

UNIVERZA V LJUBLJANI  
EKONOMSKA FAKULTETA

MAGISTRSKO DELO

**ODNOS PORABNIKOV DO OZNAČEVANJA ŽIVIL**

Ljubljana, september 2016

JASNA KAJTAZOVIČ

## IZJAVA O AVTORSTVU

Podpisana Jasna Kajtazovič študentka Ekonomske fakultete Univerze v Ljubljani, avtorica predloženega dela z naslovom Odnos porabnikov do označevanja živil, pripravljenega v sodelovanju s svetovalko prof. dr. Ireno Vida,

IZJAVLJAM,

1. da sem predloženo delo pripravila samostojno;
2. da je tiskana oblika predloženega dela istovetna njegovi elektronski obliki;
3. da je besedilo predloženega dela jezikovno korektno in tehnično pripravljeno v skladu z Navodili za izdelavo zaključnih nalog Ekonomske fakultete Univerze v Ljubljani, kar pomeni, da sem poskrbela, da so dela in mnenja drugih avtorjev oziroma avtoric, ki jih uporabljam oziroma navajam v besedilu, citirana oziroma povzeta v skladu z Navodili za izdelavo zaključnih nalog Ekonomske fakultete Univerze v Ljubljani;
4. da se zavedam, da je plagiatstvo – predstavljanje tujih del (v pisni ali grafični obliki) kot mojih lastnih – kaznivo po Kazenskem zakoniku Republike Slovenije;
5. da se zavedam posledic, ki bi jih na osnovi predloženega dela dokazano plagiatstvo lahko predstavljalo za moj status na Ekonomski fakulteti Univerze v Ljubljani v skladu z relevantnim pravilnikom;
6. da sem pridobila vsa potrebna dovoljenja za uporabo podatkov in avtorskih del v predloženem delu in jih v njem jasno označila;
7. da sem pri pripravi predloženega dela ravnala v skladu z etičnimi načeli in, kjer je to potrebno, za raziskavo pridobila soglasje etične komisije;
8. da soglašam, da se elektronska oblika predloženega dela uporabi za preverjanje podobnosti vsebine z drugimi deli s programsko opremo za preverjanje podobnosti vsebine, ki je povezana s študijskim informacijskim sistemom članice;
9. da na Univerzo v Ljubljani neodplačno, neizključno, prostorsko in časovno neomejeno prenašam pravico shranitve predloženega dela v elektronski obliki, pravico reproduciranja ter pravico dajanja predloženega dela na voljo javnosti na svetovnem spletu preko Repozitorija Univerze v Ljubljani;
10. da hkrati z objavo predloženega dela dovoljujem objavo svojih osebnih podatkov, ki so navedeni v njem in v tej izjavi.

V Ljubljani, dne \_\_\_\_\_

Podpis študentke: \_\_\_\_\_

# KAZALO

|                                                                                                         |           |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------|
| <b>UVOD .....</b>                                                                                       | <b>1</b>  |
| <b>1 NAKUPNO ODLOČANJE IN VEDENJE PORABNIKOV .....</b>                                                  | <b>4</b>  |
| 1.1 Vedenje porabnika in vpliv sodobnih tehnologij .....                                                | 5         |
| 1.2 Stopnje nakupnega odločanja in digitalizacija nakupnega odločanja .....                             | 6         |
| 1.3 Dejavniki nakupnega odločanja .....                                                                 | 11        |
| <b>2 TRENDI NA PODROČJU PREHRANJEVANJA.....</b>                                                         | <b>15</b> |
| 2.1 Slaba prehrana, telesna neaktivnost in debelost ter aktivnosti na tem področju...                   | 17        |
| 2.2 Trendi v načinu prehranjevanja .....                                                                | 18        |
| 2.3 Prehranjevalne navade in aktivnosti na področju izboljšanja prehranjevalnih navad v Sloveniji ..... | 20        |
| <b>3 OZNAČEVANJE HRANILNE VREDNOSTI ŽIVIL .....</b>                                                     | <b>24</b> |
| 3.1 Zakonodajni okvir, ki ureja označevanje hranilne vrednosti živil.....                               | 25        |
| 3.2 Elementi označevanja živil .....                                                                    | 29        |
| 3.3 Elementi označevanja hranilne vrednosti živil .....                                                 | 31        |
| 3.4 Hranilne vrednosti živil in nakupno odločanje .....                                                 | 34        |
| 3.5 Dejavniki uporabe označevanja hranilne vrednosti živil .....                                        | 36        |
| <b>4 EMPIRIČNA RAZISKAVA ODNOSA PORABNIKOV DO OZNAČEVANJA HRANILNE VREDNOSTI ŽIVIL .....</b>            | <b>38</b> |
| 4.1 Problem in namen raziskave .....                                                                    | 38        |
| 4.2 Raziskovalne hipoteze in raziskovalni okvir .....                                                   | 39        |
| 4.2.1 Raziskovalni okvir .....                                                                          | 39        |
| 4.2.2 Raziskovalne hipoteze .....                                                                       | 40        |
| 4.3 Metodologija .....                                                                                  | 44        |
| 4.3.1 Vzorec raziskave.....                                                                             | 44        |
| 4.3.2 Oblikovanje vprašalnika .....                                                                     | 45        |
| 4.3.3 Zbiranje podatkov .....                                                                           | 48        |
| <b>5 ANALIZA PODATKOV.....</b>                                                                          | <b>48</b> |
| 5.1 Opis vzorca .....                                                                                   | 48        |
| 5.2 Opisne statistike .....                                                                             | 50        |

|                                |                                                                                                          |           |
|--------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------|
| 5.3                            | Analiza povezav med spremenljivkami – preverjanje hipotez.....                                           | 53        |
| 5.4                            | Omejitve raziskave, priporočila za prihodnje raziskave ter implikacije za trženje in javno politiko..... | 62        |
| <b>SKLEP.....</b>              |                                                                                                          | <b>63</b> |
| <b>LITERATURA IN VIRI.....</b> |                                                                                                          | <b>68</b> |
| <b>PRILOGE</b>                 |                                                                                                          |           |

## KAZALO TABEL

|                                                                                                                                                                    |    |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----|
| Tabela 1: Glavni viri informacij.....                                                                                                                              | 7  |
| Tabela 2: Situacijski dejavniki.....                                                                                                                               | 15 |
| Tabela 3: Splošni obvezni podatki na označbah.....                                                                                                                 | 30 |
| Tabela 4: Pogostnost preverjanja hranilne vrednosti pri nakupu živil.....                                                                                          | 51 |
| Tabela 5: Analiza povezanosti med ozaveščenostjo o zdravem načinu življenja in dejavnikom nakupa hranilna vrednost živil.....                                      | 55 |
| Tabela 6: Analiza povezanosti med spremenljivkama način prehranjevanja lahko prepreči nastanek določenih bolezni in dejavnikom nakupa hranilna vrednost živil..... | 56 |
| Tabela 7: Povezanost med spremenljivkama elementoma hranilne vrednosti (maščobe in sladkor) in dejavnikom nakupa hranilne vrednosti živil.....                     | 57 |
| Tabela 8: Povezanost med spremenljivkama spol in dejavnikom nakupa hranilna vrednost živil.....                                                                    | 58 |
| Tabela 9: Povezanost med spremenljivkama izobrazba in dejavnikom nakupa hranilna vrednost živil.....                                                               | 59 |
| Tabela 10: Rezultati raziskave.....                                                                                                                                | 60 |

## KAZALO SLIK

|                                                                                        |    |
|----------------------------------------------------------------------------------------|----|
| Slika 1: Stopnje porabnikovega nakupnega odločanja.....                                | 7  |
| Slika 2: Vpletenost in vrsta odločanja v nakupnem procesu.....                         | 9  |
| Slika 3: Dejavniki vpliva na nakupno odločanje porabnikov.....                         | 12 |
| Slika 4: Maslowa hierarhija potreb.....                                                | 14 |
| Slika 5: Obvezno označevanje predpakiranih živil.....                                  | 29 |
| Slika 6: Označevanje hranilne vrednosti.....                                           | 33 |
| Slika 7: Nakupno odločanje porabnika in vpliv dejavnikov.....                          | 34 |
| Slika 8: Nakupno odločanje porabnika in vpliv hranilne vrednosti na oznakah živil..... | 35 |
| Slika 9: Raziskovalni okvir.....                                                       | 40 |
| Slika 10: Starostna struktura anketirancev (v %).....                                  | 48 |
| Slika 11: Dokončana izobrazba anketirancev (v %).....                                  | 49 |

|                                                                                                                                                            |    |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----|
| Slika 12: Zaposlitveni status anketirancev (v %)                                                                                                           | 49 |
| Slika 13: Razvrstitev dejavnikov pri nakupu posameznih živil po pomembnosti (primerjava povprečnih vrednosti po dejavnikih)                                | 50 |
| Slika 14: Razvrstitev posameznih elementov hranilne vrednosti pri nakupu živil (primerjava povprečnih vrednosti elementov)                                 | 51 |
| Slika 15: Razvrstitev po pomembnost posameznih razlogov za preverjanje hranilne vrednosti živil pred nakupom (primerjava povprečnih vrednosti po razlogih) | 52 |
| Slika 16: Pregled posameznih trditev, ki so vključene v merjenje neodvisnih spremenljivk za hipotezi 1 in 2 (primerjava povprečnih vrednosti po trditvah)  | 53 |



## UVOD

Številne kronične bolezni, vključno z boleznimi srca in ožilja, visokim krvnim tlakom, sladkorno boleznijo, telesno težo in debelostjo, ter nekatere vrste raka so povezane s hrano (Marinelli, Simeone & Scarpato, 2015, str. 256). V luči naraščajočih kroničnih bolezni, ki so povezane s prehranjevanjem in posledično povečanimi stroški javnega zdravstva, je precejšnja pozornost usmerjena v prehranske in zdravstvene označbe na živilih, tako na področju raziskav kot tudi v razpravah javne politike (Annunziata, Pomarici, Vecchio & Mariani, 2016, str. 1).

Svetovna zdravstvena organizacija (angl. *World Health Organization*, v nadaljevanju WHO) je oblikovala globalno strategijo o prehrani, telesni dejavnosti in zdravju z namenom, da rešuje bolezni, ki so povezane z načinom prehranjevanja. To strategijo je potrdila Generalna skupščina svetovne zdravstvene organizacije (angl. *World Health Assembly*, v nadaljevanju WHA) in pozvala vse udeležence, vlado, WHO, mednarodne partnerje, zasebne sektorje in civilno družbo, naj sprejmejo ukrepe na globalni, regionalni in lokalni ravni za podporo zdrave prehrane in telesne dejavnosti. WHO to izvaja s promocijo fizične aktivnosti in zdravega načina prehranjevanja. V strategiji WHO izpostavlja pomen označevanja hranilne vrednosti živil kot ključnega informacijskega orodja, ki ga porabniki potrebujejo za lažjo izbiro zdravih živil (Global Strategy on Diet, Physical Activity and Health, 2016).

V današnjem času so porabniki postali bolj ozavešeni glede zdravja in prehrane (Darian & Tucci, 2011, str. 421). Spremenjen življenjski stil, povezava med boleznijo in načinom prehranjevanja (Baltas v Gialitakis & Chryssochoidis, 2006, str. 19) spodbujajo zanimanje za prehrano. V okolju, kjer so porabniki izpostavljeni promotorjem zdravja, je prava izbira hrane postala še toliko bolj pomembna (Higginson, Rayner, Draper & Kirk, 2002b, str. 145).

Zdrav način prehranjevanja ima ključno vlogo pri ohranjanju zdravja skozi celotno življenjsko obdobje (Marinelli, Simeone & Scarpato, 2015, str. 256). Večja proizvodnja predelane hrane, hitra urbanizacija in spremenjen načina življenja pa je pripeljal do spremembe prehranjevalnih navad porabnikov. Porabniki sedaj porabijo več hrane z veliko energije, maščob, prostih sladkorjev ter soli in mnogi ne jedo dovolj sadja, zelenjave in prehranskih vlaknin (Healthy diet, 2015).

Velik poudarek na zdravju v zadnjih letih spodbuja porabnike, da pred nakupom iščejo informacije, ki so povezane z zdravjem. Porabniki so izpostavljeni številnim informacijam skozi oglaševanje in označevanje živil. Pri tem morajo obdelati veliko različnih informacij, kot so prehranske in opozorilne zdravstvene informacije. Tovrstne informacije lahko vplivajo na nakupno vedenje (Lin, Lin & Lee, 2011, str. 1380). Za porabnike predstavljajo označbe na živilih pomemben vir informacij. Da bi se porabniki usmerili k bolj zdravemu načinu prehranjevanja, je ključno, da imajo znanje o hranilnih vrednosti živil in da se lahko

na osnovi uporabe in razumevanja označb na živilih odločijo za primeren nakup (Abbott v Gialitakis & Chryssochoidis, 2006, str. 19).

Označbe na živilih omogočajo porabnikom izbiro in jih seznanjajo z vsebino ter opozarjajo na lastnosti in posebnosti, kako ravnati. Oznake na živilih in način označevanja so predpisani v zakonih. Označevanje živil ne sme biti zavajajoče, neprimerno in pomanjkljivo. Vse informacije morajo biti napisane v slovenščini, na vidnem mestu, tako da jih zlahka opazimo. Biti morajo razumljive, nedvoumne in jasno čitljive. Dodatne označbe ne smejo prekrivati obveznih označb na predpakiranem živilu.

Zakonodaja, ki ureja področje označevanja hranilne vrednosti živil, je Uredba o zagotavljanju informacij o živilih potrošnikom, Uredba 1169/2011, ki je stopila v veljavo 2011, uporabljati pa se je začela decembra 2014, razen določb v zvezi z označbo hranilne vrednosti živil, ki pa se bodo začele uporabljati decembra 2016. Uredba je v celoti zavezujoča in se neposredno uporablja tudi v Sloveniji (Ur. l. EU, 1169/2011). Sprememba zakonodaje je vplivala na določbe o označevanju živil v Uniji. Namen spremembe zakonodaje je bil, da se porabnikom omogoči varno in ozaveščeno izbiro živil in zagotovi prosti pretok živil, ki se zakonito proizvajajo in tržijo (Vprašanja in odgovori v zvezi z uporabo Uredbe (EU) št. 1169/2011 o zagotavljanju informacij o živilih potrošnikov, 2016). Poleg omenjene Uredbe to področje urejata še dve uredbi, in sicer Uredba o dodajanju vitaminov, mineralov in nekaterih drugih snovi živilom (Ur. l. EU, 1925/2006) in Uredba (ES) o prehranskih in zdravstvenih trditvah na živilih št. 1924/2006 (Ur. l. EU, 1924/2006).

Na področju prehranske industrije je na razvitih trgih močna konkurenca (Newman, Howlett & Burton, 2014, str. 13). V poplavi informacij želijo trgovci in proizvajalci olajšati nakupovanje porabnikom in jim pomagati pri izbiri bolj zdrave hrane. Podjetja z večjim deležem prodaje na področju zdrave hrane ustvarjajo večjo prodajo in operativni dobiček kot podjetja, ki imajo majhen delež v prodaji zdrave prehrane (Hudson Institute, 2011). Povečan interes porabnikov na področju zdravja in prehrane daje poseben poudarek hranilni vrednosti živil, kot determinanti povpraševanja porabnikov (Baltas, 2001, str. 716). Določeni trgovci se odzivajo skozi označevanje hranilnih vrednosti na sprednjem delu živil (angl. *Front Of Package*; v nadaljevanju FOP) z namenom pomagati porabnikom identificirati zdrave alternative na njihovih policah (Newman et al., 2014, str. 22). Večja verjetnost je, da porabnik v trgovini zazna živila, ki so FOP, ker jih trgovci tako predstavijo (Stuart, 2010, str. 23). Raziskava kaže, da označevanje hranljivih vrednosti živil FOP vpliva na nakupno obnašanje porabnikov in njihovo izbiro živila (Newman et al., 2014, str. 22).

Porabniki se razlikujejo v preferencah do določenih hranilnih vrednostih zaradi različnih zdravstvenih težav, življenjskega stila, okusa. Ta heterogenost je pomembna za trženjsko segmentacijo trga in razvoj izdelkov, ki zadostijo identificiranim preferencam segmentov (Baltas, 2001, str. 717). Označevanje živil lahko tudi neposredno okrepi oglaševanje in



drugo trženjsko komuniciranje blagovne znamke ter spodbudi razlago o pomenu teh sporočil in drugih asociacij, ki so že shranjene v glavah porabnikov (Stuart, 2010, str. 22).

Poznavanje odnosa porabnikov do hranilne vrednosti živil je pomembno za proizvajalce in trgovce pri oblikovanju in označevanju ter naboru živil za prodajo, kot tudi za trženjske strategije in načine pristopa do potencialnih porabnikov. To poznavanje je pomembno tudi za zakonodajalce, saj je gonilna sila za ureditev regulative, vezane na prehranjevanje (Carrillo, Varela & Fiszman, 2012, str. 1).

**Namen** magistrske naloge je, da s pomočjo domače in tuje literature analiziram trenutno stanje na trgu glede označevanja živil in zakonodaje, ki to področje ureja z upoštevanjem razumevanja odnosa porabnikov do označevanja hranilne vrednosti živil in dejavnikov, ki vplivajo na njihovo nakupno vedenje. **Cilj** magistrske naloge je pridobitev novih spoznanj na področju odnosa porabnikov do označevanja hranilne vrednosti živil. V magistrskem delu izvedem empirično raziskavo s pomočjo ankete. Rezultati empiričnega dela bodo prispevali k lažjemu razumevanju določenih dejavnikov, ki vplivajo na iskanje informacij o hranilni vrednosti živil. Z izsledki empirične raziskave bom primerjala spoznanja iz tuje empirične in teoretične literature ter ponudila implikacije za trženjski management in javno politiko.

Zasnova magistrskega dela je oprta na strokovni literaturi, razpoložljivih raziskavah, študija in člankih z obravnavanega področja. V podatkovni bazi EBESCOhost sem pregledala članke iz tujih strokovnih revij, kot so British Food Journal, Journal of Consumer Marketing, Food Quality and Preference, Academy of Marketing Science Review, Public Health Nutrition. Delo temelji na deskriptivni metodi pri opisovanju predmeta raziskave in dejstev o obravnavnem predmetu. Metodo kompilacije sem uporabila pri povzemanju ugotovitev, stališč in mnenj tujih in domačih avtorjev na področju nakupnega odločanja in vedenja porabnikov.

Podatke sem zbrala z uporabo kvantitativne metode. Na podlagi pregleda literature sem pripravila spletni anketni vprašalnik z namenom ugotavljanja nakupnega vedenja in odnosa porabnikov do označevanja živil. Anketirance sem k izpolnitvi spletne ankete pozvala preko elektronske pošte, družbenega omrežja Facebook in LinkedIn. V anketi so lahko sodelovali vsi ali samo povabljene osebe. Anketni vprašalnik sem pred pošiljanjem testirala na petih osebah. Zbrane podatke sem analizirala z uporabno ustreznih statističnih metod in računalniških programov.

V uvodu je najprej podan opis obravnavanega problema ter opredeljen predmet proučevanja. Nato sledita namen in cilj magistrskega dela, vključno s hipotezami ter opredelitvijo metodologije raziskovanja. V prvem poglavju obravnavam nakupno odločanje in vedenje porabnika. Poleg definicije porabnika in vedenja porabnika pogledam, kakšen je vpliv sodobnih tehnologij. Opredelim tudi nakupni proces in dejavnike, ki vplivajo na nakupno

odločanje ter sodobne trende, ki vodijo v večjo digitalizacijo, ki vpliva na nakupno odločanje in obnašanje porabnikov.

