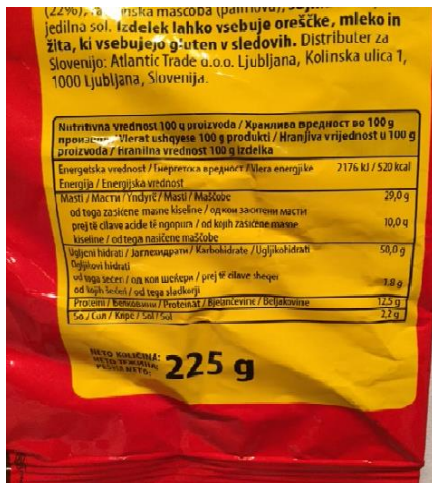
7. V tujini imajo različne sisteme označevanja in so drugačni kot naš sistem. (Pokažem primer slovenskega in primer angleškega označevanja semafor, slika 1 in 2).

Iz katerega se znajdete?

Kaj vas pri katerem moti?

Katerega bi vi najraje uporabljali na slovenskem trgu?

Slika A. 1: Embalaža smokijev, slovenski primer označevanja hranilnih vrednosti



Slika A. 2: Embalaža čipsa, angleški primer označevanja hranilnih vrednosti



Vir: Street (2010).

Priloga B: Transkripti intervjujev

Intervju, gospodična Agata

Jaz: Ali veste, kje na izdelku/živilu se nahaja oznaka hranilnih vrednosti, to so informacije, povezane s kalorijami, količino maščob, soli, sladkorjev?

Agata: Ja, to vem.

Jaz: Aha, kje pa so?

Agata: Ponavadi na sprednji ali zadnji strani.

Jaz: Kolik natančno jih preberete?

Agata: Jih sploh ne berem.

Jaz: Kakšni so vaši razlogi, da oznak ne gledate?

Agata: Ne vem, ker jih ne rabim gledat, nikoli se ne poglobljam v to ...

Jaz: Je še kakšen razlog?

Agata: Ne, to po mojem bolj gledajo taki, ki dietirajo.

Jaz: Če bi imeli probleme z zdravjem (odvečni kilogrami, holesterol, sladkorna ...), bi začeli uporabljati/brati oznake hranilnih vrednosti?

Agata: Jaa, takrat pa. Ker potem si moraš vse odmerjat. Pri hrani, koliko poješ, pa koliko ima katera stvar kalorij, pa vse.

Jaz: Je za vas moteče, da so te oznake v tako drobnem tisku?

Agata: Ne, tega jaz sploh ne opazim.

Jaz: Kako bi lahko bile videti te tabele po vašem mnenju?

Agata: Ne vem. Mogoče malo večje, da bi bile bolj opazne, pa malo bolj razločno napisano, ker zdaj je itak tako napisano, da polovico sploh ne veš, za kaj se gre.

Jaz: Se pravi, drobni tisk ni tak problem.

Agata: Premalo vemo o tem, da bi kar začeli brati, po moje, če bi se bolj izobrazili o tem, da bi vedeli, kaj pomeni kakšna stvar.

Jaz: Kaj pa pozicija teh tabel? Bi po vašem mnenju mogla bit kje drugje ali je v redu, tako kot je, na tem mestu?

Agata: Pri enih živilih je na vidnem mestu, pri drugih pa bi bilo mogoče lahko boljše.

Jaz: Ker v trgovini so živila postavljena tako, da je vidna prva stran embalaže. Ta tabela pa je na zadnji strani.

Agata: Ja, jaz jih nikoli ne obračam.

Jaz: Ali zaupate proizvajalcu živil o resničnosti teh informacij?

Agata: Glede na to, da jih ne berem, ne vem, zakaj naj ne bi zaupal človek.

Jaz: Mislite da je to le tržna poteza?

Agata: Ja, mogoče zdaj, ko ljudje več časa porabijo za svojo prehrano in za načrtovanje svojih obrokov, mogoče je zavajanje.

Jaz: Ali je to potem tudi eden izmed razlogov, da ne gledate oznak hranilnih vrednosti?

Agata: Jaz ne porabim veliko časa za načrtovanje obrokov, tako da zato tega tudi ne gledam.

Jaz: Bi mi znali povedati, kaj pomenijo izrazi in številke na embalaži?

Agata: Vem, kaj pomenijo, ne vem pa, kako jih uporabiti.

Jaz: Kako pa si jih interpretirate?

Agata: Ja, kalorije, pa potem je, koliko je česa ... pojma nimam.

Jaz: V tujini imajo različne sisteme označevanja in so drugačni kot naš sistem. Tukaj je primer našega označevanja (pokažem vrečko smokijev). Drugi primer je pa primer označevanja, ki ga uporabljajo v Angliji, se pravi, to je traffic light sistem, sistem semaforja. Zdaj mi pa povejte, iz katerega se bolj znajdete?

Agata: Iz tega tujega, zaradi tega, ker je vseeno malo manj napisano. Pri našem imaš pa ful, v parih jezikih, pa že to je moteče. Pri angleškem pa je v bistvu kratko in jedrnato.

Jaz: Kako pa si razlagate angleški primer?

Agata: Kako mislite, kako si ga razlagam?

Jaz: Zakaj so te barve, zelena, rumena?

Agata: Aha, ne vem, ne znam si razlagat.

Jaz: Reče se zato semafor, ker kar je označeno z rumeno tukaj, pomeni, da je sestavina v srednjem rangu, to naj bi uživali nekajkrat na teden, ne pa vsak dan. Kar bi bilo z rdečo, bi pa pomenilo, da ni priporočljivo uživati tega vsak dan, se je fino izogibat. Z zeleno pa je najboljše.

Agata: Aha, O. K.

Jaz: Katerega bi vi najraje uporabljali na slovenskem trgu?

Agata: Angleškega.

Jaz: Zakaj?

Agata: Zato ker je bolj pregleden. Manj je napisano, takoj je lažje razbrat kot pa na našem, ko je najprej napisano v petih jezikih, šele potem v slovenskem.

Jaz: Kaj pa pozicija?

Agata: Ja, to na prvi strani je v redu. Ampak še vseeno ne vem, če bi mi uspelo pogledat tudi to ... verjetno ne.

Jaz: Hvala.

Intervju, gospod Borut

Jaz: Ali veste, kje na izdelku/živilu se nahaja oznaka hranilnih vrednosti, to so informacije, povezane s kalorijami, količino maščob, soli, sladkorjev?

Borut: Ja, vem.

Jaz: Kje?

Borut: V desnem kotu.

Jaz: Kako natančno jih preberete?

Borut: Načeloma jih ne, ker punca nakupuje hrano, drugače pa tudi nisem pozoren ravno na to, ker nimam časa za to. Po naključju kdaj.

Jaz: Se pravi, to so vaši razlogi, da oznak ne gledate, pomanjkanje časa in da ne hodite v trgovino?

Borut: Ja.

Jaz: Če bi imeli probleme z zdravjem (odvečni kilogrami, holesterol, sladkorna ...), bi začeli uporabljati/brati oznake hranilnih vrednosti?

Borut: Ja, vsekakor.

Jaz: Je za vas moteče, da so te oznake v tako drobnem tisku?

Borut: Malo ja, čeprav danes je itak to že samoumevno. Kar je slabo, je v drobnem tisku. Me ne preseneča več.

Jaz: Se pravi, to interpretirate, da kar je slabo, je v drobnem tisku.

Borut: Ponavadi. Oziroma če ne slabo, pa zelo pomenljivo.

Jaz: Kako bi bile lahko videti te tabele po vašem mnenju?

Borut: Mislim, da niti ni samo problem, kako izgledajo, ampak bolj je problem v tem, kaj sploh piše, kje so meje, ki bi jih morali v tabelah določiti. Se pravi, bi morali pri hrani omejiti slabe stvari, od sladkorja ... predvsem sladkorja. S tabelam se mi ne zdi nič narobe.

Jaz: Kaj pa pozicija teh tabel? Desni kot, zadnja stran. Vam je to v redu?

Borut: V redu. Kje drugje, skoraj težko mislim, da bi lahko bile. To se mi ne zdi nič spornega.

Jaz: Ali zaupate proizvajalcu živil o resničnosti teh informacij?

Borut: Niti ne.

Jaz: Ne, zakaj?

Borut: Bom tako rekel, pri določenih izdelkih ja, pri določenih ne. Pri tistih, ki se zelo na maso prodajajo, tistih, ki so zelo ceneni, tistim, ki so hitro in instant narejeni, tistim manj zaupam kot tistim, ki imajo določene certifikate.

Jaz: Primer.

Borut: Recimo, zdaj je zelo popularen bio, tem v določeni meri zaupam, ker morajo to proizvajalci upoštevati, kazni so previsoke in vedo, da se ni za hecat.

Jaz: Se pravi, tistim izdelkom, ki majo oznako bio, tem proizvajalcem zaupate, navadni vrečki za čips pa ne?

Borut: Ja, težko ... Manj. Ne bom rekel, da ne verjamem, ker mora biti do določene mere resnično. Ampak ne zaupam pa iz tega stališča, kakor je bilo pri avtomobilski industriji, ko so izpuhe predstavljali do tiste mere ... in isto je pri hrani. Do določene mere bodo mogoče predstavili, olepšali bodo, kakor se le da, ampak dejstvo je, če bi šli preverjat vsako stvar, mislim, da ni čisto tako, kot piše.

Jaz: Mislite, da je to le tržna poteza?

Borut: Ne vem, če je to tržna poteza, mogoče je to stvar, ker jo morajo delat, dvomim, da je tržna poteza. Ker ponavadi je notri več slabih snovi, posebej v pijačah ... tudi napisano je ponavadi več dobrih stvari kot slabih. Proizvajalci bi rajši napisali v tabelah več dobrih stvari, ampak ne smejo.

Jaz: Ali bi potem lahko rekli, da je to ena izmed ovir, da tega ne gledate (oznak hranilnih vrednosti)? Če, recimo, ne zaupate proizvajalcu ...

Borut: Saj zaupam do določene mere, ampak ne pa stoodstotno.

Jaz: Bi mi znali povedati, kaj pomenijo izrazi in številke na embalaži?

Borut: Ja, energetska vrednost, pač to je to, koliko ... to so kilojouli ... koliko jih vnesemo v telo, to je povprečna vrednost. Koliko specifično to moram povedat?

Jaz: Kako si razlagate, interpretirate to tabelo.

Borut: Energetska vrednost, to je komplet. Če celega poješ, je to 2160 kJ ... potem je pa tu na 100 g porcije, je toliko. Predvidevam. Od tega je pa pač toliko in toliko masti, beljakovin, sladkorja, ogljikovih hidratov.

Jaz: V tujini imajo različne sisteme označevanja in so drugačni kot naš sistem. S sabo imam primer angleškega označevanja, imenuje se traffic light.

Iz katerega se bolj znajdete?