V drugem poglavju analiziram trende na področju prehranjevanja, ki se kažejo predvsem v slabi prehrani, telesni neaktivnosti in debelosti. Različni trendi v načinu prehranjevanja kažejo na interese porabnikov, da zaradi različnih razlogov iščejo načine za izboljšanje svojih prehranjevalnih navad. V tem poglavju pogledam tudi, kakšno je stanje v Sloveniji. V tretjem poglavju sledi definicija označb živil, zakonodaja na področju hranilne vrednosti živil in označevanje živil. Izpostavim tudi dejavnike uporabe označevanja hranilne vrednosti živil, ki se nanašajo na osebne razlike v uporabi označb na živilih, vplive zunanjih dejavnikov ter razumevanje in uporabo hranilne vrednosti živil.

Sledi empirična raziskava odnosa porabnikov do označevanja hranilne vrednosti živil. Opredeljen je problem in namen raziskave, raziskovalne hipoteze in metodologija, nato pa predstavljam analizo rezultatov empirične raziskave in preverjanje raziskovalnih hipotez. V tem poglavju so predstavljene ključne ugotovitve in omejitve raziskave ter usmeritve za nadaljnje raziskave na področju odnosa porabnikov do označevanja hranilne vrednosti živil. V zaključku podajam ključne ugotovitve. Na koncu magistrskega dela so navedeni še literatura in viri ter priloge k magistrskemu delu.

## **1 NAKUPNO ODLOČANJE IN VEDENJE PORABNIKOV**

»Porabnik 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 & Možina, 2002, str. 27). Porabnik je lahko oseba, ki ravno kar kupuje izdelek ali se pripravlja na nakup ali pa oseba, na katero vplivamo z različnimi sredstvi, da bi v bodoče opravila nakup. Ti zadnji predstavljajo potencialne porabnike, ki tvorijo potencialni trg (Damjan & Možina, 2002, str. 27).

Nakup je rezultat kompleksnega procesa nakupnega odločanja, ki je sprejet na podlagi racionalne odločitve porabnikov za vsako nakupno odločitev (Kim, Park & Kim, 2016, str. 284). Porabniki se seveda vedno ne obnašajo racionalno in na njihove nakupne odločitve pogosto vplivajo dejavniki, ki niso neposredno povezani z uporabnostjo izdelka (Townsend & Sood, 2013, str. 416–417). Predvsem v državah v razvoju je viden vpliv zahodne kulture in vrednot, ki vodijo v impulzivna nakupovanja, kjer so v ospredju materialne in statusne vrednote. Posledično nakupi niso zgolj racionalna odločitev porabnika (Bushra, 2015, str. 16–22).

Na nakupno odločitev porabnikov vplivajo tudi različne osebe (na primer prodajalci, družina). Porabnik ima veliko preteklih izkušenj in vrednot, ki so bile vsaj deloma oblikovane preko družin, stikov s prijatelji in preko drugih srečanj. Poleg zgoraj omenjenih dejavnikov vplivajo na nakupno odločanje tudi razpoloženje, razmere in čustva. Stališča in

odločitve porabnikov so pogojene tudi z njegovim ekonomskim statusom, socialnimi in kulturnimi razmerami (Možina, Tavčar & Zupančič, 2012, str. 55–59). Zaradi vse večje globalizacije se trendi v nakupih porabnikov kažejo v tem, da se družba približuje porabnikovi kulturi. Gre za kulturo, v kateri večina porabnikov nestrpno želi, sledi, uporablja in kaže izdelke in storitve (Bushra, 2015, str. 16).

## **1.1 Vedenje porabnika in vpliv sodobnih tehnologij**

Možina et al. (2012, str. 57) ugotavljajo, da se vedenje porabnikov nanaša na sprejemanje odločitev porabnikov, kako bodo porabili svoje razpoložljive vire (čas, denar, napor) za nakup izdelkov. Vedenje porabnikov opredeljujejo kot del splošnega človekovega vedenja, pri katerem ločijo situacijo, v kateri posameznik je, to so sile iz okolja, ki na posameznika delujejo, vloge, ki jih ta prevzema glede na svoje aktivnosti ter stališča in znanja, ki so potrebna, da aktivnosti opravi. Gre za proučevanje procesov, ko posamezniki izbirajo, kupujejo, uporabljajo ali odstranijo izdelke z namenom zadovoljiti svoje potrebe in želje (Možina et al., 2012, str. 55–57).

Okolje, v katerem danes porabniki delujejo, se hitro spreminja, saj računalniška tehnologija spreminja svet okoli nas (Možina et al., 2012, str. 257). Digitalna revolucija je eno od najpomembnejših dejavnikov vpliva na vedenje porabnikov in njen vpliv se je z uporabo interneta še povečal (Možina et al., 2012, str. 66).

Sodobnim trendom in uporabi novih tehnologij se prilagajajo tudi v trgovski dejavnosti, kar vpliva na porabnikovo izkušnjo pri nakupovanju. V trgovski dejavnosti so najbolj uporabne samopostrežne tehnologije (vključujoč tudi zaslone na dotik) in mobilne aplikacije (Pantano, 2014, str. 348; Pantano & Viassone, 2014, str. 44). Interaktivni sistemi, kot je zaslon na dotik, lahko zagotovijo bolj prilagojene informacije o razpoložljivih izdelkih, mobilne aplikacije pa porabnikom omogočajo lažje iskanje izdelkov v trgovinah in plačevanje (Pantano & Viassone, 2014, str. 43).

Z uvedbo mobilnih aplikacij želijo trgovci komunicirati porabnikom vse novice, promocije in oglaševati lokacije trgovin, ki omogočajo najti najbližjo trgovino glede na njihov geografski položaj. Z aplikacijami lahko oblikujejo in upravljajo seznam želja z namenom lažjega iskanja izdelkov v trgovini in izračunajo celoten znesek nakupa v realnem času (Pantano, 2014, str. 347). Mobilne aplikacije tudi omogočajo, da porabniki avtomatično opravijo plačilo in s tem prihranijo čas in zmanjšujejo vrste na blagajnah (Pantano & Viassone, 2014, str. 43).

Nova tehnologija spreminja nakupni proces, saj porabnik skozi mobilno aplikacijo kupi izdelek kjer koli in kadar koli, kjer je internetna povezava, nakup pa dostavijo porabniku na dom ali porabnik izdelek prevzame v trgovini. Porabnikom ni treba biti fizično prisoten v trgovini, da opravijo nakup (Pantano & Priporas, 2016, str. 551). Raziskava je pokazala, da

so porabniki pripravljeni uporabljati nove tehnologije, v kolikor jim omogočajo boljše uporabniško izkušnjo, pomagajo pri nakupnem odločanju in zadovoljstvu (Pantano & Di Pietro, 2012, str. 2–10). Pri tem porabniki lahko sledijo večkanalnemu pristopu, in sicer iskanje in ocenjevanje izdelka v trgovini, pregled najbolj ugodne cene preko spletnega mesta in končno naročilo izdelka preko spleta ali fizično nakup v trgovini (Dennis, Alamanos, Papagiannidis & Bourlakis, 2016, str. 1069).

Z razvojem mobilnih kanalov se bo lahko uporabniška izkušnja spremenila, ker spreminja nakupno vedenje z vidika iskanja, nakupa, porabe in ponakupnega obnašanja (Dennis et al., 2016, str. 1066–1069). Pri tem je treba upoštevati in raziskati dejavnik, ki tudi vpliva na prenos in sprejem aplikacije, in sicer je to dejavnik tveganja. Vsi porabniki ne bodo uporabljali aplikacij tudi zaradi nepripravljenosti, da jih spremljajo v času, ko kupujejo v trgovini (Kang, Mun & Johnson 2015, str. 216).

## 1.2 Stopnje nakupnega odločanja in digitalizacija nakupnega odločanja

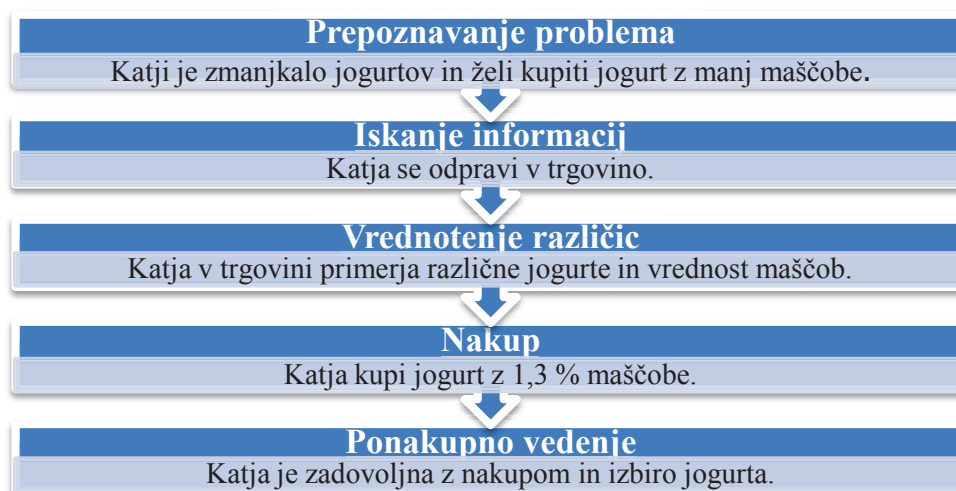
»Nakupni proces pri porabniku lahko razumemo kot proces odločanja ali reševanja problemov« (Damjan & Možina, 2002, str. 29), kot proces, kjer porabnik zadovoljuje svoje potrebe in želje (Solomon, Bamossy & Askegaard, 1999, str. 8). Odločanje vključuje izbiro med dvema ali več alternativnimi dejanji in vedno zahteva izbiro enega (Solomon et al., 1999, str. 142).

Z mikroekonomskega vidika je bilo pri tradicionalnem proučevanju porabnikov poudarek na porabnikovem odločanju in vedenjski izbiri. Večina sodobnih shem predvideva, da se porabnik giblje skozi proces racionalnega reševanja problema, pri čemer nakup predstavlja končno točko v določenem okviru aktivnosti, ki jih izvede porabnik. Da bi razumeli končni rezultat – nakup, je treba razumeti predhodne dogodke, prepoznavanje problema, iskanje in procesiranje informacij in vrednotenje alternativ (Verbeke, 2000, str. 524).

Proces porabnikovega nakupnega odločanja opredeljuje pet faz, ki so opredeljene skozi proces reševanja problema (Kotler & Keller, 2012, str. 188). Stopnje porabnikovega nakupnega odločanja prikazujem s Sliko 1, kjer je primer porabnika, ki je ozaveščen glede zdravega načina življenja in želi kupiti jogurt z manj maščobe.

Prva faza je faza **prepoznavanja potreb**, kjer Katja zazna razliko med želenim in dejanskim stanjem. Ta razlika je tako velika, da sproži proces motivacije oziroma odločanja (Damjan in Možina, 2002, str. 29). Potrebo lahko sprožijo zunanji ali notranji dražljaji. Notranji dražljaji predstavljajo Katjine fizične potrebe, zunanji dražljaji pa so dražljaji iz okolja (Kotler, 2004, str. 204). V mojem primeru Katja ugotovi, da potrebuje jogurte z manj maščobe, pri tem se ji ob ugotovitvi, da jih nima na zalogi, sproži notranji dražljaj kot nezadovoljstvo.

*Slika 1: Stopnje porabnikovega nakupnega odločanja*



*Vir: P. Kotler & K. L. Keller, Marketing Managmenet, 2012, str. 188.*

Sledi **iskanje informacij**, ki jih Blackwell, Miniard in Engel (2001, str. 106) opredeljujejo kot motivirano akcijo že pridobljenega znanja ali pridobitve informacij iz okolja z namenom zadovoljiti zaznane potrebe. Razlikujemo dve stopnji vključevanja v iskanje, in sicer (1) blažje iskanje informacij, tako imenovana povečana pozornost, saj so porabniki bolj dovzetni za informacije o izdelku in (2) aktivno iskanje informacij, ki predstavlja naslednjo stopnjo s prebiranjem gradiva, klicanjem prijateljev, iskanjem preko spleta in obiskovanjem trgovin, da pridobijo več informaciji o izdelku (Kotler & Keller, 2012, str. 189). V mojem primeru se Katja odpravi v trgovino, ker ve, da si bo lahko na podlagi označb hranilnih vrednosti na jogurtu pomagala pri nakupu, kjer mora biti pozorna na vsebino maščob.

Glavne vire informacij lahko razdelimo v štiri skupine, kar prikazujem s Tabelo 1. Pri nakupu živil so pomembni komercialni viri, predvsem embalaža, kjer obstajajo različni načini označevanja hranilne vrednosti živil (Van Herpen & Van Trijp, 2011, str. 148), kar bom bolj podrobno obravnavala v poglavju 3.3. Z vidika osebnih informacij je pomemben vpliv družine, predvsem družinskih navad, ki se jih porabniki naučijo. Z vidika označevanja hranilne vrednosti živil so pomembne tudi javne informacije. Tukaj je predvsem pomembna vloga proizvajalcev in javne politike, ki lahko največ prispevajo k ozaveščenosti porabnikov in uporabe označb z namenom zdravega in kakovostnega življenja.

*Tabela 1: Glavni viri informacij*

| Skupine     | Opis                                                                                |
|-------------|-------------------------------------------------------------------------------------|
| Osebne      | Družina, prijatelji, sosedje, znanci.                                               |
| Komercialne | Oglaševanje, spletne strani, prodajno osebje, posredniki, embalaža, prikazovalniki. |

se nadaljuje

*Tabela 1: Glavni viri informacij (nad.)*

| Skupine    | Opis                                                     |
|------------|----------------------------------------------------------|
| Javne      | Množični mediji, organizaciji za ocenjevanje porabnikov. |
| Izkustvene | Ravnanje, proučevanje in uporaba izdelkov.               |

*Vir: P. Kotler & K. L. Keller, Marketing Management, 2012, str. 189.*

Porabnik je pripravljen posvetiti več časa iskanju informacij in več truda nakupom, pri katerih zaznava večje tveganje (Blackwell et al., 2001, str. 107–108). Če bi imela Katja zdravstvene težave, bi bilo pomembno, da poleg maščobe pogleda tudi raven sladkorja v jogurtu. Ko porabnik zbere informacije, sledi **vrednotenje različic**, kjer ocenjuje možnosti z vidika pričakovanih koristi in izbere najboljšo ponudbo (Damjan & Možina, 2002, str. 29), nato pa izvede **nakup** (Peter & Olson, 2008, str. 166). Katja v trgovini pregleda različne proizvajalce jogurtov in vseeno izbere jogurt s 1,3 % maščobe, ki ga je že predhodno kupila in je bila zadovoljna z njim. V **ponakupnem vedenju** porabnik ocenjuje, v kolikšni meri izdelek zadovoljuje njegove potrebe in pričakovanja (Damjan & Možina, 2002, str. 29). Zadovoljstvo porabnika je pomembno, saj je v primeru, da je porabnik zadovoljen, zelo verjetno, da bo ponovno kupil izdelek (Kotler, 2004, str. 208). Katja je ponovila nakup izdelka, ki ga je že poznala. Z vidika označbe hranilne vrednosti živil je pomembno, ali porabnik živilo pozna že od prej ali prvič kupuje živilo.

Kotler in Keller (2012, str. 188) ugotavljata, da ni nujno, da gre porabnik vedno skozi vse faze nakupnega odločanja. Porabniki se morajo neprestano odločati o izdelkih (Solomon, Bamossy, Askegaard, & Hogg, 2006, str. 2292). Določena nakupna odločanja so pomembnejša in zahtevajo večji trud, nekatera pa so več ali manj rutinska (Solomon et al., 2006, str. 292). Porabnikova odločitev temelji na več strategijah, ki pa so odvisne od izdelka, situacije, konteksta in preteklih izkušenj (Vida & Koklič Kos, 2010, str. 197). Za odločitev za nakup je pomembna stopnja vpletenosti porabnika, ki ga vloži v nakupno odločitev. Slika 2 prikazuje, kako po intenzivnosti ločimo nakupne procese.

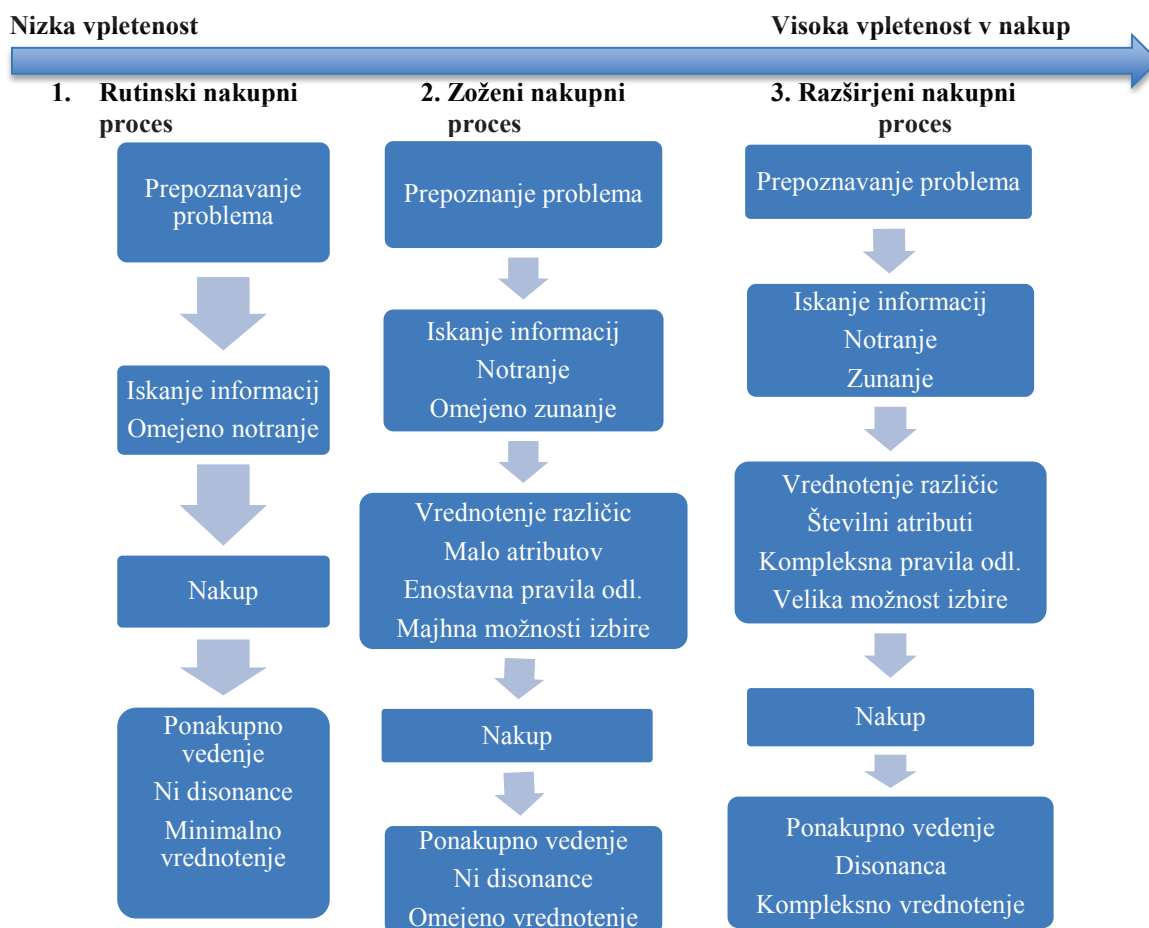
V **rutinskem nakupnem procesu** porabnik rutinsko rešuje probleme. Išče notranje informacije in je osredotočen na točno določen problem. Nakupna odločitev je sprejeta z malo ali nič zavestnega napora. To velja za izdelke, ki jih porabnik pogosto kupuje. Pri tem porabnik ne vloga truda v sprejemanje odločitev in zato varčuje z energijo in časom. Slaba stran tovrstnega nakupnega odločanja je, da je lahko v določenih situacijah tudi omejujoče, saj porabniku ne omogoča inovativnih pristopov za reševanje že znanih problemov. Vrednotenje nakupa je minimalno in ponakupno vedenje ne zajema ponakupne disonance (Vida & Koklič Kos, 2010, str. 198–199).

V **zoženem nakupnem procesu** se porabnik sooča z blagovno znamko, ki je neznana in nova. V primerjavi z rutinskim nakupnim procesom je problem bolj splošne narave in iskanje informacij je obsežnejše. Porabnik išče notranje in omejene zunanje informacije.



Vrednotenje različic je enostavno z majhno možnostjo izbire, pri čemer različice dojemajo kot med seboj podobne. Porabnik nakupu nameni omejen čas, na izbiro pogosto vpliva fizična urejenost trgovine. Vrednotenje nakupa je večje kot pri rutinskem nakupnem procesu. Po nakupu je porabnik izpostavljen ponakupni disonanci (Vida & Koklič Kos, 2010, str. 199).

Slika 2: Vpletenost in vrsta odločanja v nakupnem procesu



Vir: D. Hawkins et al. v I. Vida & M. Koklič Kos, Vedenje porabnikov, 2010, str. 198.

Pri **razširjenem nakupnem procesu** ima porabnik opravka z novo, neznano blagovno znamko, ki običajno predstavlja neznan izdelek. Porabnik išče notranje in zunanje informacije, ki pa so obsežne. Končna odločitve je povezana z visoko stopnjo zaznanega tveganja. Motiv porabnika, ki ga vodi v nakupni proces, je pomemben za njegovo samopodobo. Vrednotenje različic je kompleksno, temelji na številnih atributih in pravilih. Porabnik pregleda več trgovin, pri tem obstaja večja verjetnost, da bo občutil disonanco (Vida & Koklič Kos, 2010, str. 199).

Upoštevati moramo, da ima porabnik večino ponavljajočih nakupov, zato jih opravljajo rutinsko oziroma si zadeve poenostavi in s tem zmanjša kompleksnost odločanja (Damjan & Možina, 2002, str. 29). Proces je odvisen od porabnika in dejavnikov, ki vplivajo nanj. Za

nekega porabnika je lahko nakup jogurta rutinski, kar pomeni, da porabnik zazna potrebo po jogurtu (dejansko stanje) in kupi prvi jogurt, ki ga vidi (želeno stanje). Drugi porabnik pa, da zadovolji isto potrebo v trgovini, podrobno išče informacije, pregleda sestavo jogurta (hranilne vrednosti), blagovno znamko ipd. V tem primeru je nakup bolj zapleten, kjer porabniku pri končni odločitvi pomaga tudi označba hranilne vrednosti živila.

Bolj ko porabnik zaznava tveganja, ki so povezana z uporabo živila in vplivajo na zdravje, večja je verjetnost, da se bo porabnik vključil v iskanje in vrednotenje informacij, povezanih z živilom. To kaže, da se porabniki razlikujejo v stopnji motivacije za iskanje in uporabo informacij, ki so na voljo na označbah živil (Jacobs, De Beer, & Larney, 2010, str. 511–512).

Dejavniki, ki vplivajo na vrsto nakupnega procesa, so (1) razpoložljivost in različnost alternativ, pri čemer so pomembni tako objektivni dejavniki lastnosti izdelka, kot so velikost, oblika, kot tudi subjektivni dejavniki porabnika, kot je občutek zadovoljstva, (2) čas, ki ga ima porabnik na razpolago in (3) stopnja vpletenosti, ki vpliva na pomembnost produkta. Na nakupni proces vpliva tudi število alternativ, ki jih ima porabnik na voljo, saj ni nujno, da se bo pri velikem številu in časovni neomejenosti alternativ poglobil v nakupni proces (Damjan & Možina, 2002, str. 31).

V današnjem času, kjer se fizični in virtualni svet hitro zbližujeta, je pomembno, da podjetja zadovoljijo potrebe porabnikov kjer koli in kadar koli. Porabniki imajo neomejeno število možnosti za raziskovanje in nakup izdelkov in storitev tako preko spleta kot tudi v fizičnem okolju, vse na dosegu 24 ur na dan in 7 dni v tednu. Digitalni kanal ne predstavlja več samo »cenejšega načina« za povezovanje s porabniki, ampak tudi kanal za izvajanje promocije, spodbujanja prodaje in povečanja tržnega deleža. Pri tem je pomembno, kako podjetja povezujejo porabnike preko digitalnih kanalov. Povezovanje je ključno ne samo zaradi takojšnjih priložnosti, da preoblikujemo interes v prodajo, ampak tudi zato, ker na odločitve porabnika vplivajo tudi izkušnje, ki jih je imel skozi celoten proces nakupnega odločanja (Van Bommel, Edelman & Ungerman, 2014).

Zaradi hitrosti tehnoloških ciklov bodo morala podjetja slediti drugačnim pristopom pri upravljanju nakupnega obnašanja porabnikov. S hitrostjo, ki jo prinaša digitalizacija, se morajo osredotočiti na tri področja, in sicer na raziskovanje, oblikovanje in dostavo. **Raziskovanje** (angl. *discover*) se nanaša na upravljanje s podatki. Podjetja morajo uporabljati napredno analitiko zaradi obsežnih podatkov, ki so lahko strukturirani ali nestrukturirani, saj imajo tako celoten vpogled v stranko. Strategije pristopa do stranke morajo biti zasnovane na empiričnih analizah nedavnega obnašanja porabnikov in preteklih izkušnjah, ki jih je imel porabnik s podjetjem, kot tudi na informacijah, ki jih podjetja pridobijo o porabnikih preko njihovih mobilnih naprav in socialnih omrežij. **Oblikovanje** (angl. *design*) se nanaša na porabnikovo izkušnjo, kjer morajo podjetja oblikovati posamezne stike s porabnikom na način, da so prilagojeni posamezni stopnji v procesu



nakupnega odločanja. **Izvedba** (angl. *deliver*) pomeni, da se zna podjetje na kateri koli točki v procesu nakupnega odločanja povezovati s porabniki na pravi način (Van Bommel, Edelman & Ungerman, 2014).

Digitalne poti prinašajo nove načine, preko katerih sledimo porabnikom in analiziramo njihovo nakupno obnašanje. Pri tem imamo opravka s številnimi informacijami, ki jih podjetja lahko izkoristijo za oblikovanje boljših prodajnih in marketinških prijemov. Porabnik se sočasno prilagaja tudi novim tehnologijam in digitalnim potem, ki omogočajo drugačno uporabniško izkušnjo.

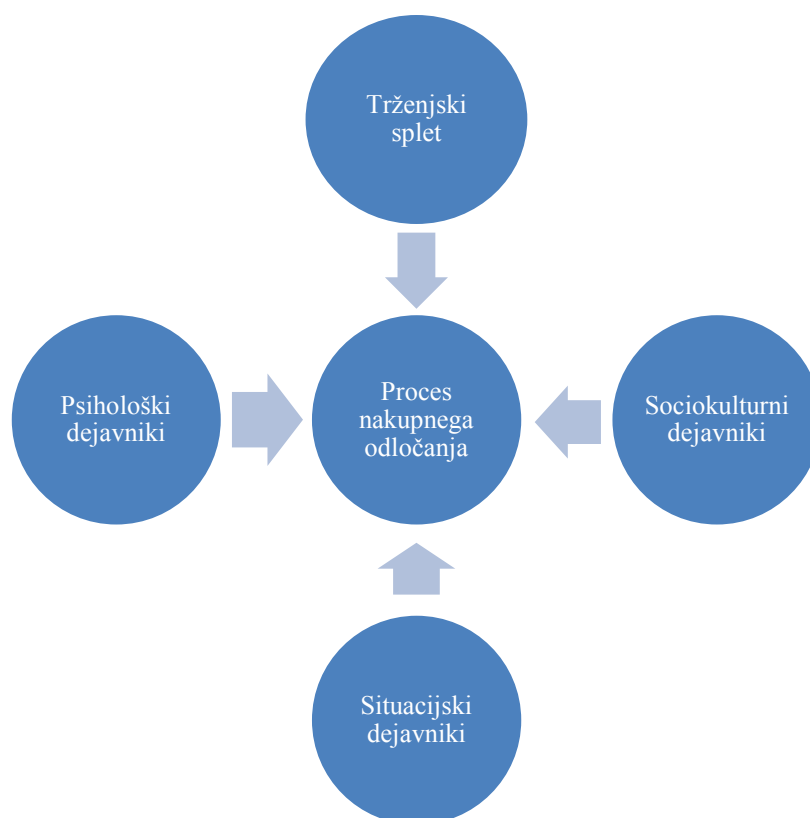
### 1.3 Dejavniki nakupnega odločanja

Pri proučevanju nakupnega odločanja je pomembno ugotoviti, zakaj se porabniki v neki situaciji obnašajo na en način, v drugi pa na drugačen način. Porabnik se odloči, da bo nakup izvedel ali pa ga ne bo izvedel. Pri nakupnem odločanju lahko porabnik dobi nasvet, ali pa je izpostavljen vplivom oglaševanja. Informacije, ki jim je pri tem izpostavljen, lahko sprejme ali zavrne. Informacije iz okolja se integrirajo v posameznika in tvorijo specifičen okvir, v katerem porabnik deluje, ko je izpostavljen tržni situaciji (Damjan & Možina, 2002, str. 37).

Na proces nakupnega odločanja vplivajo številni dejavniki, in sicer družbeno in ekonomsko okolje, individualne razlike oziroma značilnosti in psihološki procesi. Pozorni moramo biti torej na obe strani dogajanja, tako na notranje procese nakupnega odločanja porabnika kot na zunanje vplive, ki prihajajo iz okolja (Damjan & Možina, 2002, str. 31,37).

Slika 3 strnjeno prikazuje dejavnike, ki vplivajo na nakupno odločanje porabnikov. Pri **trženjskem spletu** gre za skupek trženjskih orodij, ki jih podjetje uporablja, da na trgu doseže želeni cilj (Kotler, 2004, str. 15). McCarthy (v Kotler, 2012, str. 47) je definiral štiri elemente trženjskega spleta, ki vključujejo izdelek, ceno, prostor in promocijo. V današnjem času ti elementi niso več dovolj oziroma je potrebna prilagoditev, zato je Kotler (2012, str. 47) oblikoval štiri modernejša orodja, ki vključujejo zaposlene, procese, programe (cena, izdelki, prostor in promocija) in izvedbo. Govorimo o trženjskem spletu, ki ga sestavljajo izdelek, tržna pot, cena, trženjsko komuniciranje, ljudje, procesi in okolje (Charoensettasilp & Wu, 2014, str. 3). Londre (2007) v trženjskem spletu izpostavlja devet elementov, in sicer ljudi, planiranje, produkt, ceno, promocijo, prostor, distribucijo, strast in partnerje. Na podlagi pregledane literature ugotavljam, da so sodobnejše definicije trženjskega spleta podobne, razlikujejo se v vsebini posameznih elementov, pri določenih avtorjih je elementov manj, vsebinsko pa opredeljujejo več. V nadaljevanju izhajam iz Kotlarjeve definicije trženjskega spleta.

*Slika 3: Dejavniki vpliva na nakupno odločanje porabnikov*



*Vir: J. Božič Marolt & J. Jereb, Kako se spreminja nakupno obnašanje Slovencev, 2006.*

Oblikovanje programa se prične pri izdelku, kjer je pomembno, da ga oblikujemo tako, da izpostavimo njegove ključne značilnosti in kakovost (Kotler, 2012, str. 347). Označba hranilne vrednosti živil na sprednji strani embalaže je eden od učinkovitih načinov, kako povečati pozornost glede hranilne vrednosti živil in posledično spodbuditi izbiro bolj zdrave prehrane (Wasowicz Kirylo, G. & Stysko Kunkowska, 2011, str. 722). Na porabnika pri sprejemanju informacij o posameznem izdelku vplivajo informacije, ki jih že poznajo o izdelku, in tudi informacije, ki jih ima o podobnih izdelkih (Solomon et al, 1999, str. 223–224).

Ko porabnik vstopi v trgovino, je obkrožen s številnimi blagovnimi znamkami (Grewal & Levy, 2009, str. 522). Zvestoba blagovni znamki je oblika ponovljivega nakupnega obnašanja, ki izraža zavestno odločitev za nakup iste blagovne znamke. Vezana je torej na ponovljiv nakup in pozitiven odnos do blagovne znamke (Solomon et al., 1999, str. 231). Na nakupno vedenje porabnika pri izbiri določene blagovne znamke vplivajo številni dejavniki. Fayrene in Lee (2011, str. 36) širše proučujeta vrednost blagovne znamke in ugotavljata, da vključuje kakovost, zaznano vrednost in asociacije.

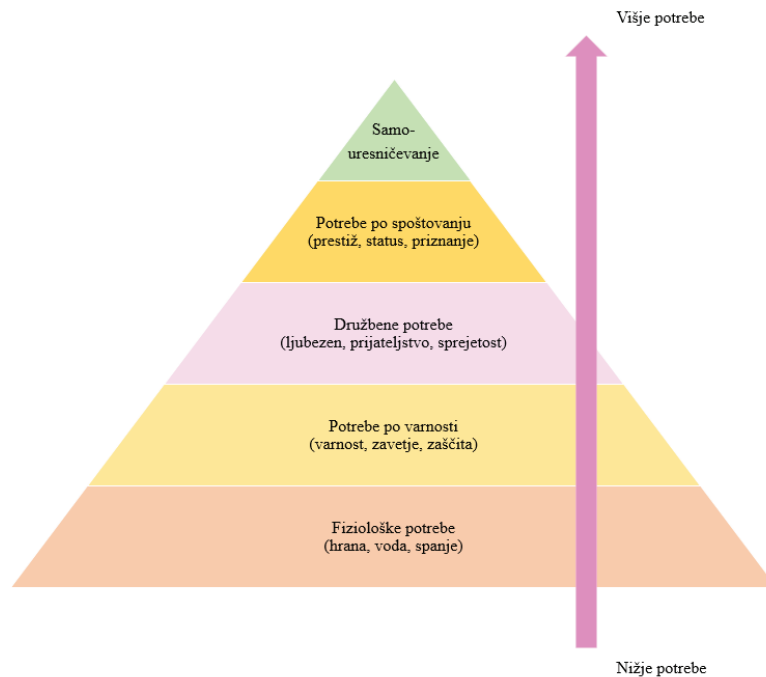
Pri izbiri blagovne znamke Mendez, Oubina in Rubio v raziskavi ugotavljajo, kako embalaža, cena in okus vplivajo na izbiro trgovske in proizvajalčeve blagovne znamke.

Raziskava je pokazala, da je okusi tisti, ki prevladuje, cena in embalaža izdelka pa tudi vplivata na preference porabnikov, pri čemer je vpliv posameznih dejavnikov odvisen od vrste izdelka (Mendez, Oubina & Rubio, 2011, str. 1244–1245). Podobno ugotavljajo Jacobs, De Beer in Larney (2010, str. 517 – 518), da na porabnikov uporabo označb živil vplivata predvsem cena in okus. Označbe predstavljajo le en del informacij, ki so umeščene na izdelku in jih lahko porabnik zato hitro lahko prezre, tudi zaradi interesov, ki so povezani z blagovno znamko, ceno ali okusom. Raziskave kažejo, da so porabniki, glede na vrsto živila, različno dovzetni za informacije o hranilni vrednosti. Zato je pomembno, da z informacijami o hranilnih vrednostih pritegnemo porabnikovo pozornost (Wasowicz Kirylo, G. & Stysko Kunkowska, 2011, str. 722).

Na porabnikovo nakupno odločanje vplivajo tudi **osebne značilnosti**, kot so porabnikova starost in stopnja v življenjskem ciklu, poklic, finančne razmere, življenjski slog, osebnost in samopodoba. V različnih obdobjih svojega življenja porabniki kupujejo različne izdelke (Kotler, 2004, str. 190). Osebni dejavniki torej vplivajo na nakupno odločanje (Kotler & Keller, 2012, str. 177). Kako se posamezniki odzovejo na dražljaj, je določeno s tem, kako zaznava svet okoli sebe. Damjan in Možina (2002, str. 60) ugotavljata, da je »učenje vsaka relativno stalna sprememba v vedenju, ki jo povzroči izkušnja« (Damjan & Možina, 2002, str. 60). Učimo se lahko tudi slučajno in si tega niti ne želimo, lahko pa se učimo načrtno skozi opazovanje. Večino nakupov porabniki opravijo, ker so se tega naučili, navadili, nekatere nakupe pa opravijo bolj premišljeno, kjer iščejo različne možnosti, na osnovi katerih se odločijo za nakup. V tem primeru to izvedejo skozi reševanje problema (Damjan & Možina, 2002, str. 60–61).

Poznavanje porabnikovih motivov je bistveno za razumevanje njegovega obnašanja (Damjan & Možina, 2002, str. 79). Najbolj znana je Maslowa hierarhija potreb, ki jo prikazujem na Sliki 4. Potrebe so razvrščene v petstopenjsko lestvico v hierarhiji od najmanj do najbolj nujnih (Kotler, 2004, str. 196), in to so fiziološke potrebe, potrebe po varnosti, družbene potrebe, potrebe po spoštovanju in potrebe po samouresničevanju (Slika 4). Pri hierarhičnem pristopu je vrstni red razvoja določen – posamezna stopnja mora biti dosežena, če želimo aktivirati višje stopnje. Na vsaki stopnji obstajajo različne prioritete z vidika ugodnosti, ki jih porabnik išče pri posameznih izdelkih (Salomon et al., 2006, str. 98).

Slika 4: Maslowa hierarhija potreb



Vir: M. Salomon et al., *Consumer Behaviour: A European Perspective*, 2006, str. 99.

V procesu nakupnega odločanja je porabnik izpostavljen številnim prehranskim izdelkom in blagovnim znamkam, kjer se mora odločiti za živilo, ki bo zadovoljilo njegove potrebe glede na Maslowo hierarhijo potreb. Današnji porabnik kupuje hrano, ki odraža:

- njegov življenjski stil, ki predstavlja vzorec načina življenja, kar se odraža v aktivnostih, interesih in mnenjih (Kotler & Keller, 2012, str. 179);
- njegov družbeni razred, kjer Kotler in Keller (2012, str. 177) ugotavljata, da posamezniki izberejo proizvode, ki izražajo in komunicirajo njihovo vlogo in njihov dejanski oziroma zaželeni status v družbi;
- njegovo osebnost, ki se nanaša na splet psiholoških lastnosti, ki povzročijo, da se na določene dražljaje v okolju odziva vedno podobno ali enako (Kotler, 2004, str. 193).

Na izbiro proizvodov in blagovnih znamk vplivajo tudi ekonomski dejavniki, kot so porabnikov dohodek, privarčevana sredstva in premoženje, dolgovi, moč zadolževanja in odnos do porabe in varčevanja (Kotler & Keller, 2012, str. 178). Pri nakupnem odločanju je porabnik pozoren na vrsto elementov, in sicer ceno, datum veljavnosti, hranilne vrednosti in podobno. Hranilne vrednosti so s trendom naraščanja pomembnosti zdravega načina prehranjevanja postale še posebno pomembne. Porabnik mora razumeti hranilne vrednosti živil, ki so navedene na izdelku, zato je proces nakupnega odločanja postal bolj kompleksen.

**Sociokulturni dejavniki** vključujejo družino, referenčne skupine, kulturo, subkulturo in družbene razrede z vlogami in statusi. Kultura je osnovni dejavnik porabnikovih želja in

vedenja. Skozi družino in ključne institucije je že otrok v odrasčanju izpostavljen vrednotam, ki se razlikujejo od države do države (Kotler & Keller, 2012, str. 173–174).