Borut: Angleški je boljši, ker je preglednejši, prijaznejši, barve ima.

Jaz: Kaj vas pri katerem sistemu moti?

Borut: Slovenski je preveč suhoparen. Angleški je za ljudi prijaznejši in je na prvi strani. Ne ovinkari dosti.

Jaz: Katerega bi vi najraje uporabljali na slovenskem trgu?

Borut: Angleškega.

Intervju, gospod Dimitrij

Jaz: Ali veste, kje na izdelku/živilu se nahaja oznaka hranilnih vrednosti, to so informacije, povezane s kalorijami, količino maščob, soli, sladkorjev?

Dimitrij: Se mi zdi, da je ponavadi zadaj, se pravi, ne na prvi strani. V enem kvadratu, okviru ponavadi. Tam, kjer so najprej kilokalorije, kilojouli.

Jaz: Kako natančno jih preberete?

Dimitrij: Zelo redko jih preberem, mogoče 5 % ali manj.

Jaz: Kakšni so vaši razlogi, da oznak ne gledate?

Dimitrij: Ponavadi me ne zanima ali pa časovno ne gre. Se mi zdi, da je vse rutinsko. Doma imamo iste stvari, isto jemo, smo navajeni na en produkt in potem se niti ne sprašuješ, vzameš in poješ v dobri veri, da je približno dobro.

Jaz: Če bi imeli probleme z zdravjem (odvečni kilogrami, holesterol, sladkorna ...), bi začeli uporabljati/brati oznake hranilnih vrednosti?

Dimitrij: Mogoče. Ampak se mi zdi, da to niti ni problem s težo. Ni to fora, koliko je mastno ali kalorično. Na primer, če gledaš te masti, od živali so dosti mastne, ampak so menda ... jaz se toliko sicer ne spoznam na to, so ful zdrave, a ne. Ljudje pa se jih izogibajo in mislijo, da ... jaz sem ravno slišal, da je to obratno. Ta jogurt light in pomarančni sok, pa kosmiči, ki naj bi bili tudi light, da v bistvu so najslabša kombinacija, je celo redilno. Tudi če bi moral shujšati, ne vem, če bi se na ta način lotil. Mogoče, če bi zdravnik rekel, da se moram izogibati določenih živil, bi malo bolj gledal, ampak ne vem, če je tukaj rešitev.

Jaz: Je za vas moteče, da so te oznake v tako drobnem tisku?

Dimitrij: Mmm, niti ne, zaenkrat dobro vidim in če bi hotel prebrati, bi prebral.

Jaz: Kako bi bile lahko videti te tabele po vašem mnenju?

Dimitrij: Mogoče vseeno bolj jasno bi se dalo narediti. Če bi poenotili, da bi imeli vsepovsod enako, potem bi bilo bolj pregledno. Bi bilo na porcijo pa potem na 100 g, da bi vsi imeli enako.

Jaz: Saj sedaj je tako narejeno, da je pretvorjeno na 100 g, je preračunano, koliko je energijske vrednosti, beljakovin itd. na 100 g v embalaži.

Dimitrij: A ja, da je to poenoteno. Samo tisk ima pa verjetno vsak svoj, dizajn in to ...

Jaz: Sedaj bo poenoteno po večini evropskih držav. Konec tega leta je tako označevanje obvezno po zakonu.

Kaj pa pozicija teh tabel? Glede na to, da je to na zadnji strani.

Dimitrij: Ma, to me ne moti, zaradi mene je lahko tam, ne čutim potrebe, da bi bila na prvi strani.

Jaz: Ali zaupate proizvajalcu živil o resničnosti teh informacij?

Dimitrij: Ja, ne stooostotno bi rekel, lahko goljufajo.

Jaz: Mislite, da je to le tržna poteza?

Dimitrij: Tudi lahko, ja. Posebej, kar se tiče napisov light. Ker naredi pri ženskah poseben občutek, da lahko je to, v resnici pa sploh ni zdravo.

Jaz: Bi mi znali povedati, kaj pomenijo izrazi in številke na embalaži?

Dimitrij: A te oznake, kalorije in to? Se pravi, če pojem 100 g teh smokijev, potem imam energijo 2100 kJ ali 500 kcal. To približno vem, imam merilo, da je to kar veliko. Saj približno veš. Če bi primerjal z jabolkom, je kalorij veliko manj, pri nutelli pa veliko več. Masti, maščobe ... tega ne bi vedel točno, razlika med nasičenimi in nenasičenimi. Tukaj sploh ni toliko jasno. Tukaj sem bolj zgubljen, ne vem, kaj točno piše. Ogljikovi hidrati, to si bolj predstavljam, kaj je, tako v testeninah, kruhu, krompirju. To ti da največ energije, maščobe pa so bolj redilne. Beljakovine, jih kar precej potrebujemo. Tistim, ki ne jedo mesa, jim tega primanjkuje in morajo kombinirati z ribo, jajci itd. Soli si tudi ne predstavljam, koliko, mislim, da je potrebujemo bolj malo. Tukaj je 2 g na 100 g, je 2 % ... ja, verjetno je kar precej, saj nimam predstave.

Jaz: V tujini imajo različne sisteme označevanja in so drugačni kot naš sistem. Embalaža smokijev ima naš sistem označevanja, tukaj pa je še primer, ki ga uporabljajo v Angliji. To je sistem traffic light, označevanje po sistemu semaforja. Povejte mi, iz katerega se bolj znajdete?

Dimitrij: Mmmmm ...

Jaz: Ali pa najprej, kako si razlagate slikico s temi barvami?