Družina je najbolj vplivna primarna skupina, ki vpliva na nakupno obnašanje porabnikov (Kotler & Keller, 2012, str. 176). Družina se od gospodinjstva razlikuje v tem, da zajema vse člane, ki živijo v skupni bivalni enoti, povezane in nepovezane člane. Nakupno odločanje v družini je pomembno, ker so porabniki, ki sestavljajo družino ali gospodinjstvo, glavna ciljna skupina za veliko izdelkov in ker ima družina velik vpliv na nakupne odločitve posameznikov (Blackwell et al., 2001, str. 390).

**Situacijski dejavniki** so dejavniki, ki so povezani s časom in prostorom in so neodvisni od porabnika ali izdelka (Damjan & Možina, 2002, str. 121) in so prikazani v Tabeli 2. Situacijski dejavniki in njihovo poznavanje je še posebno pomembno za prodajalce (Damjan & Možina, 2002, str. 121). Raziskava Jacobsa et al. (2010, str. 517) je pokazala, da je eden od razlogov, zakaj porabniki ne berejo označb živil, tudi čas, ker menijo, da je to časovno zamudno.

*Tabela 2: Situacijski dejavniki*

| Dejavniki        | Opis                                                               |
|------------------|--------------------------------------------------------------------|
| Fizično okolje   | Lokacija, oprema trgovine, glasba, temperatura.                    |
| Socialno okolje  | Pristotnost drugih ljudi na prodajnem mestu.                       |
| Čas              | Dan v tednu; sezonski vpliv; relativni čas, ki ga porabnik občuti. |
| Nakupna naloga   | Komu je izdelek namenjen, darilo za druge ali lasten nakup.        |
| Predhodno stanje | Kako je razpoložen porabnik, ko vstopi v trgovino.                 |

*Vir: J. Damjan & S. Možina, Obnašanje potrošnikov, 2002, str. 121.*

V današnjem času tempo življenja posameznikov vpliva na nakupno obnašanje, saj so pri nakupu časovno omejeni. Pri določenih nakupih (predvsem hrane) ljudje rutinsko kupujejo izdelke, ki jih poznajo, in se zato ne vključujejo v racionalni proces odločanja. Z razumevanjem nakupnega procesa in vedenja porabnikov bodo podjetja lahko bolje razumela, zakaj porabniki kupujejo ali ne kupujejo določenih izdelkov, in kaj morajo narediti, da bodo kupovali (Blackwell et al., 2001, str. 390). Podjetja morajo znati povezovati vse prodajne kanale, tako fizične kot digitalne, in spremljati porabnike. Digitalni kanali omogočajo, da porabnikom sledimo tudi na sodobnejši način in še bolje razumemo njihovo nakupno obnašanje.

## 2 TRENDI NA PODROČJU PREHRANJEVANJA

Način prehranjevanja porabnikov se je danes močno spremenil. Veliko proizvajalcev hrane vlaga v oglaševanje in proizvaja hrano, ki ima veliko sladkorja, maščobe in soli.

Neozaveščenost porabnikov vodi k preveliki telesni teži, razširjenost kronično nalezljivih bolezni pa v svetu narašča (Hossain, Kavar & El Nahas, 2007, str. 213).

Več kot 36 milijonov ljudi na leto umre zaradi neprenosljivih bolezni, ki vključujejo predvsem bolezni srca in ožilja, nekaterih vrst raka, kronične bolezni dihal in diabetes. Več kot 14 milijonov ljudi v starosti med 30 in 70 leti umre premladih (Global action plan for the prevention and control of noncommunicable diseases, 2013). Trendi kažejo, da je predvsem diabetes postal globalni problem zdravstvenega varstva, za katerega napovedujejo, da bo dosegel epidemijo do leta 2030 (Hossain et al., 2007, str. 214). Trend debelosti je posebej zaskrbljujoč pri otrocih in mladostnikih. Raziskave kažejo, da tudi slaba prehrana žensk v nosečnosti predstavlja tveganje za razvoj kasnejše debelosti potomcev (Branca, Nikogosian & Lobstein, 2007, str. 1–6).

Debelost predstavlja tudi ekonomsko breme skozi povečane neposredne in posredne stroške ter nematerialne stroške. Neposredni stroški se kažejo skozi povečane stroške zdravstva za zdravljenje bolezni, povezanih z debelostjo, posredni stroški pa skozi izgubljeno produktivnost zaradi odsotnosti na delu in prezgodnje smrti. Nematerialni stroški so vidni skozi zamujene priložnosti, psihološke težave in slabšo kakovost življenja (Branca et al., 2007, str. 10).

Na podlagi podatkov svetovne zdravstvene organizacije so ugotovili, da čezmerna telesna teža in debelost predstavljata velik izziv za javni sektor, saj se stopnja debelosti hitro stopnjuje. Debelost prizadene bolj revno prebivalstvo in s tem ovira zavira možnosti izboljšanja njihovega socio–demografskega položaja. Najbolj ogrožena skupina so otroci in mladostniki. Posledice čezmerne teže in debelosti vplivajo na obolenja za diabetesom (80 % primerov), srčna obolenja (35 % primerov) in hiperaktivna obolenja (55 % primerov). Debelost vpliva tudi na stroške zdravstvene oskrbe, saj povzroča 6 % stroškov zdravstvene oskrbe svetovne zdravstvene organizacije v Evropi. Debelost in bolezni, povezane z njo, vplivajo na ekonomski razvoj in omejujejo posamezne ekonomske priložnosti (Branca et al., 2007, str. 1).

Neravnovesje med energijskim vnosom in porabo je glavni vzrok debelosti in čezmerne hranjenosti. Povečuje se vnos energijsko goste hrane, ki je bogata z maščobami, soljo, sladkorji ter osiromašena vitaminov, mineralov in z drugih mikrohranil. Zaradi narave dela, spremenjenih oblik transporta in večje urbanizacije se je zmanjšala tudi telesna dejavnost. Spremembe v prehranskih vzorcih in telesni dejavnosti so pogosto posledica okoljskih in socialnih sprememb, povezanih z razvojem in pomanjkanjem podpornih politik na področju zdravja, kmetijstva, transporta, urbanega načrtovanja, okolja, predelave hrane, distribucije, trženja in izobraževanja (Hlastan Ribič & Kranjc, 2014, str. 50).

Glavni problemi se kažejo v slabem prehranjevanju in premajhni telesni aktivnosti kar posledično vodi k debelosti porabnikov. Da bi se temu izognili, je potrebna sprememba v

načinu življenja, ki vodi k izgubi teže in zmanjšanju pojavnosti diabetesa in hipertenzije (Hossain et al., 2007, str. 215). Raznolika, uravnotežena in zdrava prehrana je odvisna od posameznikovih potreb (načina življenja, stopnje aktivnosti), kulturnega okolja, lokalno razpoložljivih živil in prehranskih navad (Healthy diet, 2015). Porabniki se na različne načine lotevajo izboljšav svojih prehranjevalnih navad, zato so se pojavili številni trendi v načinu prehranjevanja.

Na podlagi zgornjih podatkov in stanja na področju prehranjevanja lahko povzamem, da je še toliko bolj pomemben odnos porabnikov do označevanja hranilne vrednosti živil, saj si lahko z boljšo informiranostjo izboljšajo svoje prehranjevalne navade. Porabniki se na različne načine lotevajo izboljšav svojih navad, zato so se pojavili tudi številni trendi v načinu prehranjevanja.

## **2.1 Slaba prehrana, telesna neaktivnost in debelost ter aktivnosti na tem področju**

Slaba fizična aktivnost in slab način prehranjevanja vplivata na debelost. Na porabnika vplivajo tudi dejavniki okolja, in sicer gre za vpliv šole, poslovnega okolja, nacionalne politike glede prehrane in zdravja. Odvisno je tudi, v kateri fazi življenjskega cikla je porabnik (Branca et al., 2007, str. 14).

Današnje okolje ponuja veliko priložnosti za uživanje hrane in pijače. Pri številni ponudbi, ki jo omogočajo proizvajalci, se porabniki ne zavedajo, da zaužijejo energijsko bogate izdelke. Pri tem sta še posebno pomembna dva prehranska dejavnika, ki vodita k čezmernemu prenašanju. **Prvi dejavnik** je poraba zelo visoke kalorične prehrane, ki vključuje veliko energije glede na enoto mase zaradi dodanih sladkorjev in maščob, oziroma je bila hrana predelana, ali pa je prisotnost sadja in zelenjave minimalna. **Drugi dejavnik** je uživanje pijač, ki vsebujejo veliko energijsko vrednost, kot so sladkane pijače med obroki. Ta dva dejavnika vplivata na vnos hrane pri porabnikih, ki pa jih ne regulirajo, saj jim povsod ponujajo tovrstno hrano in pijačo (Branca et al., 2007, str. 16).

Velik problem je debelost med otroci in predstavlja enega od največjih zdravstvenih izzivov. Velika verjetnost je, da bodo otroci s čezmerno telesno maso ostali debeli, tudi ko bodo odrasli. To pa pomeni večjo verjetnost za razvoj neprenosljivih bolezni, kot so diabetes in bolezni srca in ožilja. Energijsko neravnovesje je rezultat sprememb v vrsti hrane, razpoložljivosti, dostopnosti in trženja kot tudi telesne neaktivnosti. Otroci porabijo več prostega časa pred televizijo in računalnikom ter manj pri telesnih aktivnostih. Pri reševanju otroške in mladostniške debelosti je treba upoštevati vpliv okolja in treh kritičnih obdobj v življenjskem ciklu, in sicer nosečnosti, rojstva in zgodnjega otroštva, otroštva in mladosti (Report of the commission on ending childhood obesity, 2016).



WHO je sprejela Globalni plan aktivnosti za preprečevanje in nadzor neprenosljivih bolezni za obdobje od 2013 do 2020. Glavni cilj je osredotočenost na **štiri tipe neprenosljivih bolezni**, in sicer (1) bolezni srca in ožilja, (2) nekatere vrste raka, (3) kronične bolezni dihal in (4) diabetes, ki med neprenosljivimi boleznimi največ vplivajo na obolelost in umrljivost. Poleg tega so vključene tudi **štiri vedenjske nevarnosti**, to so (1) uporaba tobaka, (2) nezdravo prehranjevanje, (3) telesna nedejavnost in (4) škodljiva uporaba alkohola. Pri WHO se zavedajo, da na zdravje in kakovost življenja porabnikov vplivajo razmere, v katerih porabniki živijo in delajo. Za uspeh plana je potrebno mednarodno sodelovanje in promocija, vloga države in aktivnost ostalih udeležencev, proučevanje dejavnikov tveganja, zdravstveni sistem in univerzalna zdravstvena pokritost, vlaganje v raziskave, razvoj in inovacije ter nadzor in spremljanje (Global action plan for the prevention and control of noncommunicable diseases, 2013).

Poleg tega je WHO ustanovila komisijo, ki se ukvarja z odpravo debelosti med otroki. Komisija je oblikovala širši program aktivnosti, ki jih je treba izvesti. Eden od ciljev je tudi program, ki spodbuja uživanje zdrave prehrane in zmanjševanje vnosa nezdrave hrane in sladkanih pijač pri otrocih in mladostnikih. Pri tem so izpostavili pomen informacij o hranilni vrednosti živil. Označbe hranilni vrednosti živil lahko porabnika zmedejo in jih slabo razumejo. Porabniki morajo biti obveščeni o zdravem načinu prehranjevanja, da to lahko zagotovijo tudi svojim otrokom. To pa ni mogoče, če niso prehranske informacije univerzalne in predstavljene na uporaben, razumevajoč in dostopen način vsem porabnikom (Report of the commission on ending childhood obesity, 2016).

Proučevanje so zavzeli širše in menijo, da ni dovolj, da se porabniki zanašajo samo na označevanje hranilne vrednosti živil ali označbe. Država mora spodbujati razvoj in širiti pomen zdrave prehrane in smernic prehranjevanja, tako za odrasle kot tudi otroke. Potrebne informacije morajo zagotoviti preko medijev in sporočil javnega zdravja na način, da dosežejo vse segmente prebivalstva in da se porabniki usmerijo v bolj zdravo izbiro hrane. Nedavni trendi v proizvodnji in predelavi hrane, trgovci, trženje in prodaja so prispevali k ozaveščanju o prehrani in boleznih, povezanih z nepravilnim načinom prehranjevanja (Report of the commission on ending childhood obesity, 2016).

## **2.2 Trendi v načinu prehranjevanja**

Porabniki se poslužujejo različnih načinov prehranjevanja tudi zato, da bi sledili zdravemu načinu življenja. To se kaže v številnih načinih prehranjevanja, ki so jim porabniki izpostavljeni skozi oglaševanje in označevanje živil. V nadaljevanju bom predstavila najbolj pogoste prehranske trende ter njihove pozitivne in negativne plati.

**Paleo dieta** se osredotoča na starodavne načine prehranjevanja, kjer porabnik uživa čim več naravnih živil, ki jih lahko v naravi nabere, utrgamo in ujamemo. Gre za način prehranjevanja, ki so ga poznali naši predniki v dobi paleolitika. V tovrstnem prehranjevanju



se mora porabnik izogibati sladkorju in rafiniranim maščobam oziroma živilom, ki jih pridobimo z industrijskimi postopki, glutenskim žitaricam (posebno pšenici), umetnim aditivom, alkoholu in cigaretam (Kaj je paleo način prehranjevanja, 2013).

Študije kažejo, da tovrstno prehranjevanje prinaša številne prednosti predvsem z vidika zmanjševanja maščobnega tkiva, reguliranja krvnega sladkorja in holesterola, reguliranje krvnega tlaka in zmanjševanja pojave vnetij in vnetnih bolezni. Pri tovrstnem prehranjevanju porabniki opažajo, da bolje spijo, izboljša se jim počutje, imajo več energije in večjo sposobnost koncentracije (Kaj je paleo način prehranjevanja, 2013). Z vidika mnenja strokovnjakov je slabost tovrstnega prehranjevanja, da je hrana preveč enolična in vključuje premalo žit, olja in mlečnih izdelkov. Prednost pa je v tem, da prehranjevanje vključuje naravna živila, predvsem meso in ribe (So ti prehranski trendi res tako zdravi, 2016).

**Dieta, ki je osredotočena na vrsto in količino hrane** in temelji na volumnu, kar pomeni, da mora dati porabniku občutek sitosti. Pri tej dieti je pomembno, da porabnik izbira živila z malo kalorij in veliko vsebnostjo vode. Porabnik mora uživati veliko sadja in zelenjave, polnozrnata živila, beljakovine, kruh, stročnice, izogibati se mora sladkarijam, ocvrti hrani in drugim predelanim živilom. Strokovnjaki menijo, da veliko volumna pomeni malo kalorij in malo energije in z vidika dolgoročnega prehranjevanja ni primerno (So ti prehranski trendi res tako zdravi, 2016).

**Fleksitarijanstvo** je trend v prehranjevanju, ki je sestavljen iz dveh besed, in sicer fleksibilno in vegetarijanstvo. Porabnik se prehranjuje predvsem s hrano rastlinskega izvora in redko hrano živalskega izvora, če pa že, mora biti za iz trajnostne reje. Strokovnjaki ocenjujejo, da je prehranjevanje sprejemljivo, saj bo porabnik zdrav in v dobri formi (So ti prehranski trendi res tako zdravi, 2016).

**Zeleni sokovi** so zadnje čase vse bolj priljubljeni. Osnova za sestavo sokov je sadje, vsebujejo pa tudi visok delež zelene zelenjave. Po mnenju strokovnjakov je v osnovi sadje, ki pa ima tudi veliko kalorij, tako da tovrstni način ni primeren za hujšanje. Pri tem opozarjajo, da rastline v svojih listih prenašajo tudi sledi alkaloidov, ki v majhni količini ne predstavljajo nevarnosti in krepijo imunski sistem, če pa to porabniki neprekinjeno uživajo več tednov, se alkaloidi kopičijo v telesu in sprožijo neželene simptome (So ti prehranski trendi res tako zdravi, 2016).

Prehranjevanje **brez laktoze in glutena** ne vpliva na zmanjšanje odvečnih maščob, saj imajo ti izdelki enako količino kalorij kot običajni (z laktozo in glutenom). Strokovnjaki svetujejo predvsem, da je zdravo, če porabniki pojejo manj izdelkov iz bele moke (So ti prehranski trendi res tako zdravi, 2016).

Način prehranjevanja, imenovan **čista prehrana**, temelji na živilih, ki niso obdelana industrijsko ali kemično. To prehranjevanje je priporočljivo, ker se osredotoča na naravna

in zdrava živila, kot so zelenjava in sadje (So ti prehranski trendi res tako zdravi, 2016). Gre za **ekološko hrano**, v Sloveniji se uporablja tudi izraz eko, biološko oziroma bio hrana, ki je pridelana na okolju prijaznejši način. Hrana se pridelava brez uporabe pesticidov, konzervansov, umetnih arom, barvil in gensko spremenjenih organizmov, pa tudi reja živali je prijaznejša. Rastline rastejo na zdravih tleh, ki niso izčrpana zaradi intenzivne pridelave in niso onesnažena s pesticidi in umetnimi gnojili (Kakšna je razlika med eko jabolki, bio rozinami, organsko kavo in konvencionalnimi živili, 2013).

Ekološko pridelana hrana vsebuje več vitamina C, manj težkih kovin in več mineralov, ima večjo vsebnost suhe snovi, ima manj nitratov in je po navadi okusnejša od konvencionalno pridelane hrane. Konvencionalna hrana nima prepovedi uporabe kemično sintetiziranih sredstev za varstvo rastlin, hormonskih regulatorjev rasti, sredstev za predčasno prekinitev rasti, uporabe sintetičnih dušikovih gnojil in lahko topnih fosfatov (Kakšna je razlika med eko jabolki, bio rozinami, organsko kavo in konvencionalnimi živili, 2013).

Porabniki pogosto zamenjujejo oznako »ekološko pridelano« z oznako »domače« in »naravno«. Pri domači ali naravni hrani ne gre za hrano, ki je pridelana brez kemičnih sredstev in ni enakovredna živilom z ekološkimi oznakami (ekološko, biološko, organsko), ker ta živila niso pod nadzorom in nimajo certifikata (Kakšna je razlika med eko jabolki, bio rozinami, organsko kavo in konvencionalnimi živili, 2013).

Pri vseh zgoraj opisanih načinih prehranjevanja prehrana ni raznolika in uravnotežena. Poleg tega je pomembno, da je hrana zdrava, zato je ekološko pridelana hrana kot način prehranjevanja smiselna in pomembna. Različni trendi prehranjevanja kažejo na aktualnost teme in interesa porabnikov, da zaradi različnih razlogov iščejo načine za izboljšanje svojega načina prehranjevanja. Pri tem so ključne označbe na živilih in razumevanje porabnikov, kaj pomenijo. Z vidika zagotavljanja pravilnega vnosa hrane pa mora porabnik še zmeraj slediti označbam hranilne vrednosti živil.

## **2.3 Prehranjevalne navade in aktivnosti na področju izboljšanja prehranjevalnih navad v Sloveniji**

Zaradi vse hitrejšega načina življenja predstavlja ohranjanje zdravih prehranjevalnih in gibalnih navad ter zdravega načina življenja poseben izziv za aktivni del populacije, ki ob službi in družini to vse težje ohranja. V zadnjem desetletju se je spremenilo tudi okolje, v katerem prevladuje nezdrava ponudba hrane nad zdravo in je oglaševanje hrane z veliko vsebnostjo sladkorja, soli in maščob zelo agresivno. Pomanjkanje časa in velika razpoložljivost raznovrstne ponudbe hrane pomeni težjo izbiro, ki zahteva dobro ozaveščenega porabnika (Resolucija o nacionalnem programu o prehrani in telesni dejavnosti za zdravje 2015-2025, 2015).

Prehranjevalne navade in prehranski status so pomemben dejavnik večine kronično nenalezljivih bolezni, in sicer kot dejavniki tveganja ali kot varovalni dejavniki. Raziskave kažejo, da imajo porabniki v povprečju nezdrave prehranjevalne navade. Odrasli porabniki uživajo preveč maščob, soli in sladkorja, ki so zdravju škodljivi. Najbolj razširjene so slabe prehranjevalne navade, ki dolgoročno škodujejo zdravju, in sicer med manj izobraženimi in ekonomsko slabše preskrbljenimi porabniki in moškimi (Hlastan Ribič & Kranjc, 2014, str. 38).

Čezmerna hranjenost in debelost sta tudi v Sloveniji velika javnozdravstvena problema, ki se še povečujeta. Vplivata predvsem na zmanjšanje kakovosti življenja in povečujeta kronična obolenja, ki vključujejo predvsem sladkorno bolezen, različne vrste raka, zvišan krvni tlak ter bolezni srca in žilja. Z raziskavo v obdobju 2001–2012 so ugotovili, da se delež anketirancev z indeksom telesne mase (v nadaljevanju ITM)  $< 25$  skozi leta raziskave ne spreminja, zmanjšuje pa se delež čezmerno hranjenih in povečuje delež debelih med odraslimi porabniki v Sloveniji, predvsem je viden porast debelosti med moškimi (Hlastan Ribič & Kranjc, 2014, str. 49).

Pri ocenjevanju čezmerne hranjenosti in debelosti se uporablja ITM in predstavlja razmerje med telesno maso in kvadratom višine ter ga izrazimo v  $\text{kg/m}^2$ . ITM se pogosto uporablja za prepoznavanje premajhne ali prevelike telesne mase, čeprav ne odraža dejanskega deleža telesne maščobe. Kadar je indeks med 25,0 in 29,9 to kaže čezmerno hranjenost, vrednost nad 30,0 pa kaže na debelost (Hlastan Ribič & Kranjc, 2014, str. 50).

Na podlagi raziskave so ugotovili, da je za izboljšanje prehranjevalnih navad porabnikov v Sloveniji ključnega pomena zdravju naklonjena javna politika s sistemskimi ukrepi na nacionalni ravni in tudi regionalnih ravneh, kjer so potrebni še ustrezni finančni ukrepi ter podpora raziskovalni dejavnosti. Poleg omenjenih ukrepov, ki bodo omogočali večjo dostopnost do zdrave hrane in zdravega prehranjevanja vsem porabnikom, je za oblikovanje zdravih prehranjevalnih navad pomembno tudi ozaveščanje, obveščanje in izobraževanje prebivalstva o zdravem načinu prehranjevanja od otroštva dalje (Hlastan Ribič & Kranjc, 2014, str. 44–45).

Gibalne navade staršev lahko pomembno vplivajo na razvoj otrokovih gibalnih navad. Delež zadostno telesno dejavnih otrok in mladostnikov v Sloveniji je premajhen. Predšolski in šolski otroci so do določene mere sicer deležni telesne dejavnosti v vrtcih in šolah, vendar to ne zadostuje za zdrav otrokov razvoj. Naloga staršev je, da spodbujajo telesno dejavnost otrok (Resolucija o nacionalnem programu o prehrani in telesni dejavnosti za zdravje 2015–2025, 2015).

Na eni strani imamo problem čezmerne telesne mase in debelost zaradi nezdravega prehranjevanja, na drugi strani pa se pojavlja pogosta podhranjenost in krhkost med starostniki in bolniki. To pomeni večje število hospitalizacij in obiskov drugih institucij za

starostnike ter manj učinkovito zdravljenje in slabe izide zdravljenja različnih zdravstvenih težav, s čimer se povečujejo tudi stroški. Tudi starajočo populacijo je treba spodbujati in ji nuditi možnost, da ohranja svoje zdravje in ostaja krepka tudi v starosti (Resolucija o nacionalnem programu o prehrani in telesni dejavnosti za zdravje 2015-2025, 2015).

Inštitut za nutricionistiko je v sodelovanju z Biotehniško fakulteto in Ekonomsko fakulteto Univerze v Ljubljani v letu 2015 začel izvajati nov raziskovalni projekt »Simboli na živilih kot orodje potrošnikom za lajšanje izbire zdravju koristnih živil«. Projekt se bo zaključil leta 2017. V okviru raziskovalnega projekta proučujejo izzive, ki jih je treba razrešiti za uspešno vzpostavitev dodatnega prostovoljnega označevanja živil na nacionalni ravni, ki bo po eni strani porabnikom omogočilo lažjo izbiro zdravju koristnih živil, po drugi strani pa spodbujalo proizvajalce živil k njihovi reformulaciji, kar lahko posledično vpliva na izboljšanje ponudbe zdravju koristnih izbir. Projekt financirata Javna agencija za raziskovalno dejavnost RS in Ministrstvo za zdravje RS (Nov raziskovalni projekt »Simboli na živilih kot orodje potrošnikom za lajšanje izbire zdravju koristnih živil«, 2015).

Projekt »Simboli na živilih kot orodje potrošnikom za lajšanje izbire zdravju koristnih živil« je razdeljen na štiri sklope. V **prvem sklopu** bodo obravnavali potrebe za zagotavljanje javnega zdravja. Primerjava bo izvedena med živil, ki so označena s prehranskimi oziroma zdravstvenimi simboli s sestavo živil, ki s takšnimi simboli niso označena. S tem bodo preverjali, ali tovrstno podeljevanje simbolov prispeva k reformulaciji in podpira javno zdravje. S tem želijo ugotoviti vpliv morebitne uvedbe nacionalne sheme prostovoljnega označevanja živil na trgu. V **drugem sklopu** bo obravnavan vpliv simbolov na živilih na porabnikovo izbiro živil. V zadnjih nekaj letih se je pojavilo kar nekaj novih simbolov, ki se uporabljajo na označbah živil. V večini primerov gre za preproste simbole, ki označujejo živilo s prehransko ugodnejšo sestavo. Tovrstno označevanje je prisotno tudi v Sloveniji v obliki simbola varovalnega živila. V **tretjem sklopu** bodo raziskali razumevanje potreb proizvajalcev živil. V tem delu bodo raziskali razsežnosti motivov, izkušenj, prepričanj in omejitev pri takšnem prostovoljnem označevanju živil. To bo prispevalo k oblikovanju nacionalne sheme prostovoljnega označevanja, ki bo imela visok potencial za uporabo s strani nosilcev živilske dejavnosti. **Četrti sklop** zajema izdelavo rezultatov in izsledkov projekta, ki bodo na voljo zainteresiranim deležnikom in širši javnosti ter poročanje (Nov raziskovalni projekt »Simboli na živilih kot orodje potrošnikom za lajšanje izbire zdravju koristnih živil«, 2015).

Pomemben mejnik v prehranjevanju porabnikov v Sloveniji predstavljata **nacionalni program prehranske politike in nacionalni program spodbujanja telesne dejavnosti za krepitev zdravja**. Prvi nacionalni program prehranske politike, ki ga je sprejel Državni zbor leta 2005, je povezal ključne udeležence v prizadevanjih, da bi prebivalcem Slovenije skozi različne ukrepe zagotovili zdravo prehranjevanje. Dve leti zatem je bil sprejet komplementaren dokument, Nacionalni program spodbujanja telesne dejavnosti za krepitev zdravja. Skozi izvajanje ukrepov preko obeh programov je rastlo tudi zavedanje, da zdravo

prehranjevanje in telesna dejavnost vplivata na zdravje, da sta medsebojno povezani in da se učinki obeh dopolnjujejo. To kaže na smiselnost skupnega nacionalnega programa za prehrano in telesno dejavnost. Pri tem se je krepilo tudi zavedanje, da zdravje ni samo del zdravstvenega sektorja, ampak tudi okolja, kjer živimo, delamo in se družimo, na primer v vrtcih, šolah, na delovnem mestu ter v okolju, kjer preživljamo svoj prosti čas (Resolucija o nacionalnem programu o prehrani in telesni dejavnosti za zdravje 2015-2025, 2015).

Rezultati pretekle prehranske politike so ukrepi, ki se že izvajajo v vzgojno–izobraževalnih ustanovah. Ti so osnova za razvoj in utrditev prehranskih navad v aktivni življenjski dobi. Z Zakonom o šolski prehrani so bile uvedene smernice zdravega prehranjevanja v vzgojno–izobraževalnih ustanovah. V sklopu programa so zagotovili tudi ustrezno prehranjevanje za učence s slabšim socialno–ekonomskim položajem skozi subvencioniranje šolske prehrane. Zakon s subvencioniranjem šolske prehrane definira vzgojne funkcije prehranske vzgoje in prepoveduje uporabo avtomatov s hrano v šolskem prostoru, z namenom zmanjšanja porabe sladkih pijač in živil z visoko vsebnostjo sladkorja, soli in maščob. Z različnimi ukrepi šola postaja okolje z zdravimi in uravnoteženimi obroki. Tudi prehrana v vrtcih se je spremenila, saj otroci tam zaužijejo večino dnevnih obrokov. Za namene subvencionirane študentske prehrane pa so bile oblikovane smernice zdravega prehranjevanja tudi za študente (Resolucija o nacionalnem programu o prehrani in telesni dejavnosti za zdravje 2015-2025, 2015).

Z oblikovanjem Nacionalnega programa o prehrani in telesni dejavnosti za zdravje 2015–2025 je vodilo vseživljenjski pristop, s katerim želijo v vseh življenjskih obdobjih pomagati porabnikom in jim s ključnimi mehanizmi olajšati odločitev in izbiro za zdravo prehranjevanje in redno telesno dejavnost. Zdrav življenjski slog, vključno z zdravim prehranjevanjem in telesno dejavnostjo za krepitev zdravja, mora biti dostopen in dosegljiv, ne glede na družbeno–ekonomski status, spol ali starost (Resolucija o nacionalnem programu o prehrani in telesni dejavnosti za zdravje 2015-2025, 2015).

Oblikovani so številni ukrepi, med katerimi je pomemben ukrep označevanja, predstavljanja in trženja živil. V okviru programa bodo proučili pristope za lažje in boljše razumevanje prehranskih informacij ter informacij o označevanju živil na splošno. Proučili bodo tudi možnost vzpostavitve nacionalne sheme označevanja za lažjo prepoznavo in izbiro zdravju koristnih živil. Prav tako bodo ocenili, ali je smiselno vzpostaviti sistema za prepoznavanje tistih dejavnikov, okoliščin in informacij, ki bi porabnike lahko zavajali glede sestave, kakovosti, porekla, posebnih lastnosti in izvora živil. Nacionalni program bo podprl tudi organizacije, ki bodo izvajale aktivnosti na področju prehranjevanja skozi ozaveščanje in izobraževanje (Resolucija o nacionalnem programu o prehrani in telesni dejavnosti za zdravje 2015-2025, 2015).

### 3 OZNAČEVANJE HRANILNE VREDNOSTI ŽIVIL

Zdravje je cenjeno pri vseh in je zato eno od temeljnih gonil obnašanja porabnikov. Spremeniti način prehranjevanja skozi informiranje porabnikov o povezavah med načinom prehranjevanja in zdravjem pa je težko. Eden od glavnih načinov, skozi katerega se skuša doseči bolj zdrave vzorce prehranjevanja, je označevanje hranilne vrednosti živil (Grunert & Wills, 2007, str. 385).

Namen označevanja hranilne vrednosti živil je zagotoviti celovite in jasne informacije o hranilni vrednosti z namenom pomagati porabnikom pri bolj ozavešeni izbiri hrane. Porabnikom s tem pomagamo pri vzdrževanju zdravega načina prehranjevanja. Z razširjenim označevanjem živil posledično zmanjšujemo zavajanje porabnikov glede informacij na živilih (Souiden, Abdelaziz & Fauconnier, 2013, str. 268).

Označbe živil predstavljajo izziv tako porabnikom kot živilski industriji. Porabnikom so označbe pogosto zapletene in nerazumljive, kar jim otežuje odločanje o nakupu in ustrezno uporabo živil. Namen obveznih informacij na živilih je, da porabnike ozaveščajo in jim omogočijo odločitve glede zdravega načina prehranjevanja (Stuart, 2010, str. 27). Dolžnost nosilcev živilske dejavnosti je, da živila ustrezno označijo. Porabniki morajo ponuditi označbe, ki jih razumejo, saj so namenjene njim (Cowburn in Stockley, 2005, str. 22), hkrati pa mora označba zadostiti tudi vsej veljavni nacionalni in evropski zakonodaji. To področje pri nas urejajo številni zakoni, uredbe in pravilniki.

Raziskave v tujini in v Sloveniji kažejo zanimanje za proučevanje odnosa porabnikov do označevanja hranilne vrednosti živil. Raziskava, izvedena v petih evropski državah (Veliki Britaniji, Franciji, Nemčiji, na Švedskem, Madžarskem in Poljskem) je pokazala, da več kot 60 % anketirancev pogleda označbe na sprednji strani izdelkov. Glavni razlog, zakaj anketiranci izberejo posamezni izdelek, je okus. Manj kot 27 % anketirancev pogleda hranilno vrednost živil, pri čemer izstopajo kalorije, maščobe in sladkor (Grunert & Wills, 2009b).

V Sloveniji je anketa, ki je bila izvedena med 721 anketiranci pokazala, da 20 % porabnikov pri nakupovanju vedno pogleda hranilno vrednost živil, 45 % anketirancev pa to stori pogosto. Maščobe so hranilna vrednost, na katero so anketiranci najbolj pozorni. Sledijo minerali in vitamini ter sladkor. Povprečno vrednost posvečajo energijski vrednosti, ogljikovim hidratom in beljakovinom (Černič & Makarovič, 2008, str. 4–5).

Raziskava Inštituta za varovanje zdravja Republike Slovenije je pri proučevanju dejavnikov odločanja pred nakupom živil pokazala, da je rok trajanja za 73 % anketiranih najbolj pogosta informacija, ki jo porabniki preverijo pred nakupom. Druga najpogostejše iskana informacija je cena, ki jo vedno ali pogosto preveri 69 % anketiranih. Sledijo ime proizvajalca ali blagovna znamka (vedno ali pogosto jo preveri 45 %), država, v kateri je



bilo živilo proizvedeno oziroma pridelano (38 %), sestava živila (35 %) in ali je bilo živilo pridelano na ekološki način (21 %). Po podatkih raziskave 35 % anketiranih pred prvim nakupom vedno ali pogosto preveri, kaj živilo vsebuje (22 % vedno in 13 % pogosto). Anketirance, ki so na vprašanje, ali pred nakupom preverijo, kaj živilo vsebuje, odgovorili pritrdilno (58 % anketirancev je odgovorilo z redko, občasno, pogosto ali vedno), so o tem vprašali še podrobneje. Rezultati kažejo, da porabniki najpogosteje preverjajo vsebnost konzervansov in drugih umetnih dodatkov (vedno in pogosto to počne 65 % tistih, ki sestavo preverjajo), sledi količina maščob, energijska vrednost, količina sladkorja in količina vitaminov/mineralov. Količino drugih hranil, in sicer ogljikovih hidratov, beljakovin, soli in vlaknin, preveri vedno ali pogosto od 31 % do 25 % anketiranih (Gabrijelič Blenkuš et al., 2009, str. 126).

Pomembno je, da porabnik označbe na živilih uporablja in jih razume. V Evropi že nekaj let poteka projekt FLABEL (angl. *Food Labelling to Advance Better Education for Life*), ki je bil ustanovljen 2008 z namenom, da proučuje dejavnike, ki izhajajo iz označevanja živil in vplivajo na nakupno odločanje porabnikov. Strateški cilji programa so ugotoviti, kako lahko informacije o hranilni vrednosti na oznakah živil vplivajo na izbiro načina prehranjevanja, porabnikove navade in zdravstvena vprašaja, povezana s hrano. Pri tem upoštevajo tako označbe kot tudi vse ostale dejavnike, ki vplivajo na odnos porabnikov do označevanja živil. Prav tako pa želijo zagotoviti znanstveno osnovo za uporabo informacij o hranilni vrednosti na oznakah živil, ki vključujejo znanstvena načela za oceno vpliva različnih sistemov za označevanje živil, ki jih je treba deliti z institucijami EU, živilsko industrijo in drugimi zainteresiranimi udeleženci (Aims and objectives, 2016).

Raziskava projekta FLABEL je pokazala, da porabniki razumejo hranilno vrednost na označbah živil v smislu, da nimajo težav pri uporabi informacije za vrednotenje izdelkov z vidika zdravja. Pomanjkanje motivacije in pozornosti sta dejavnika, ki vplivata na to, da ima označevanje hranilne vrednosti živil negativen vpliv na izbiro porabnikov. Rezultati raziskave so tudi pokazali, da bi se povečala pozornost porabnikov in uporaba označb, če bi se na skladen način na sprednji strani živil zagotovila ključna hranila in energijska vrednost (Introducing FLABEL, 2012).

### **3.1 Zakonodajni okvir, ki ureja označevanje hranilne vrednosti živil**

Osrednji pravni akt, ki ureja področje označevanja hranilne vrednosti živil, je Uredba EU št. 1169/2011 Evropskega parlamenta in Sveta z dne 25. oktobra 2011 o zagotavljanju informacij o živilih potrošnikom, spremembah uredbe o prehranskih in zdravstvenih trditvah št. 1924/2006 in uredbe o dodajanju vitaminov, mineralov in nekaterih drugi snovi živilom št. 1925/2006 Evropskega parlamenta in Sveta ter razveljavitvi Direktive Komisije 87/250/EGS, Direktive Sveta 90/496/EGS, Direktive Komisije 1999/10/ES, Direktive 2000/13/ES Evropskega parlamenta in Sveta, direktiv Komisije 2002/67/ES in 2008/5/ES in Uredbe Komisije ES št. 608/2004 (Ur. l. EU, 1169/2011, v nadaljevanju Uredba 1169/2011).

**Uredba 1169/2011** je začela veljati dne 12. 12. 2011, uporabljati pa se je začela 13. 12. 2014 razen določb v zvezi z označbo hranilne vrednosti živil, ki pa se bodo začele uporabljati 13. 12. 2016. Uredba je v celoti zavezujoča in se neposredno uporablja tudi v Sloveniji. Uredba 1169/2011 je spremenila določbe o označevanju živil v Uniji z namenom, da bi porabnikom omogočila ozaveščeno izbiro in varno uporabo živil, hkrati pa zagotovila prost pretok živil, ki se zakonito proizvajajo in tržijo (Vprašanja in odgovori v zvezi z uporabo Uredbe (EU) št. 1169/2011 o zagotavljanju informacij o živilih potrošnikov, 2016).

Iz predloga Komisije za sprejem Uredbe 1169/2011 je razvidno, da je bilo področje zakonodaje o označevanju, splošnem označevanju živil in označevanju hranilne vrednosti živil, kot so ju urejali Direktivi 2000/13/ES in 90/496/EGS, potrebno posodobitve in modernizacije, in sicer tako zaradi razvoja trga z živili kot tudi zaradi pričakovanih potrošnikov (Predlog Uredbe Evropskega Parlamenta in Sveta o zagotavljanju informacij o živilih potrošnikov, 2008). Kot pomembno bi na tem mestu izpostavila, da Direktiva 90/496/EGS o označevanju hranilne vrednosti živil (Ur. l. EU, 90/496) določa pravila o vsebini in predstavitvi informacij o hranilni vrednosti na predpakiranih živilih, v skladu s katerimi je vključitev informacij o hranilni vrednosti prostovoljna, razen če je na živilu navedena prehranska trditev, Uredba 1169/2011 pa to spreminja in določa označevanje hranilne vrednosti kot obvezno. Predlog Uredbe 1169/2011 je posebej izpostavil ugotovitve Bele knjige o strategiji za Evropo glede vprašanj v zvezi s prehrano, čezmerno telesno težo in debelostjo (White paper on a strategy for Europe on Nutrition, Overweight and Obesity related health issues, 2007), da morajo imeti potrošniki dostop do jasnih in doslednih informacij, ki temeljijo na dokazih. Po mnenju Komisije, kot je razvidno iz Predloga, je označevanje hranilne vrednosti uveljavljen način zagotavljanja informacij potrošnikom v pomoč pri ozaveščeni izbiri živil (Predlog Uredbe Evropskega Parlamenta in Sveta o zagotavljanju informacij o živilih potrošnikov, 2008).