Dimitrij: Malo mi je čudno s kalorijami, zakaj je bela barva, bi morala biti tudi ena barva. Zeleno razumem, da je sprejemljivo. Maščob je kot veliko, ker je oranžna. Na prvo žogo se mi zdi ta sistem

dober, ampak če ni to spet malo zavajajoče. Ker je tisto zeleno, imaš občutek, O. K., dobro. Medtem ko ni nujno, da so te stvari, sladkorji in soli in maščobe, če so sploh dobre za naše telo. Te barve, če je z zeleno, je potem občutek, da je to dobro, v resnici pa ni. Je malo zavajajoče. Drugače, kot oznaka na prvi strani, zakaj ne ... Ne predstavljam si, da bi naš sistem imel ta okvir na prvi strani. Bi bilo čudno. Dizajn je sigurno boljši pri angleškem.

Jaz: Katerega bi vi najraje uporabljali na slovenskem trgu? Kateri vam je bolj simpatičen ali razumljiv?

Dimitrij: Angleški je bolj pregleden. Samo ti procenti mi niso v redu. Po dizajnu bi imel angleški način, barv pa ne, ker ne vem, koliko je realno. Meni bi več pomenilo poreklo in genetske spremembe ... temu bi dal večji pomen.

Za tiste ki se zanimajo, je tole bolj praktično spredaj, da ni treba obračati. Meni osebno te stvari ne spremenijo veliko.

Jaz: Hvala.

Intervju, gospod Jože

Jaz: Ali veste, kje na izdelku/živilu se nahaja oznaka hranilnih vrednosti, to so informacije, povezane s kalorijami, količino maščob, soli, sladkorjev?

Jože: Ja.

Jaz: Kako natančno jih preberete?

Jože: Jih ne preberem sploh.

Jaz: Kakšni so vaši razlogi, da oznak ne gledate?

Jože: Nimam časa, nimam volje in dokler ne bom imel nekih zdravstvenih težav, me te stvari ne bodo toliko zanimale.

Jaz: Če bi imeli probleme z zdravjem (odvečni kilogrami, holesterol, sladkorna ...), bi začeli uporabljati/brati oznake hranilnih vrednosti?

Jože: Mogoče ja, mogoče bi me to motiviralo do tega, da bi začel bolj natančno gledat, katere so zdrave in katere so slabe sestavine v živilih.

Jaz: Je za vas moteče, da so te oznake v tako drobnem tisku?

Jože: Ja. Ker za starejše je še bolj moteče, ker že tako slabo vidijo, pa še izdelke moraš čisto približat očem, da kaj vidiš. Bi bilo boljše, če bi bilo malo na večje tudi za ostale, ne samo starejše. In če bi bilo to na prvi strani, bi po mojem mnenju bistveno več ljudi to gledalo. In se na podlagi tega tudi odločilo.

Jaz: To ste rekli za starejše, da je moteč drobni tisk ... kaj pa za mlajše?

Jože: Ja, isto, če bi dali na prvo stran, bi bilo boljše ... da bi videli, koliko kalorij vsebuje izdelek, koliko sladkorjev, maščob itd. je notri.

Jaz: Kako bi lahko bile videti te tabele po vašem mnenju?

Jože: Mogoče bolj slikovito prikazane.

Jaz: Kako mislite, slikovito?

Jože: Da ni samo napisano na drobno, ampak na primer pri sladkorju, če bi bilo več različnih stopenj, za različno debelost, bi bilo napisano, da tak procent sladkorja, kot je v tem živilu, pa potem nekega debelega človečka zraven. Ali bolj suhega ... nekaj na ta način.

Jaz: Kaj pa pozicija teh tabel? Že prej ste omenili, da bi bilo dobro jih imeti spredaj. Sedaj so namreč na zadnji strani embalaže.

Jože: Jaz bi jo dal spredaj, ker ti prvo pade v oči. Iščeš izdelek, ki ti je znan, ko nakupuješ, in na podlagi tega še vidiš tisto tabelo zraven imena izdelka in lahko primerjaš. Ljudje bi to bolj gledali.

Jaz: Ali zaupate proizvajalcu živil o resničnosti teh informacij?

Jože: V večini primerov ja, ker morajo imeti proizvajalci pred izdajo izdelka to potrjeno dandanes iz pač evropske strani. Jaz mislim, da ja.

Jaz: Kaj pa tista manjšina?

Jože: Poglej, veš, da imaš vedno 1 % nezaupanja, ne verjameš vsega do potankosti, je tudi nekaj promocija, je nekaj važno za njihov dobiček v smislu, da se dobro proda. Ampak mislim, da v glavnem mora biti po pravilih.

Jaz: Recimo, omenili ste, da večini zaupate. Kaj pa v manjšini, mislite, da je to le tržna poteza?

Jože: Tudi mislim, da je lahko, ja, ampak pravim, da ne bi smelo biti, ker mora iti preko raznih testov, preverjajo.

Jaz: Bi bil mogoče to lahko eden izmed razlogov, da oznak hranilnih vrednosti ne bi gledali?

Jože: Ne, ne bi bila to ovira.

Jaz: S seboj imam primer slovenskega označevanja, tabelo na smokijih. Bi mi znali povedati, kaj pomenijo izrazi in številke na tej embalaži?

Jože: Energetska vrednost, pač kalorije, ki jih človek vnese v sebe, na 100 g izdelka. To moramo pomnožiti potem s toliko in toliko. Maščobe, nasičene in nenasičene. Ene so topne maščobe, druge niso. Oziroma ne maščobe, katere so že topne? Ne, ogljikovi hidrati. Saj maščobe, ogljikovi hidrati, to so sladkorji v bistvu, potem so še proteini in sol, ki je itak povsod. Kaj želite, da vam povem še bolj podrobno?