Pred sprejemom Uredbe 1169/2011 so opravljene raziskave med drugim pokazale, da porabniki na oznakah zahtevajo več in boljše informacije ter želijo jasne, enostavne, jedrnate, standardizirane in verodostojne informacije. Nekateri potrošniki so izrazili zahtevo po obsežnem pregledu vsebnosti hranil ali dali temu prednost, medtem ko so drugi potrošniki razmišljali le o delu teh informacij (Predlog Uredbe Evropskega Parlamenta in Sveta o zagotavljanju informacij o živilih potrošnikov, 2008).

Kot že omenjeno zgoraj, se bodo nova pravila o označevanju hranilne vrednosti začela uporabljati 13. 12. 2016. Živila, ki so bila dana v promet ali označena pred tem datumom in niso v skladu z zahtevami Uredbe 1169/2011, so lahko v prodaji do odprodaje zalog. Če se podjetje odloči, da bo prostovoljno navajalo informacije o hranilni vrednosti v obdobju med 13. 12. 2014 in 12. 12. 2016, mora upoštevati pravila o predstavitvi in vsebini, kot jih določa Uredba 1169/2011. Če je bila podana prehranska in/ali zdravstvena trditev, ali so bili živilu



dodani vitamini in/ali minerali, pa mora biti obvezna označba hranilne vrednosti od 13. 12. 2014 dalje v skladu z določbami Uredbe 1169/2011 (Ur. l. EU, 1169/2011).

Uredba 1169/2011 se uporablja za nosilce živilske dejavnosti na vseh stopnjah živilske verige, kadar njihove dejavnosti vključujejo zagotavljanje informacij o živilih potrošnikom, in za vsa živila, ki so namenjena končnemu potrošniku. Pri tem je treba dodati, da imajo nekatera živila lastna pravila o označevanju hranilne vrednosti, zato se določbe Uredbe 1169/2011 za ta živila ne uporabljajo, in sicer se Uredba 1169/2011 ne uporablja za prehranska dopolnila, naravne mineralne vode in živila za posebne prehranske namene, razen kadar ni posebnih pravil v zvezi s posameznimi vidiki označevanja hranilne vrednosti (Ur. l. EU, 1169/2011).

V Sloveniji je bila 13. 12. 2014 sprejeta Uredba o izvajanju uredbe (EU) o zagotavljanju informacij o živilih potrošnikom (v nadaljevanju Uredba), ki se uporablja od 25. 1. 2014. Z Uredbo se je določilo pristojna organa za izvajanje uradnega nadzora nad informacijami o živilih, način označevanja alergenov v nepredpakiranih živilih in kazenske določbe za izvajanje Uredbe 1169/2011. Uredba določa, da je za nadzor nad izvajanjem Uredbe 1169/2011 pristojna Uprava Republike Slovenije za varno hrano, veterinarstvo in varstvo rastlin, razen v delu, ki se nanaša na prehranska dopolnila in živila za posebne prehranske oziroma zdravstvene namene, proizvodnjo in promet materialov, ki prihajajo v stik z živilom, njihovo uporabo v postopkih proizvodnje in distribucije prehranskih dopolnil ter živil za posebne prehranske oziroma zdravstvene dejavnosti, pitne vode, živil oziroma hrane v gostinski dejavnosti, institucionalnih obratih in prehrane in obratih za prehrano na delu z vidika preprečevanja in obvladovanja nalezljivih bolezni, pristojnost za nadzor katerih je poverjena Zdravstvenemu inšpektoratu Republike Slovenije (Ur.l. RS, 6/2014).

Uredba določa, da morajo biti alergeni v živilih, ki se prodajajo v obratih javne prehrane, navedeni na najmanj enem od mest, kjer je predstavljena ponudba jedi, kot na primer na jedilnem listu, panoju in ekranu. Pri predstavitvi podatkov o alergenih v obratih javne prehrane je treba upoštevati še določbe Uredbe 1169/2011, v skladu s katerimi morajo biti informacije označene na dobro vidnem mestu tako, da so zlahka vidne, jasno čitljive in neizbrisne, ter določbe Uredbe 1169/2011, ki v drugem odstavku navaja, da mora navedba alergenov vključevati besedo »vsebuje«, besedi pa nato sledi ime alergena (Ur. l. RS, 6/2014; Ur. l. EU, 1169/2011).

V zvezi z ureditvijo označevanja hranilne vrednosti proizvodov na ravni EU je treba še posebej izpostaviti označevanje hranilne vrednosti v primeru prisotnosti prehranske in/ali zdravstvene trditve oziroma v primerih, ko so bili proizvodom dodani vitamini in minerali, ki jih zajema Uredba 1169/2011 (Ur. l. EU, 1169/2011). Prehranske in zdravstvene trditve na živilih za nosilce živilske dejavnosti predstavljajo pomemben način promocije izdelkov, ker poudarjajo prehransko vrednost živil in njihovo koristnost za zdravje. To kaže na vse pogostejšo pojavnost trditev na živilskih proizvodih na policah trgovin. Porabnikom so

tovrstna živila lahko bolj zanimiva, zato je rabo trditev treba spremljati in nadzorovati, da se prepreči zavajanje porabnikov (Pravst, Kušar, Pohar & Klopčič, 2013).

Skrb za raven varstva potrošnikov zaradi vedno večjega števila živil, ki so označena in oglaševana s prehranskimi in zdravstvenimi trditvami v EU, olajšanje izbire potrošnikov pri izbiri izdelkov in zagotovitev enakih konkurenčnih pogojev pri uporabi prehranskih in zdravstvenih trditev na živilih, so razlogi za harmonizacijo zakonodaje EU na področju označevanja živil s takšnimi trditvami (Ur. l. EU, 1924/2006). EU je tako uporabo prehranskih in zdravstvenih trditev pri komercialnem obveščanju poenotila z **Uredbo (ES) o prehranskih in zdravstvenih trditvah na živilih** št. 1924/2006 (Ur. l. EU, 1924/2006, v nadaljevanju Uredba 1924/2006).

**Uredba 1924/2006** se uporablja za prehranske iz zdravstvene trditve pri komercialnem obveščanju, in sicer označevanju, predstavljanju in oglaševanju živil, namenjenih končnemu potrošniku. V skladu z navedeno Uredbo 1924/2006 **prehranska trditev** pomeni vsako trditev, ki navaja, domneva ali namiguje, da ima živilo posebno ugodne prehranske lastnosti. **Zdravstvena trditev** pomeni vsako trditev, ki navaja, domneva ali namiguje, da obstaja povezava med kategorijo živil, živilom ali eno od njegovih sestavin na eni strani in zdravjem na drugi strani. Trditev v zvezi z zmanjšanjem tveganja za bolezni pomeni kakršno koli zdravstveno trditev, ki navaja, domneva ali namiguje, da uživanje kategorije živil, živila ali enega od njegovih sestavnih delov znatno zmanjšuje dejavnik tveganja za razvoj bolezni. Za uporabo prehranskih in zdravstvenih trditev morajo biti dodatno izpolnjeni tudi sledeči pogoji: (a) dokazan ugoden hranilni ali fiziološki učinek; (b) hranilo ali druga snov, za katero je podana trditev, mora biti v končnem izdelku vsebovana v znatni količini, ki bo dosegla zatrjevani hranilni in fiziološki učinek, na podlagi splošno sprejetih znanstvenih dokazov; (c) da je hranilo ali druga snov, za katero je podana trditev, v takšni obliki, da jo lahko telo uporabi; in (d) da je trditev takšna, da bo povprečni potrošnik lahko razumel ugodne učinke, izražene v trditvi. Količina snovi, na katero se nanaša prehranska ali zdravstvena trditev in ki ni navedena v označevanju hranilne vrednosti, se mora navesti v istem vidnem polju kot označba hranilne vrednosti v skladu z Uredbo 1169/2011 (Ur. l. EU, 1924/2006).

Dodajanje vitaminov in mineralov živilom je prav tako urejeno na ravni Skupnosti, in sicer z **Uredbo o dodajanju vitaminov, mineralov in nekaterih drugih snovi živilom** (Ur. l. EU, 1925/2006, v nadaljevanju Uredba 1925/2006). Ta uredba ureja dodajanje vitaminov in mineralov živilom ter uporabo nekaterih drugih snovi ali sestavin, ki vsebujejo snovi, ki niso vitamini ali minerali, in so dodane živilom ali uporabljene pri proizvodnji živil v okolishinah, ki povzročijo uživanje količin, ki so veliko večje od količin, ki naj bi se običajno zaužile v normalnih pogojih prehranjevanja z uravnoteženo in raznoliko prehrano, in/ali bi kako drugače predstavljale možno tveganje za potrošnike. Označevanje hranilne vrednosti proizvodov, ki so jim bili dodani vitamini in minerali, in ki jih zajema Uredba 1925/2006, je po Uredbi 1925/2006 obvezno (Ur. l. EU, 1925/2006).

Glede na spremembe, ki so bile izvedene in ki se še pripravljajo do konca leta 2016, ugotavljam, da tudi zakonodaja z ukrepi skuša doseči večjo ozaveščenost med porabniki. Z ukrepom obveznega označevanja hranilne vrednosti živil želijo porabnikom zagotoviti jasne in dosledne informacije. Na drugi strani pa seveda zmanjšati težave, povezane s čezmerno telesno težo in debelostjo. V ospredju je zdravje kot največja vrednota in ozaveščenost porabnikov, da s pravilnim načinom prehranjevanja to tudi dosežajo. S tega vidika se je aktualnost označevanje hranilne vrednosti živil še povečala.

### 3.2 Elementi označevanja živil

Označevanje živil je za porabnika vir informacij in predstavlja komunikacijo med proizvajalcem oziroma prodajalcem na eni strani in porabnikom na drugi strani. Za porabnika je pomembno, da označba na živilu vsebuje vse potrebne informacije o živilu, lastnostih (vključno s hranilno vrednostjo živila), njegovem poreklu in varnosti, kar mu omogoči ustrezno izbiro in uporabo živila. Podatki porabnika ne smejo zavajati, biti morajo točni, nedvoumni in vidni.

Skladno z veljavno zakonodajo (Ur. l. EU, 1925/2006; Ur. l. EU, 1169/2011; Ur. l. EU, 1924/2006) je pri nakupu predpakiranih živil pomembno, da porabniki ločujejo med tremi vrstami obveznega označevanja živil, ki jih prikazuje Slika 5. Zakonodaja omogoča tudi prostovoljno označevanje živil.

*Slika 5: Obvezno označevanje predpakiranih živil*



*Vir: Ur. l. EU, 1925/2006; Ur. l. EU, 1169/2011; Ur. l. EU, 1924/2006.*

Kot že omenjeno je v skladu z Uredbo 1169/2011 zagotovitev nekaterih informacij o živilu potrošniku obvezna. Obvezne informacije o živilih lahko razporedimo v eno od spodnjih kategorij (Ur. l. EU, 1169/2011):

- informacije o identiteti in sestavi, lastnostih ali drugih značilnostih živila;
- informacije o varovanju zdravja porabnikov in varni uporabi živila. To so zlasti informacije o:
  - lastnostih sestavin, ki lahko škodijo zdravju nekaterih skupin porabnikov,
  - roku uporabnosti, shranjevanju in varni uporabi,
  - vplivu na zdravje, vključno s tveganjem in posledicami v zvezi s škodljivim in nevarnim uživanjem živila;
- informacije o hranilni vrednosti, da se porabnikom, tudi tistim s posebnimi prehranskimi potrebami, omogoči ozaveščena izbira, ki jih bolj podrobno obravnavam v poglavju 3.3. Elementi označevanja hranilne vrednosti živil.

**Splošne obvezne podatke na označbi** (Ur. l. EU, 1169/2011) prikazuje Tabela 3.

*Tabela 3: Splošni obvezni podatki na označbah*

| Podatki                                     | Vsebina                                                                                                                                                                                                                                                                                                               |
|---------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Ime živila                                  | Informacija, ki porabniku pove, kakšno živilo kupuje.                                                                                                                                                                                                                                                                 |
| Seznam sestavin                             | Navedene morajo biti vse sestavine, ki so prisotne v živilu v padajočem vrstnem redu glede na količino, ki jo vsebuje. Prav tako morajo biti navedene sestavine, ki lahko povzročajo alergijo. Pri aditivih je treba navesti tudi kategorijo, v katero spada, in navedbo specifičnega imena.                          |
| Neto količina živila                        | Količina izdelka v času pakiranja. Označena mora biti v enotah mednarodnega merskega sistema: za tekoča živila z volumnom (l, ml), za ostala živila z maso (kg, g).                                                                                                                                                   |
| Datum minimalne trajnosti ali datum uporabe | Označen mora biti jasno in vidno. Pomeni rok, do katerega je živilo lahko v prodaji.                                                                                                                                                                                                                                  |
| Ime in naslov proizvajalca                  | Na embalaži morata biti navedena ime in naslov ali firma in sedež proizvajalca ali tistega, ki živilo pakira, ali prodajalca, ki mora imeti naslov oziroma sedež v Evropski skupnosti. Za živila, uvožena iz držav, ki niso članice Evropske skupnosti, je treba navesti državo, v kateri je bilo živilo proizvedeno. |
| Serijska oziroma lot                        | Enota živila v prometu, ki je predelano, izdelano ali pakirano pod enakimi pogoji. Je obvezna, kadar ni naveden rok uporabnosti izdelka.                                                                                                                                                                              |
| Država porekla                              |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       |
| Pogoji shranjevanja ali pogoji uporabe      | Navedeni, če so bistveni za uporabnost.                                                                                                                                                                                                                                                                               |
| Navodilo za uporabo                         | Navede se, kadar porabnik brez tega navodila ne bi mogel pravilno uporabiti živila.                                                                                                                                                                                                                                   |
| Označba hranilne vrednosti                  |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       |

*Vir: Ur. l. EU, 1169/2011.*

Kot že omenjeno v predhodnem poglavju, lahko živila vsebujejo tudi označbo določenih

trditve – prehranske ali zdravstvene trditve, ali trditve v zvezi z zmanjševanjem tveganja za bolezni. Zaradi vse večjega zanimanja za odnos med hrano in zdravjem so na živilskih izdelkih izpostavljene predvsem **označbe zdravstvenih lastnosti**. Trditve na izdelku, ki je povezana z zdravjem, pomeni, da proizvajalec na živilih komunicira lastnosti, povezane z zdravjem. Trditve, povezane z zdravjem, vsebujejo tri generične elemente, ki vključujejo informacije o vsebini, fiziološko funkcijo sestavine in korist za zdravje (Grunert et al., 2009a, str. 270–272).

Trditve, povezane z zdravjem, se razlikujejo po tem, ali vsebujejo en, dva ali vse tri elemente (Grunert et al., 2009a, str. 272). Argon in Main (Argon & Main v Lin et al., 2011, str. 1381) ugotavljata, da obstajata dva načina, s katerima porabnike opozarjamo na informacije, povezane z zdravjem. Prvi način so opozorila na izdelkih, ki so namenjena komunikaciji strankam glede varne uporabe izdelka. Tovrstne informacije se vežejo na hranljive vrednosti proizvoda, kot so kalorije, maščobe in podobno. Drugi način so opozorila, ki se pojavljajo pri oglaševanju v tiskanih medijih, z billboardi in podobno ter na izdelkih, na primer cigaretnih škatlicah, ki porabnike opozarjajo na tveganja, povezana z zdravjem. Najbolj pogosto so trditve, povezane z zdravjem, uporabljene pri cigaretah in alkoholnih pijačah (Lin et al., 2011, str. 1382).

Empirične raziskave kažejo, da izjave, povezane z zdravjem, vplivajo na nakupno obnašanje (Chen, Chen, & Wang, 2010) in vplivajo predvsem pri nakupu nutricionistične hrane (Hirogaki, 2013). Gre za hrano, ki poudarja pozitivne prednosti dodatnih sestavin, ki jo loči od tradicionalne hrane (Arvanitoyannis & Van Houwelingen–Koukaliaroglou, 2015, str. 385–386).

### **3.3 Elementi označevanja hranilne vrednosti živil**

Označevanje hranilne vrednosti živil Uredba 1169/2011 definira kot informacije, ki določajo (a) energijsko vrednosti; ali (b) energijsko vrednost ter eno ali več naslednjih hranil: maščobe (nasičene maščobe, enkrat nenasičene maščobe, večkrat nenasičene maščobe), ogljikove hidrate (sladkorje, poliole, škrob), sol, prehranske vlaknine, beljakovine, nekatere vitamine in minerale, ki so prisotni v znatnih količinah (Ur. l. EU, 1169/2011).

Označevanje hranilne vrednosti živil je poskus, da porabnikom na prodajnem mestu z informacijami o vsebini hranilne vrednosti posameznih živil omogočijo, da si lahko izberejo prehransko ustrezno hrano (Grunert & Wills, 2002, str. 385) in posledično bolj zdravo izbiro (Drichoutis, Lazaridis, Nayga, Kapsokefalou & Chryssochoidis, 2008, str. 293). To je pomembno predvsem zato, ker podpira cilj zdravega prehranjevanja in pri tem ohranja svobodo posameznikov. Sočasno pa zmanjšuje stroške, vezane na iskanje informacij (Grunert & Wills, 2002, str. 385).

Pri označevanju hranilne vrednosti živil so se pojavile označbe v dveh oblikah, in sicer

(Wills, Grunert, Celemin & Storcksdieck, 2009, str. 60):

- na sprednji strani embalaž (angl. *Front-of-Pack*, v nadaljevanju FOP),
- na zadnji strani embalaž (angl. *Back-of-Pack*, v nadaljevanju BOP).

Obstajajo različni načini označevanja FOP, in sicer prehranske tabele, označbe orientacijske dnevne vrednosti (angl. *Guideline Daily Amount*, v nadaljevanju GDA), prehranski semaforji in označevanje s simboli. Posamezne tabele se med seboj razlikujejo v prikazu prehranskih podrobnosti, ki jih komunicirajo – od ene skrajnosti, prehranskih tabel, ki natančno prikazujejo hranilne vrednosti, ne prikazujejo pa, kako zdrav je produkt, do druge skrajnosti, kjer so logotipi, ki izpostavljajo, kako zdrav je produkt brez sestave hranil (Van Herpen & Van Trijp, 2011, str. 148).

Označbe se razlikujejo glede na število informacij, ki jih prikazujejo glede zdravja, in sicer označbe, kot so tabele hranilne vrednosti, ki so prikazane na FOP, prikazujejo dejansko vrednost ključnih hranil. Pri tabeli hranilnih vrednosti so prikazane vrednosti, vendar pa vrednotenje, ali posamezna hranila vsebujejo previsoko ali prenizko vrednost, ni prikazano na označbi in je zato tudi sklepanje, ali je izdelek zdrav ali ne, prepuščeno porabnikom (Van Herpen & Van Trijp, 2011, str. 149).

Logotipi z zdravjem so direktni in komunicirajo splošno zdravstveno ustreznost izdelka. Logotipi se seveda pojavljajo samo na izdelkih, ki izpolnjujejo pogoje. Prehranski semaforji in barvno kodirane označbe GDA pa zavzemajo vmesni položaj glede na tabele hranilnih vrednosti in logotipe z zdravjem o zagotavljanju informacij o hranilni vrednosti živil. Dodatno prehranski semaforji prikazujejo vrednotenje skozi barve, in sicer: rdeča (visoko), rumena (srednje) in zelena (nizko), pri čemer je vrednotenje ocen posameznih sestavin prepuščeno porabnikom (Van Herpen & Van Trijp, 2011, str. 149).