Jaz: Kako si pač to razlagate?

Jože: V glavnem itak moraš gledati, koliko kalorij je v živilu, ker na podlagi kalorij ti moraš vedeti, koliko porabiš dnevno, če si aktiven ali če nisi aktiven. In je to potem nekako merodajno. Ostale zadeve pa itak, če so ti jasne, so ti, če pa ne, pa ne. Ampak itak v glavnem maščobe, ogljikovi hidrati, vse skupaj so kalorije. Ti moraš pokuriti določeno število kalorij, če hočeš priti na nulo. Ni pa to malo na tem primeru smokijev. To je že skoraj en obrok kosila ... s solato in vsem.

Jaz: V tujini imajo različne sisteme označevanja in so drugačni kot naš sistem. S seboj imam primer angleškega označevanja.

Jože: To sem pa že videl.

Jaz: Iz katerega se znajdete?

Jože: Iz angleškega. Zato ker je to točno to, kar sem prej navedel. Ko bi lahko bil prikazan suh človeček, srednje suh-debel in debel. Tu pa so oni z zeleno označili, kje je to low fat, low sugar in low salt, bolj je pregledno. Z rumeno so označili tam, kjer je vrednost srednja, z rdečo bi bilo pa verjetno označeno, kjer bi bila vsebnost visoka. Vidiš, tu je bolj predstavljeno v procentih, kar mi je bolj všeč. Tu pri našem pa ni v procentih. Tu si moraš prvo prekalkulirat vse iz gramov, ker oni dajo tu na 100 g izdelka. Zakaj ne bi dali takoj na celoten izdelek, koliko je vsebnosti v celi embalaži. Tu na primer še krat 2 plus 0,25 ... da dobiš dejansko vrednost vsega. Tu je pa že vse podano v procentih in je malo lažje.

Jaz: Delno ste mi že odgovorili na naslednje vprašanje. Kaj vas pri katerem moti? Bi kaj še dodali? Omenili ste procente ...

Jože: Ali pa bi lahko dali dejansko vsebino vrečke ... maščob, kalorij, sladkorjev; soli, proteinov ... ne pa na 100 g, v vrečki pa je 250 g. Saj njim je to lažje preračunati, ampak za potrošnike bi bil pa lažji

izračun na dejansko vsebnost embalaže ... in bi se lahko lažje odločali. Saj to je tudi fora, ker ljudje vidijo izračun, ampak ne pogledajo, da je to na 100 g, in si ne preračunajo, da je to vse krat 2.

Jaz: Mogoče pri angleškem, vas kaj moti?

Jože: Ne vem, oni nimajo razdeljeno na ogljikove hidrate, nasičene in nenasičene ... ni toliko podrobno, ampak to niti ni toliko pomembno. Nič me ne zmoti.

Jaz: Katerega bi vi najraje uporabljali na slovenskem trgu?

Jože: Jaz bi naredil eno kombinacijo med tema dvema. Oziroma tu imajo Angleži celo neko dnevno priporočilo, 135 g ... no, oni imajo še celo to, kar ni neumna zadeva. To priporočilo je v redu. Mora biti dejanska vsebina sestavin v vrečki in ne preračunano na 100 g.

Intervju, gospa Mojca

Jaz: Ali veste, kje na izdelku/živilu se nahaja oznaka hranilnih vrednosti, to so informacije, povezane s kalorijami, količino maščob, soli, sladkorjev?

Mojca: Najbrž kje na embalaži.

Jaz: Kje na embalaži pa?

Mojca: Spodaj, zgoraj, levo desno ... kjer koli je prostor.

Jaz: Kako natančno jih preberete?

Mojca: Sploh nič natančno.

Jaz: Sploh jih ne gledate?

Mojca: Ne, ne gledam.

Jaz: Kakšni so vaši razlogi, da oznak ne gledate?

Mojca: Preveč »umotvorno«, zakomplicirano za navadnega uporabnika. Sto kilogramov bi morala imeti, da bi to začela gledati. Pozabiš tiste dnevne količine, koliko bi jih moral zaužiti, pa konec koncev bi moral vsakič mero delat za vsako stvar, ki jo dnevno vneseš. Lahko bi ves čas delal svojo statistiko. Zato se jaz ne grem tega.

Jaz: Če bi imeli probleme z zdravjem (odvečni kilogrami, holesterol, sladkorna ...), bi začeli uporabljati/brati oznake hranilnih vrednosti?

Mojca: Ja, potem bi pa najbrž začela, ja. Zmeraj pride prej bolezen, potem pa začneš gledat.

Jaz: Je za vas moteče, da so te oznake v tako drobnem tisku?

Mojca: Ja, če bi bilo bolj razločno in razumljivo napisano, za otroke, da bi točno vedel, one cup per a day tega pa tega, bi se človek bolje znašel. Ne pa toliko in toliko beljakovin na 100 g izdelka in v drobnem tisku, to človek pozabi, koliko beljakovin mora človek na dan zaužiti ... ali pa sladkorjev in vsega tega. Se sploh ne poglobljam v te detajle. Oziroma še to lahko povem, če ima stvar preveč sladkorja, sama preizkusim stvar in če mi je preveč sladko, tega več ne kupim. Največ gre na okus.

Jaz: Kako bi lahko bile videti te tabele po vašem mnenju?