Čeprav je se je predlog Uredbe 1169/2011 zavzemal za označevanje hranilne vrednosti na sprednji strani embalaže oziroma v osrednjem vidnem polju oznake na žvilu (Predlog Uredbe Evropskega Parlamenta in Sveta o zagotavljanju informacij o živilih potrošnikov, 2008), tak predlog ni bil sprejet. Uredba 1169/2011 sedaj določa, da morajo biti obvezne informacije, tako splošne obvezne informacije kot tudi informacije o hranilni vrednosti živilih, prikazane na dobro vidnem mestu tako, da so zlahka vidne, jasno čitljive in, kadar je primerno, neizbrisne. Je pa razvidno iz uvodnih določb Uredbe 1169/2011, da bi morala biti označba hranilne vrednosti v istem vidnem polju; če so namreč informacije o hranilni vrednosti deloma na sprednji strani embalaže, deloma pa na zadnji strani embalaže, bi to potrošnike utegnilo zmedti (Uredba 1169/2011). Nekaterе obvezne informacije označevanja hranilne vrednosti predpakiranega izdelka se lahko ponovijo na sprednji strani embalaže, in sicer: (a) energijska vrednosti ali (b) energijska vrednost ter količine maščob, nasičenih maščob, sladkorjev in soli (Ur. l. EU, 1169/2011).

Obvezne informacije nikakor ne smejo biti prekrite, zakrite ali ločene z drugim pisnim ali slikovnim gradivom ali zaradi takšnega gradiva ali katerega koli drugega dodatnega gradiva manj opazne. Pri predpakiranih živilih morajo biti obvezne informacije o živilih prikazane neposredno na embalaži ali nanjo pritrjeni označbi (Ur. l. EU, 1169/2011).

Uredba 1169/2011 je jasno določila, na kakšen način se morajo podatki o hranilni vrednosti prikazati, in sicer določa, da se podatki predstavijo v numerični obliki kot preglednica, če prostor dopušča, v nasprotnem primeru pa v linearni obliki. Za označbo hranilne vrednosti veljajo pravila o najmanjši velikosti črk (Ur. l. EU, 1169/2011).

Označevanje hranilne vrednosti prikazuje Slika 6. Obvezno označevanje hranilne vrednosti vključuje (1) energijsko vrednosti in (2) količine maščob, nasičenih maščob, ogljikovih hidratov, sladkorjev, beljakovin in soli. Energijska vrednost mora biti navedena v kilodžulih (kJ) in kilokalorijah (kcal), masa pa v gramih (g), miligramih (mg) ali mikrogramih (µg) (Ur. l. EU, 1169/2011).

*Slika 6: Označevanje hranilne vrednosti*

| Obvezna označba hranilne vrednosti<br>(izraženo v hranilo/vrednost/100 g<br>živila – enota):                                                                                                                                                                                                                            | Razširjeno označevanje dodatno<br>vključuje (izraženo v<br>hranilo/vrednost/100 g živila –<br>enota):                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <ul style="list-style-type: none"> <li>• energijska vrednost</li> <li>• maščobe (od tega) <ul style="list-style-type: none"> <li>• nasičene maščobe,</li> </ul> </li> <li>• ogljikovi hidrati (od tega) <ul style="list-style-type: none"> <li>• sladkorji</li> </ul> </li> <li>• beljakovine</li> <li>• sol</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>• energijska vrednost</li> <li>• maščobe (od tega) <ul style="list-style-type: none"> <li>• nasičene maščobe,</li> <li>• enkrat nenasičene maščobe,</li> <li>• večkrat nenasičene maščobe,</li> </ul> </li> <li>• ogljikovi hidrati (od tega) <ul style="list-style-type: none"> <li>• sladkorji,</li> <li>• poliolli,</li> <li>• škrob,</li> </ul> </li> <li>• prehranske vlaknine</li> <li>• beljakovine</li> <li>• sol</li> <li>• vitamini in minerali</li> </ul> |

*Vir: Ur. l. EU, 1924/2006.*

Poleg zgoraj opisanih oblik navedbe in prikaza energijske vrednosti in količine hranil pa Uredba 1169/2011 dopušča tudi uporabo drugih oblik navedbe in/ali prikaza z grafiko ali simboli pod pogojem, da (1) temeljijo na natančnih in znanstveno dokazanih potrošniških raziskavah in ne zavajajo potrošnika, (2) je njihov razvoj izid obsežnih posvetovanj z vsemi interesnimi skupinami, (3) je njihov cilj potrošniku olajšati razumevanje deleža in pomembnosti živila v smislu vsebnosti energije in hranil v prehrani, (4) obstajajo znanstveni dokazi o razumevanju takšne oblike navedbe ali prikaza pri povprečnem potrošniku, (5) v

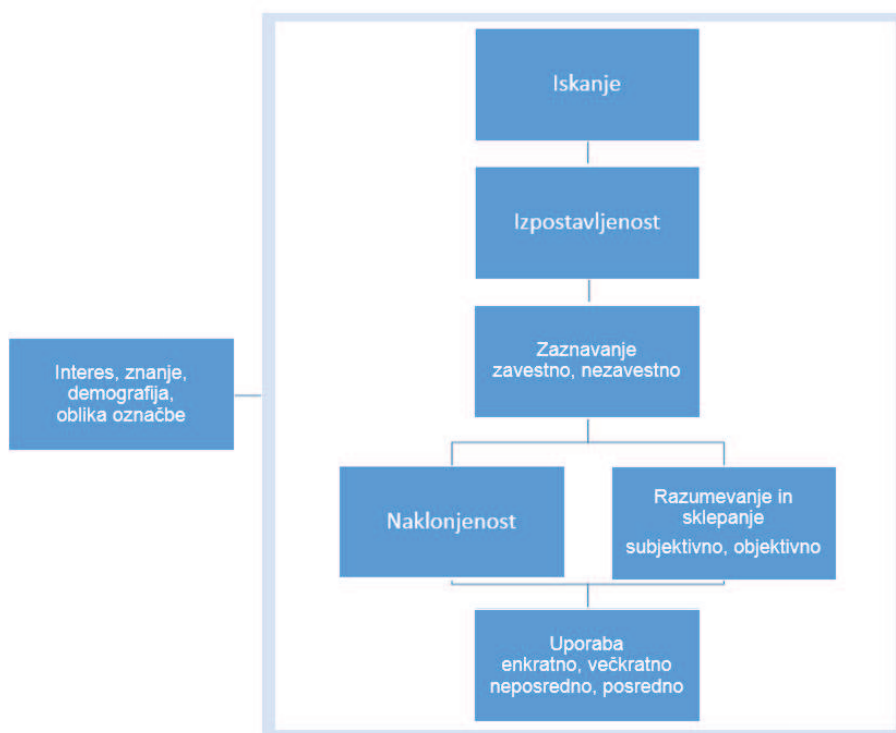


primeru drugih oblik temeljijo na usklajenih priporočenih vnosih iz Priloge XIII ali, če teh ni, na splošno sprejetih znanstvenih mnenjih o vnosih energije ali hranil (6) so objektivni in nediskriminatorni, in (7) njihova uporaba ne ovira prostega pretoka blaga. V zvezi z označevanjem hranilne vrednosti živil je treba dodati še, da Uredba 1169/2011 nekatera živila izrecno izvzema iz zahteve po obvezni označbi hranilne vrednosti določenih proizvodov, razen če se nanje nanaša prehranska ali zdravstvena trditev (Ur. l. EU, 1169/2011).

### 3.4 Hranilne vrednosti živil in nakupno odločanje

Slika 7 prikazuje Grunertov in Willsov teoretični okvir (2007, str. 386–387), ki se zgleduje po dveh smereh raziskovanja, in sicer vplivu informacij o hranilni vrednosti živil na porabnika predvsem z vidika nakupnega odločanja (proces, ki določajo izbiro živil, kjer je možnih več izbir in kako na izbiro vplivajo informacije) ter oblikovanje in spreminjanje obnašanja porabnikov. Obnašanje porabnika se nanaša na to, kako porabnik obdela informacije, katerim je izpostavljen, jim pripiše pomen in oceni, ali so informacije zanj pozitivno ali negativno pomembne (Eagly & Chaiken v Grunert & Wills, 2007, str. 387).

*Slika 7: Nakupno odločanje porabnika in vpliv dejavnikov*



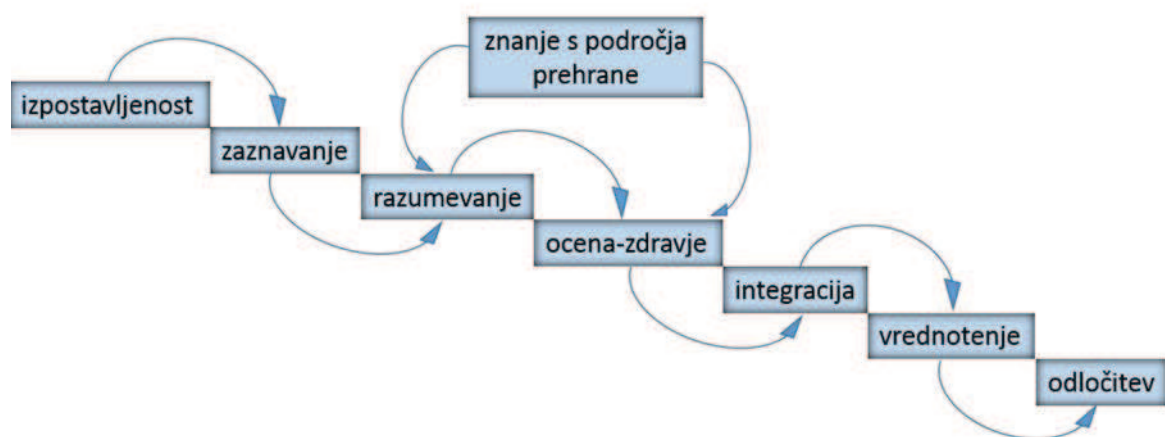
*Vir: K. G. Grunert & J. M. Wills, A review of European research on consumer response to nutrition information on food labels, 2007, str. 387.*

Posamezne stopnje v procesu nakupnega odločanja, ki jih prikazuje Slika 7 lahko apliciramo

na področje označevanja hranilne vrednosti živil. Porabnik **išče informacije** o živilu. Pri tem je pomembno, da je **izpostavljen označbam živil**. Verjetnost izpostavljenosti je večja, če porabnik išče informacije na označbah, pri čemer aktivno iskanje ni nujni predpogoj za izpostavljenost, ker je lahko naključna. **Zaznavanje** je lahko zavestno ali nezavestno, pri čemer ima zavestno zaznavanje večji vpliv na nadaljnje vedenje porabnika. Zaznavanju sledi **razumevanje in sklepanje**, kjer porabniki povezujejo zaznane informacije s preteklimi izkušnjami. Drugi učinek zaznavanja je **naklonjenost**. Porabnik je določenim označbam živil bolj naklonjen, ker jih na primer lažje razume in se mu zdi njihova vsebina uporabna, ali zato, ker so mu všeč oblika, simboli in barve, uporabljene za označevanje. Naklonjenost ni nujno povezana z razumevanjem, ima pa vpliv na uporabo. Sledi **uporaba** označb na živilih z namenom nakupnega odločanja, pri čemer razlikujemo posredni in neposredni vpliv ter enkratni ali večkratni vpliv (Grunert & Wills, 2007, str. 387).

Grunert, Fernárdez–Celemín, Wills, Storcksdieck in Nureeva (2010a, str. 262) izhajajo iz zgornjih predpostavk Grunertovega in Willsovega modela, ki so ga nekoliko prilagodili in sledijo tradicionalnim raziskavam na temo nakupnega odločanja porabnikov. Njihov model prikazuje Slika 8. Da bi imele označbe na živilih učinek, jim morajo biti porabniki izpostavljeni in jih morajo zaznati (Grunert et al., 2010a, str. 262; Grunert et al., 2010b, str. 178). Na razumevanje porabnika vpliva znanje o prehrani (Grunert et al., 2010a, str. 262). Na osnovi razumevanja porabnik lahko uporabi informacije o označbah, da lahko sklepa, kako zdrav je proizvod in skupaj z ostalimi informacijami (na primer okus proizvoda) lahko vpliva na vrednotenje in dejanski nakup (Grunert et al., 2010b, str. 178).

*Slika 8: Nakupno odločanje porabnika in vpliv hranilne vrednosti na oznakah živil*



*Vir: Grunert et al., Use and understanding of nutrition information on food labels in six European countries, 2010a, str. 263.*

Za nakupovanje prehranskih izdelkov je značilno, da porabnik dobi vse informacije na prodajnem mestu na embalaži izdelka. Intenzivnost iskanja informacij je odvisna od izdelka,

ki ga porabnik kupuje, in dejavnikov, ki vplivajo na porabnika. Iskanje informacij pri prehranskih izdelkih je kratkotrajno. Čas, ki ga porabniki namenijo iskanju informacij, je odvisen od enostavnosti interpretacije informacij (Blackwell et al., 2001, str. 107–108).

Grunert in Wills (2007, str. 388) ugotavljata, da je predvsem pomembno, da porabnike zanimajo teme, povezane s prehranjevanjem, in znanje, ki vpliva na razumevanje in uporabo. Pri demografskih dejavnikih ocenjujeta, da so bolj soodvisni od dejanskih dejavnikov, kot so interes, znanje o prehranjevanju, cena, zdravstvene teme ali zdravstveni status. Oblika označb ima velik vpliv predvsem z vidika informacij. Informacije morajo biti predstavljene na razumljiv način. To je posebno pomembno v današnjih časih, ko se porabniki bolj zavedajo pomembnosti prehrane in označb, nimajo pa časa prebrati vsebine celotne označbe (Wade & Kennedy, 2010, str. 49).

### 3.5 Dejavniki uporabe označevanja hranilne vrednosti živil

Zanimanje za hranilno vrednost živil ima vpliv na vse faze procesa nakupnega določanja. Na iskanje, zaznavo, razumevanje in uporabo označb hranilne vrednosti vplivajo številni dejavniki (Grunert & Wills, 2007, str. 388).

Raziskave, izvedene na področju proučevanja označevanja hranilne vrednosti živil in porabnikov, njihovo zaznavanje, razumevanje in uporabo lahko razdelimo v štiri kategorije. Prva kategorija so **psihološko-socialni, zunanji in demografski dejavniki** uporabe označevanja hranilne vrednosti živil. Druga kategorija vključuje **razumevanje in odnos porabnikov** do uporabe označevanja hranilne vrednosti živil. Tretja kategorija se nanaša na **odnos med uporabo označevanja hranilne vrednosti živil in načinom prehranjevanja** porabnikov. Četrta kategorija vključuje **vizualno pozornost porabnikov na označevanje** hranilne vrednosti na živilih (Visschers, Hartmann, Leins–Hess, Dohle, & Siegrist, 2013, str. 71).

Številne raziskave so pokazale, da obstajajo številni dejavniki, ki vplivajo na porabnikovo zanimanje za uporabo označb hranilne vrednosti živil. Na podlagi raziskav lahko povzamem (Petrovici, Fearne, Nayga, & Drolas, 2012, str. 770; Gracie, Loureiro & Nayge, 2007, str. 172; Drichoutis, Lazaridis, & Nayga, 2006, str. 2), da na uporabo označb hranilne vrednosti živil vplivajo številni dejavniki, od demografskih (spol, starost in izobrazba) do vedenjskih in situacijskih dejavnikov, znanja o hranilni vrednosti in zavedanje povezave med načinom prehranjevanja in zdravjem, dejavnikov, ki so vezani na izdelek in oblike označb.

Osebnostne razlike vplivajo na iskanje informacij. Številne raziskave so proučevale vpliv osebnostnih razlik in ugotovile, da so ključne spol, izobrazba in starost (Drichoutis, et al., 2006, str. 3; Petrovici et al., 2012, str. 770). Vsak porabnik ima tudi svoj okus. Preference se razvijejo skozi čas in so odvisne od osebnih izkušenj, kot so vzgoja, izpostavljenost hrani, družinski običaji, oglaševanje in osebne vrednote (Rodriguez, 2016).

Tudi kulturni dejavniki vplivajo na porabnika. Kulturne skupine dajejo smernice o tem, kaj je sprejemljiva hrana in katere so njene kombinacije, ter vzorce prehranjevanja in vedenja. Družbeni dejavniki – člani družbenih skupin so odvisni drug od drugega, delijo si podobno kulturo in vplivajo drug na drugega. Na porabnikovo prehranjevanje vpliva pripadnost določeni skupini, delovnemu okolju ali organizaciji – mladi porabnik se bo drugače prehranjeval na športni tekmi, ko bo v spremstvu prijateljev ali učiteljev (Rodriguez, 2016). Senthilnathan in Tharmi (2012, str. 20) sta empirično dokazala pozitivno korelacijo med vrednostjo blagovne znamke in nakupnim vedenjem porabnika.

Situacijski in vedenjski dejavniki se nanašajo na časovni pritisk (prihod, velikost gospodinjstva, zaznava časovnega pritiska), zmožnost dojemanja označb in zaupanje v elemente označb (Petrovici et al., 2012, str. 770). Drichoutis et al. (2006, str. 2) so na podlagi analize številnih raziskav ugotovili, da obstajajo situacijski in vedenjski dejavniki (prihodki; status zaposlitve; čas, ki ga napravimo v trgovini; posebne diete; zavedanje o zdravem načinu prehranjevanja; velikost gospodinjstva; nakupovalec živil; načrtovalec obrokov; kraj bivanja). Nayga (2000, str. 108) je ugotovil, da nezaposleni posamezniki bolj verjetno preverjajo označbe na živilih kot zaposleni. To kaže na vpliv časovnega pritiska na iskanje informacij o hranilni vrednosti živil (Nayga, 2000, str. 108).

Pričakuje se, da znanje o hranilni vrednosti živil vpliva predvsem na razumevanje in uporabo označb (Grunert & Wills, 2007, str. 388). V raziskavi, kjer so proučevali povezavo znanja o prehrani z uporabo prehranskih označb, so ugotovili, da je branje prehranskih označb tesno povezano s poznavanjem zdrave prehrane. Rezultati kažejo, da je 66 % vseh anketirancev z najvišjo stopnjo znanja na področju zdrave prehrane odgovorilo, da vedno ali pogosto svojo nakupno odločitev sprejmejo na podlagi branja prehranskih označb. V nasprotju z njimi pa kar 53 % anketirancev z nizko stopnjo znanja na področju prehrane trdi, da na njihovo nakup prehranska označba vpliva zgolj redko ali nikoli. Menijo, da je označba preveč tehnična in je ne razumejo (Carrillo et al., 2012, str. 7).

Dejavniki, ki so vezani na izdelek, predvsem z vidika vključenosti v izdelek, in izkušnje, ki jih ima porabnik z izdelkom, vplivajo na porabnikov interes in uporabo informacij o hranilni vrednosti živil (Annunziata et al., 2016, str. 3). Raziskave so pokazale, da porabnike bolj zanimajo hranilne vrednosti pri določenih izdelkih (na primer pakirana živila kot sveža) in da je izražen interes pogosto povezan s krajem, kjer je bil izdelek prvič kupljen (Grunert & Wills, 2007, str. 389–390).

Izjave na živilih so lahko povezane z zdravjem. Namen tovrstnih izjav je, da omogočijo informacije o zdravem načinu prehranjevanja z namenom zmanjševanja tveganj za nastanek bolezni srca, raka, osteoporoze, visokega krvnega tlaka, bolezni zobne votline ali nekaterih prirojenih napak (Arvanitoyannis & Van Houwelingen Koukaliasoglou, 2005, str. 392).

Če povzamem: na uporabo označevanja hranilne vrednosti živil vplivajo številni dejavniki.