Mojca: Ne vem, se nisem nikoli tega spraševala. Saj pravim, dokler človek nima težav z zdravjem ali da bi se bolj poglobljal v te stvari ... že zdaj je dosti, ko sem začela bio stvari kupovat ... že to je veliko, da med poplavo izdelkov najdeš bio stvari in da so cenovno približno ugodne.

Jaz: Kaj pa pozicija teh tabel? Te tabele so sedaj v spodnjem desnem kotu na zadnji strani izdelka.

Mojca: Saj ta mora biti konec koncev. Najprej reklama in napis, kaj izdelek je, in slikice ... potem pa je tabela. Čeprav je dosti neugledna, nesimpatična za oči ... ne pade ti, da bi bral drobne tiske. Da bi se poglobljal v drobno branje v trgovini, ko itak ni časa. Nabaviš, kar rabiš, in greš domov.

Jaz: Ali zaupate proizvajalcu živil o resničnosti teh informacij?

Mojca: Jah, kar, kakor je. Dobro, da so VIP testi, to pa kar pogledam. Ker slej ko prej, tudi če je velika firma, pa jo razkrinkajo zaradi kakšne nepravilnosti, se mora že kar dobro zavedati, v kaj se spušča, da si sama sebi jamo koplje. Takrat bi ogromno izgubila svojih kupcev. Majhne firme, imam pa občutek, da še bolj resnično napišejo ... oziroma je mogoče samo moj občutek.

Jaz: Mislite, da je to le tržna poteza?

Mojca: Tudi je konec koncev, saj če vse stremi k nizki kaloričnosti, vse light, je logično, da se spreobrača resnične podatke ... sploh ne veš, koliko dejansko človek česa rabi. Od zdravstvenih stanj, ne moreš reči, da če boš pa vse užival light ali margarino z omega oziroma, kaj je tista, becel ... da je to dobro za tvoje zdravje ... se pravi, če imaš v redu svojo kvoto holesterola, je lahko skoraj škodljivo, da ti tisto potem uživaš. Ne moreš se iti nečesa, kar človek oziroma njegov organizem ne potrebuje.

Jaz: Bi mi znali povedati, kaj pomenijo izrazi in številke na embalaži?

Mojca: To bom pa zdaj precej sramotna. Ja, številke ... tole so kilojouli ali kako je tole. Energijska vrednost, tole so maščobe ... mislite, koliko gramov je an.. ogljikovi hidrati. Pa tudi ne znam povedat na 100 g izdelka, koliko jih je noter, ampak jaz se tukaj še vedno ne najdem, koliko je pa dnevno priporočeno. Recimo soli, tukaj piše 2 g, ne vem, koliko soli na dan moram pojesti, koliko je priporočljivo. Tukaj je preračunano, koliko je tega noter, in če pojem 100 g, se pravi pol vrečke približno, koliko dobim česa v telo, ampak še zmeraj mi nič ne pove, če ne vem, koliko gramov soli lahko na dan pojem. Rajši se sprenevedam do zadnjega.

Jaz: V tujini imajo različne sisteme označevanja in so drugačni kot naš sistem. Na primer v Angliji, kjer uporabljajo sistem semaforja. S seboj imam primer. Oni uporabljajo tabelo, kjer so določene stvari obarvane itd.

Iz katerega se znajdete?

Mojca: Znajdemo se bolj iz tegale, ki je bolj fleten, pobarvan. Vidiš, da tukaj piše že low, da so sladkor in sol notri z nizko vrednostjo, maščobe piše, da so medium ... to se človek veliko bolj znajde, da človek točno ve, koliko česa bo užil.

Jaz: Kaj vas pri katerem moti? Malo sva že razglabljali pri prejšnjem vprašanju ...

Mojca: Če bi hotela zdaj iti v detajle, bi tukaj hotela še bolj natančno podobo, seveda tisti, ki bi obvladal to tabelico. V čem je sploh razlika? Tu je samo v angleščini, tu imaš pa še v vseh jezikih, cel Vzhod je napisan. To je pravzaprav razlika. Drugače je pa angleška veliko bolj fletno narejena.

Jaz: Katerega bi vi najraje uporabljali na slovenskem trgu?

Mojca: Jasno, da tegale, semafor.

Intervju, gospa Nada

Jaz: Ali veste, kje na izdelku/živilu se nahaja oznaka hranilnih vrednosti, to so informacije, povezane s kalorijami, količino maščob, soli, sladkorjev?

Nada: Ja, približno vem, ne pa natančno. Sem človek, ki si ustvarja svoje prioritete v življenju in potem ne gledam vsake malenkosti. Zato tudi te podatke na živilih ne gledam natančno, včasih, če imam čas ... to je pa zelo redko, pogledam kakšno karakteristiko, ker pa ne gledam primerjalno, to se pravi pri različnih vrstah živil, pa jih ne primerjam. Potem tudi toliko ne razmišljam o njih. Te

navedbe, pa kakor se spomnim, so tudi na sami embalaži, ne na etiketi, ki jo trgovci prilepijo, ampak meni se zdi, da so na sami embalaži.

Jaz: Kakšni so vaši razlogi, da oznak ne gledate?

Nada: Ja, v prvi vrsti zato, ker nimam časa še za te malenkosti, v drugi vrsti, ker sem sorazmerno zdrava, ker ne kompliciram v življenju in pravim, ko bo prišel čas, da bom morala gledat, bom tudi se potrudila in bom pogledala. Če bi pa bili kakšni tehtni zdravstveni razlogi ali razlogi od mojih najbližjih, bi sigurno se bolj poglobila.

Jaz: Se pravi, to je moje naslednje vprašanje, če bi imeli probleme z zdravjem (odvečni kilogrami, holesterol, sladkorna ...), bi začeli uporabljati/brati oznake hranilnih vrednosti?

Nada: Ja, potem pa bi, sigurno, sigurno ... tako pa, hvala bogu, v mojih letih mi še ni treba toliko gledat, tudi nimam sladkorja. Sem zadnjič se merila v knjižnici, tam merijo vsak mesec sladkor, tako da imam v redu sladkor in tudi holesterol. Čeprav enkrat sem imela povišan, zdaj pa spet nimam, čeprav nisem hotela jemati zdravila. Tako da je zdaj to v redu.

Jaz: Je za vas moteče, da so te oznake v tako drobnem tisku?

Nada: Ja, tako bom rekla, paketi, ti paketki, embalaža je več ali manj kar precej majhna in potem je tudi temu primerno droben tisk. Ampak če pa gledam s stališča moje starosti, a ne, zdaj, ko bom kmalu 80, je seveda premajhen, predroben tisk. Mislim pa, da bi težko ... ja, mogoče, če bi to oblikovalsko oblikovali, mislim, ta tekst in to drugače ... mogoče bi pa potem lažje oziroma bolj zainteresirano pogledala te podatke.

Jaz: Kako bi lahko bile videti te tabele po vašem mnenju? Imate kakšno idejo?

Nada: Ja, kakšne večje, poudarjene črke, ampak spet ne preveliko teksta, ker če je preveč teksta, podatkov, to potrošnika odbija. Ampak samo tisto, kar je najbolj pomembno. Samo to ni lahko ugotoviti. Se pravi mora biti nivo kulture potrošnika višji, kot je danes v naši družbi. Se pravi, da je treba izobraziti ljudi na tem področju, treba je imeti tečaje, predavanja itd., potem bi ljudje se tega bolj zavedali in bi bolj preštudirali, si vzeli čas ... tako pa nihče nima toliko časa, razen če ni zdravstveno potrebno.

Jaz: Te tabele so zdaj na zadnji strani. Kaj pa pozicija teh tabel? Kako se vam zdi?

Nada: A ja, ja, meni se zdi, da so tabele bolj spodaj ...

Jaz: Ja ...

Nada: Z ozirom, da so spodaj tudi tiste etikete, ki jih trgovci lepijo, se mi zdi, da se prekrivajo, tako da bi bila pozicija kje na sredini ali bolj proti vrhu, da bi bila bolj primerna, ne pa, da so skupaj vse te etikete na eni majhni površini.

Jaz: Ali zaupate proizvajalcu živil o resničnosti teh informacij?

Nada: Jah, pri večjih proizvajalcih zaupam. Pri manjših je pa včasih vprašanje, ker mislim, da nimajo zadosti strokovnega kadra, da bi lahko to tiskali. Zdaj edino, če sodelujejo z velikimi laboratoriji pa velikimi strokovnjaki na tem področju. Tega pa ne poznam, tega področja, čeprav sem inženirka kemije, ampak ne poznam, kako sodelujejo trgovci in proizvajalci in tiskarji.

Jaz: Se pravi, če tem manjšim proizvajalcem ne zaupate, mislite, da je potem to le ena izmed tržnih potez?

Nada : Ja, verjetno ja.

Jaz: Bi mi znali povedati, kaj pomenijo izrazi in številke na embalaži?

Nada: Se pravi, koliko je kalorij, tukaj piše, koliko kalorij ima 100 g tega proizvoda ... ne vem, kaj je to za en proizvod ...

Jaz: Smokiji.

Nada: V kilojoulih ali pa v kilokalorijah. Potem, koliko je maščob, to so nenasičene ali kakšne so ... a ja, tukaj so nasičene in ... aha ... samo nasičene ... se pravi, koliko je nasičenih maščob, verjetno v 100 g tega proizvoda. Tu so masti ... aha, 29 ... aha, celotna vsebnost maščob je 20 g, od tega je nasičenih 10 g ... am, zdaj, katere so zdravju ugodne? Meni se zdi ... katere so boljše?

Jaz: Nasičene so zdrave, nenasičene pa nezdrave.

Nada: Ja, mislim, to je treba pogledat na internetu, kakšno je razmerje med nasičenimi in nenasičenimi maščobami ... no, ogljikovi hidrati, jih je v 100 g 50 g, pa še potem, koliko je sladkorja. Tukaj, na tej embalaži piše 1,8 g na 100 g tega proizvoda ... zdaj bi bilo treba pogledat, primerjat na internetu, kaj to pomeni, če je v 100 g proizvoda 1,8 g ... ali je to primerna vsebnost sladkorja ali je prevelika. To bi težko zdaj odgovorila. Da se pa pogledat. Potem pa so še proteini, se pravi beljakovine ... je v 100 g 12,5, soli je pa tudi 2,5 g, saj pravim, če gledam primerjalno, potem lahko odgovorim, ali je to primerno ... recimo, če bi tukaj imela še embalažo od enega primerjalnega proizvoda, ki proizvaja približno enako zadevo, potem bi pa lahko rekla, ta je boljši, bolj primeren za zdravje uporabnika. Tako pa težko ocenjujem.

Jaz: V tujini imajo različne sisteme označevanja in so drugačni kot naš sistem. Jaz mam s seboj primer angleškega označevanja. Oni uporabljajo traffic light sistem. Prikazan je tukaj, na tej sliki.

Iz katerega se znajdete? Iz slovenskega ali angleškega?

Nada: Ja, jaz kot tehnik ocenjujem, da je tale angleški bolj user friendly, se pravi, da lažje uporabnik, če ga seveda zanima, tukaj je lažje ugotovit, koliko je sladkorja, soli, maščob, tukaj hitreje vidiš kot pa na tej evropski nalepki.

Jaz: Kaj vas pri katerem moti?

Nada: Kaj me moti? Pri evropskem sistemu me moti samo vizualno, ker so te oznake oblikovno bolj robate. Če maš ti okrogle linije, je to spet lepše za pogledat kot pa v kvadratnih oblikah, vendar s tem se ne spremeni vsebina, ampak mogoče človek lažje ogleda te podatke.

Jaz: Katerega bi vi najraje uporabljali na slovenskem trgu?

Nada: Jaz osebno bi rajši angleškega, zato ker je na manjši površini več podatkov, in ti so, kot sem že prej rekla, user friendly. Rabiš manj časa, porabiš manj energije, da ugotoviš vse te podatke ... in da jih potem primerjaš, na primer v trgovini na polici, vzameš dve vrčki pa jih primerjaš in hitreje vidiš primerjavo kot na tem evropskem.

Jaz: Tudi verjetno zaradi barv, ker oni uporabljajo zeleno za low, oranžno za medium in rdečo za high. To imajo že razdeljeno, da ni treba nič preračunavati..

Nada: Aha, aha, tudi to je zelo primerno ... ja, fajn ... Še kaj?

Jaz: Ne, to je to, hvala.

Nada: A ja, že konec ... sem se naučila nekaj novega, veš.

Intervju, gospa Urša

Jaz: Ali veste, kje na izdelku/živilu se nahaja oznaka hranilnih vrednosti, to so informacije, povezane s kalorijami, količino maščob, soli, sladkorjev?

Urša: Ja. Na zadnji strani, nekje spodaj ponavadi.

Jaz: Kako natančno jih preberete?

Urša: Običajno se ne osredotočam na oznake, razen pri izdelkih, ki jih prvič kupujem. Osredotočam se predvsem na vsebnost sladkorjev in kalorij.

Jaz: Kakšni so vaši razlogi, da oznake spregledate?

Urša: Za nekatere izdelke si približno zapomnim, kakšne vsebnosti hranilnih vrednosti imajo, zaradi tega ne pogledam vedno.

Jaz: Če bi imeli probleme z zdravjem (odvečni kilogrami, holesterol, sladkorna ...), bi začeli uporabljati/brati oznake hranilnih vrednosti?

Urša: Seveda, ker verjamem, da je pravilen način prehranjevanja, se pravi zmeren vnos hranilnih vrednosti v telo, pogoj za zdravje.

Jaz: Je za vas moteče, da so te oznake v tako drobnem tisku?

Urša: Včasih so res moteče, droben tisk te kar odvrne od tega, da bi ga bral.

Jaz: Kako bi lahko bile videti te tabele po vašem mnenju?

Urša: Mogoče večji tisk ali pa obarvane z različno intenzivnimi barvami – barvna lestvica, mogoče glede na priporočen dnevni vnos ...

Jaz: Kaj pa pozicija teh tabel?

Urša: Na zadnji strani ni moteče, vendar bi bile lahko bolj čitljivo prikazane. Drugje že skoraj ni mesta za takšne oznake.

Jaz: Ali zaupate proizvajalcu živil o resničnosti teh informacij?

Urša: Verjamem v resničnosti teh informacij, domnevam, da je označevanje regulirano.

Jaz: Mislite, da je to le tržna poteza?

Urša: Kar se trženja tiče, pa verjamem, da proizvajalci radi poudarijo manjšo vsebnost sladkorjev ali maščob, vendar je ravno zaradi takih marketinških potez potrebna večja pozornost na ostale hranilne snovi.

Jaz: Bi mi znali povedati, kaj pomenijo izrazi in številke na embalaži?

Urša: Poznam pomen, vendar vsebnosti same nič ne pomenijo, če posameznik ne pozna dnevne priporočene vrednosti vnosa hranilnih snovi. Dober primer je npr. McDonalds, ki ima na proizvodih označeno vsebnost hranilnih snovi in izraženo v odstotku priporočenih vnosov.

Jaz: V tujini imajo različne sisteme označevanja in so drugačni kot naš. S seboj imam primer angleškega označevanja živil, imenuje se traffic light labeling.

Iz katerega se bolj znajdete?

Urša: Bolj se znajdem iz angleškega, saj je enostavno berljiv, lepo označen z barvami, ki povedo stopnjo vsebnosti teh sestavin. Se mi zdi, da je primeren za vse porabnike, tako izobražene kot tudi neizobražene. Ker je izražen v odstotkih, je enostavno razumljiv, ker na mestu pove, koliko je vsebnosti sestavin.

Jaz: Kaj vas pri katerem moti?

Urša: Slovenski je manj pregleden, ne informira na mestu, posameznik potem sam spremlja vnos in mora preračunavati. Kot sem že omenila, ni v odstotkih kot angleški. Pri angleškem pa ni nič kaj motečega.

Jaz: Katerega bi vi najraje uporabljali na slovenskem trgu?

Urša: Jasno, da angleškega. Mislim, da pri današnjem tempu enostavno ni časa preračunavati teh vnosov, razen če imaš že vnaprej vse naštudirano. Pri angleškem pa ne bi toliko izgubljali časa in bi mogoče več potrošnikov potem to tudi dejansko uporabljalo.