To kaže na kompleksnost razumevanja tudi odnosa porabnikov do označevanja hranilne vrednosti živil. Čeprav večine dejavnikov nisem vključila v svojo empirično analizo, ki sledi v naslednjem poglavju, pa je razumevanje in poznavanje teh dejavnikov pomembno za nadaljnje raziskave na tem področju.

## **4 EMPIRIČNA RAZISKAVA ODNOSA PORABNIKOV DO OZNAČEVANJA HRANILNE VREDNOSTI ŽIVIL**

Empirični del je rezultat moje raziskave, ki je potekala v več fazah. Po opredelitvi problema in namena raziskave je sledilo zbiranje in analiziranje empiričnega gradiva, ki je predstavljalo osnovo za izvedbo raziskave. Nato sem oblikovala hipoteze. Na osnovi hipotez sem pripravila vprašalnik in izvedla spletno anketo. Sledila je analiza in prikaz rezultatov raziskave. Na osnovi podatkov sem potrdila ali zavrnila postavljene hipoteze ter oblikovala priporočila za nadaljnje raziskave in implikacije za trženje in javno politiko. V poglavju je predstavljen problem in namen raziskave, raziskovalne hipoteze in koncept raziskave ter metodologija, ki vključuje vzorec raziskave, oblikovanje vprašalnika in zbiranje podatkov.

### **4.1 Problem in namen raziskave**

Poudarek na zdravju zadnja leta spodbuja porabnike, da pred nakupom poiščejo informacije, ki so povezane z zdravjem. Porabniki se pri tem srečujejo s številnimi informacijami, ki so predstavljene na označbah živil in tudi preko oglaševanja in izpostavljanja zdravstvenih informacij na živilih (Lin et al., 2011, str. 1380).

Na samo povpraševanje porabnikov pri nakupu živil vplivajo številni dejavniki. Poleg zunanjih dejavnikov sodelujejo v procesu nakupnega odločanja tudi psihološko-socialni in demografski dejavniki, vpliv ima pa tudi odnos porabnikov do hrane in označevanja hranilne vrednosti živil (Visschers et al., 2013, str. 71). Za porabnika je ključno, da označbe hranilnih vrednosti na živilih razume, kar pomeni, da morajo biti označbe na živilih predstavljene preprosto.

Različni trendi prehranjevanja kažejo na aktualnost teme in interesa porabnikov, da zaradi različnih razlogov iščejo načine za izboljšanje svojih prehranjevalnih navad. Na drugi strani si tudi zakonodajalec in drugi udeleženci prizadevajo, da bi z različnimi ukrepi zaradi slabe prehrane, telesne neaktivnosti in debelosti dosegli večjo ozaveščenost med porabniki. Z vidika zagotavljanja pravilnega vnosa hrane mora porabnik slediti označbam hranilne vrednosti živil, kar kaže na aktualnost teme in označevanja hranilne vrednosti živil.

Aktualnost tematike in zdravega načina prehranjevanja porabnikov je pomembno tudi za proizvajalce živil in trgovce. Poznavanje odnosa porabnikov do hranilne vrednosti živil je za omenjene deležnike pomembno zaradi oblikovanja in označevanja ter nabora živil za

prodajo. Kot odziv na povišan interes glede prehranjevanja in zdravja imajo proizvajalci pomembno vlogo pri vplivanju na odnos in zaznavanje, kot tudi na spremembe vedenja porabnikov pri nakupu živil. Posledično to vpliva tudi na trženjske strategije in načine, kako pristopajo do obstoječih in potencialnih porabnikov (Petrovici et al., 2012, str. 776–778).

**Namen raziskave** je proučiti, kako posamezne neodvisne spremenljivke, ozaveščenost o zdravem načinu življenja, način prehranjevanja lahko prepreči nastanek določenih bolezni, spol, izobrazba in elementi hranilne vrednosti živil (maščoba in sladkor) vplivajo na odvisno spremenljivko, dejavnik nakupa hranilna vrednost živil oziroma kako so povezane z njo.

V raziskavi želim ugotoviti, ali drži, da porabniki, ki so bolj ozaveščeni o zdravem načinu življenja, posvečajo pri nakupu živil dejavniku hranilna vrednost živil večji pomen. Prav tako želim ugotoviti, ali drži, da je porabnikom pri nakupu pomembna hranilna vrednost živil, ker menijo, da lahko z načinom prehranjevanja preprečijo nastanek določenih bolezni. Na podlagi že izvedenih empiričnih raziskav preverjam, ali sta sladkor in maščoba najbolj pomembna elementa hranilne vrednosti pri nakupu živil. Ker na odnos porabnikov do označevanja hranilne vrednosti živil vplivajo tudi socio-demografski dejavniki, želim ugotoviti, ali se pomembnost pri nakupnem dejavniku hranilna vrednost živil razlikuje med spoloma in med porabniki z visoko in nižjo stopnjo izobrazbe.

Kljub primarni pozornosti dejavniku nakupa hranilni vrednosti živil bom na podlagi primerjave povprečnih vrednosti med dejavniki po pomembnosti pogledala tudi druge dejavnike, ki niso vključeni v moje raziskovalne hipoteze. Namen je ugotoviti, kako pomembni so pri nakupnem odločanju tudi drugi dejavniki, kot so cena, okus, blagovna znamka, država porekla, datum veljavnosti in proizvajalec glede na hranilno vrednost živil. Pogledala bom tudi druge razloge, ki vplivajo, da porabniki pred nakupom preverjajo hranilne vrednosti živil, in sicer so to radovednost, želja po zdravem načinu življenja, posebne diete, primerjava med izdelki in družinske navade, prav tako na podlagi primerjave povprečnih vrednosti po razlogih. Pomemben bo tudi podatek, kako pogosto pri nakupu živil preverijo hranilne vrednosti živil.

## **4.2 Raziskovalne hipoteze in raziskovalni okvir**

Na podlagi teoretičnih izhodišč, prebrane literature, znanstvenih in strokovnih člankov ter že izvedenih empiričnih raziskav sem oblikovala raziskovalne hipoteze v povezavi z odnosom porabnikov do označevanja hranilne vrednosti živil. Oblikovala sem pet hipotez, ki jih predstavljam v tem poglavju.

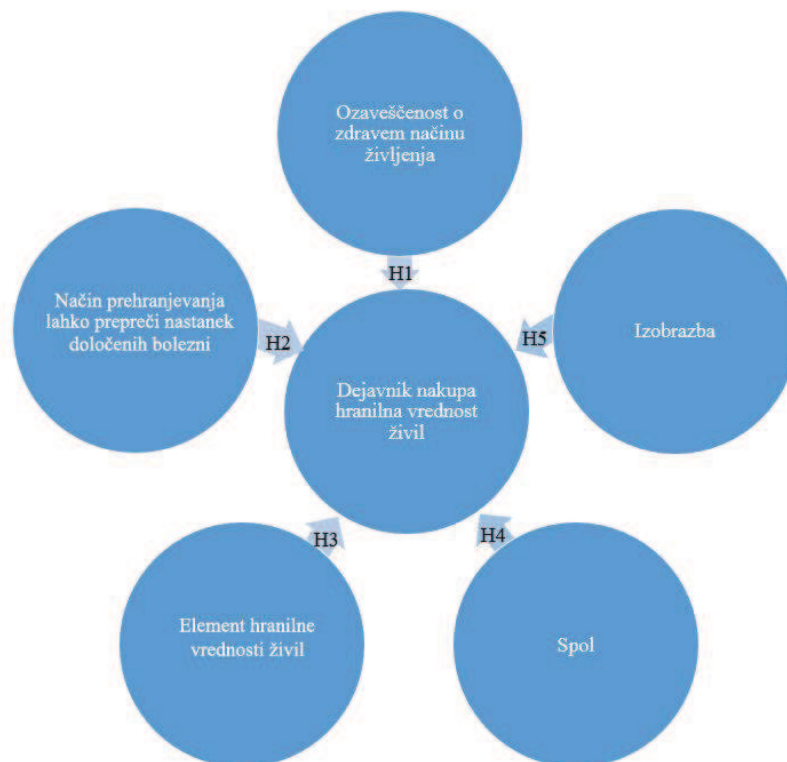
### **4.2.1 Raziskovalni okvir**

Pri postavitvi raziskovalnega okvirja, ki ga prikazujem na Sliki 10, sem izhajala iz predhodnih raziskav različnih avtorjev. V svoji raziskavi sem želela ugotoviti, ali sta



spremenljivki ozaveščenost o zdravem načinu življenja in način prehranjevanja lahko prepreči nastanek določenih bolezni, pozitivno povezani s pomenom, ki ga porabniki pri odločitvah za nakup posameznih živil posvečajo dejavniku hranilna vrednost živil. Prav tako sem želela preveriti, ali se pomembnost pri nakupnem dejavniku hranilna vrednost živil razlikuje med spoloma, kot tudi če se razlikuje med porabniki z visoko in nižjo stopnjo izobrazbe. Raziskala sem tudi, ali sta sladkor in maščoba najbolj pomembna elementa hranilne vrednosti pri nakupu živil.

*Slika 9: Raziskovalni okvir*



#### 4.2.2 Raziskovalne hipoteze

Hranilna vrednost živil je zelo široka tema, kjer so bile izvedene številne empirične raziskave. V svoji nalogi sem postavila pet raziskovalnih hipotez, v nadaljevanju predstavljam argumente na podlagi proučene literature.

**H1: Ozaveščenost porabnikov o zdravem načinu življenja je pozitivno povezana s pomenom, ki ga porabniki pri odločitvah za nakup posameznih živil posvečajo dejavniku hranilna vrednost živil.**

Težave, povezane z načinom prehranjevanja, so se v zadnjih letih povečale (Global action plan for the prevention and control of noncommunicable diseases, 2013). Zavedanje o zdravju je pomembno pri označevanju živil, ker vpliva na odzive porabnikov glede



informacij o zdravju in viru informacij, ki so povezani z zdravjem (Sun, Huang & Chu, 2015, str. 11).

Močno zavedanje o načinu prehranjevanja in zdravju je povezano z večjo uporabo označb na živilih (Nayga, 2000, str. 108). Označevanje hranilnih vrednosti živil se je pojavilo kot pomemben vidik pri nakupni odločitvi porabnikov (Drichoutis et al., 2006). Grunert et al. (2010b, str. 187) v raziskavi ugotavljajo, da ima zanimanje za zdrav način prehranjevanja neposreden vpliv na uporabo informacij o hranilnih vrednostih živil.

Grunert et al. (2012, str. 169) so na podlagi raziskave merili dve dimenziji odnosa do zdravega načina prehranjevanja, in sicer posredno in neposredno dimenzijo. Posredna dimenzija meri stopnjo, do katere se ljudje aktivno zanimajo za zdrav način prehranjevanja, neposredna dimenzija pa meri stopnjo aktivnega ignoriranja informacij, povezanih s hrano in zdravjem. Raziskava je pokazala pozitivno korelacijo med zunanjimi viri in posredno dimenzijo, prav tako je šibka pozitivna korelacija tudi pri neposredni dimenziji (Grunert et al., 2012, str. 169–175).

Empirične raziskave kažejo, da imajo označbe hranilnih vrednosti vpliv na prepričanja o zdravju in nakupnem namenu (Balasubramanian & Cole, 2002, str. 122). Sun et al. (2015, str. 11) ugotavljajo, da zavedanje o zdravem načinu življenja pozitivno vpliva na odnos do označevanja hranilne vrednosti živil, saj tovrstni porabniki bolj prepoznajo njeno pomembnost. Balasubramanian in Cole (2002, str. 122) sta na podlagi fokusnih skupin ugotovila, da porabniki po tem, ko postanejo bolj ozaveščeni glede zdravega načina življenja, posledično pričnejo uporabljati informacije o hranilni vrednosti živil. Podobno ugotavljata Cowburn in Stockley (2005, str. 24), torej da je bolj verjetno, da porabniki, ki imajo pozitiven odnos do načina prehranjevanja in zdravja, preberejo hranilne vrednosti živil.

Raziskava je pokazala, da porabniki, ki menijo, da so zdravje, zdrava prehrana in hranilna vrednost živil pomembni, bolj pogosto uporabljajo označbe na živilih (Hess, Visschers & Siegrist, 2011, str. 412). Na podlagi prebrane literature in empiričnih raziskav postavljam hipotezo, da je ozaveščenost porabnikov o zdravem načinu življenja pozitivno povezana s pomenom, ki ga porabniki pri odločitvah za nakup posameznih živil posvečajo dejavniku hranilna vrednost živil.

**H2: Prepričanje porabnikov, ki menijo, da z načinom prehranjevanja lahko preprečijo nastanek določenih bolezni, je pozitivno povezano s pomenom, ki ga pri odločitvah za nakup posameznih živil posvečajo dejavniku hranilna vrednost živil.**

Prepričanje o zdravem načinu prehranjevanja se nanaša na porabnikovo notranje prepričanje, da na zdravje lahko vplivajo z lastnim obnašanjem (Petrovici et al., 2012, str. 773). Raziskava Petrovicija et al. (2012, str. 775) kaže, da porabniki preberejo označbe na živilih

z namenom, da izboljšajo svoje prehranjevalne navade z bolj zdravo izbiro hrane in posledično s tem zmanjšajo prihodnje težave, ki bi se lahko pojavile zaradi načina prehranjevanja.

Tudi Nayga (2000, str. 108) ugotavlja, da porabniki, ki menijo, da način prehranjevanja vpliva na tveganja bolezni, kot so rak ali srčne bolezni, bolj uporabljajo označbe na živilih. To kaže na vpliv dejavnikov, povezanih s prepričanjem o zdravju, na nakupno obnašanje. Na osnovi literature in rezultatov empiričnih raziskav postavljam hipotezo, da je prepričanje porabnikom, ki menijo, da z načinom prehranjevanja lahko preprečijo nastanek določenih bolezni, pozitivno povezano s pomenom, ki ga pri odločitvah za nakup posameznih živil posvečajo dejavniku hranilna vrednost živil.

### **H3: Maščoba in sladkor sta najbolj pomembna elementa hranilne vrednosti pri nakupu živil.**

V raziskavi, ki je bila izvedena v šestih evropskih državah, so prišli do izsledkov, da so kalorije, maščobe in sladkor najbolj pogoste informacije, ki jih porabniki pogledajo, pri čemer so med državami manjša odstopanja (Grunert et al., 2010a). Podobno ugotavljajo Higginson, Rayner, Draper in Kirk (2002a, str. 95), in sicer da je najbolj pogosta hranilna vrednost maščoba.

Wande in Kennedy (2010, str. 49) sta ugotovila, da sta maščoba in energijska vrednost hranilni vrednosti, ki ju porabniki najbolj pogosto pogledajo pri nakupu. Raziskava je pokazala, da to velja za porabnike, ki želijo zmanjšati vrednost maščob, zato pri nakupu bolj pogosto pogledajo omenjeni hranilni vrednosti. Pri tem pri maščobah poleg celotne vrednosti preverijo tudi vrednost nasičenih maščob.

Porabniki posvečajo večjo pozornost maščobam kot drugim hranilnim vrednostim. Gre za negativno hranilo in z njim povezana tveganja za nastanek določenih bolezni (Garretson & Burton, 2000, str. 223). Na podlagi empiričnih izsledkov raziskav postavljam hipotezo, in sicer da sta maščoba in sladkor najbolj pomembna elementa hranilne vrednosti pri nakupu živil.

### **H4: Pomembnost pri nakupnem dejavniku hranilna vrednost živil se razlikuje med porabniki moškega in ženskega spola.**

Veliko raziskav (Grunert et al., 2012; Cowburn & Stockley, 2005; Verbeke, 2000) je pokazalo, da spol vpliva na uporabo informacij o hranilni vrednosti živil. Pri tem so moški pri nakupu manj zainteresirani za branje hranilnih vrednosti živil kot ženske (Cheah, Moy & Loh, 2015; Konttinen, Sarlio-Lähteenkorva, Silventoinen, Männistö, & Haukkala, 2012; Wade & Kennedy, 2010; Cowburn & Stockley, 2005).

Ženske pri nakupu bolj pogosto preverjajo označbe hranilnih vrednosti kot moški (Stran & Knol, 2013, str. 677). Ženske lahko bolj zanima in skrbi telesna podoba, način prehranjevanja in zdravje (Cheah et al., 2015, str. 2782). Imajo več znanja o hranilni vrednosti živil kot moški, ker imajo pozitiven odnos do zdravega načina prehranjevanja in so s tem bolj verjetno izpostavljene informacijam, povezanim s hrano in zdravjem, in tako pridobijo več znanja (Grunert et al., 2012, str. 174). Na podlagi zbranih raziskav sem postavila hipotezo, da se pomembnost pri nakupnem dejavniku hranilna vrednost živil razlikuje med porabniki moškega in ženskega spola.

**H5: Pomembnost pri nakupnem dejavniku hranilna vrednost živil se razlikuje med porabniki z visoko stopnjo izobrazbe in porabniki z nižjo stopnjo izobrazbe.**

Raziskave (Cowburn & Stockley, 2005) kažejo, da izobrazba vpliva na razumevanje informacij o hranilni vrednosti živil. Rezultati analize raziskav so pokazali, da porabniki, ki imajo višjo stopnjo izobrazbe, bolj verjetno preberejo označbe hranilnih vrednosti živil. Podobno ugotavljajo Drichoutis et al. (2006, str. 3), ki so na podlagi analize številnih empirični raziskav ugotovili, da pri bolj izobraženih porabnikih obstaja večja verjetnost uporabe označb hranilne vrednosti živil. V raziskavi so Gracie, Loureira in Nayge (2007, str. 163–171) proučevali, kakšen bi bil vpliv in kakšne koristi obveznega označevanja hranilne vrednosti živil na vseh živilih, razen svežih. Raziskava je pokazala neposredno pozitivno povezavo med stopnjo izobrazbe in znanjem o hranilni vrednosti živil. Porabniki z višjo stopnjo izobrazbe so bolj informirani in menijo, da imajo višjo stopnjo znanja glede hranilne vrednosti živil. Posledično so bolj ozaveščeni pri izbiranju zdrave hrane in večja je verjetnost, da pri nakupu pogledajo hranilne vrednosti živil.

Raziskava avtorjev Kima, Nayge in Capps (2001, str. 351–355) je širše proučevala prehransko označevanje živil, kjer so pri anketirancih merili uporabo petih informacij, ki se pojavljajo na živilih in sicer (1) seznam sestavin, (2) kratke izjave na živilih kot je majhna vrednost maščob, majhna vrednost vlaknin (izjave, vezane na vsebino hranil), (3) prehranske tabele, ki opredeljujejo proteine, maščobe in podobno, (4) informacije o vsebini hranil za en obrok in (5) zdravstvene in prehranske trditve. Raziskava je pokazala, da je izobrazba značilna in pozitivno povezana z uporabo označb. Za porabnike z najmanj visoko šolo je večja verjetnost, da iščejo in uporabljajo prehranske označbe.

Na podlagi raziskav želim ugotoviti ali se pomembnost pri nakupnem dejavniku hranilna vrednost živil razlikuje med porabniki v visoko stopnjo izobrazbe in porabniki z nižjo stopnjo izobrazbe. Pri tem sem izhajala iz predpostavke, da bolj izobraženi porabniki bolj skrbijo za svoje zdravje in se zavedajo, kako pomembna je zdrava in uravnotežena prehrana, posledično je zanje pri nakupu živil hranilna vrednost pomemben dejavnik.

### 4.3 Metodologija

Pred pričetkom raziskave sem zbrala sekundarne podatke, pregledala sem strokovno literaturo (domačo in tujo), znanstvene raziskave, strokovne in znanstvene članke. V podatkovni bazi EBESCOhost sem pregledala članke iz tujih strokovnih revij, kot so British Food Journal, Journal of Consumer Marketing, Food Quality and Preference, Academy of Marketing Science Review, Public Health Nutrition. Poleg tega sem podatke zbrala iz spletnih člankov in pregledala zakonodajo na področju označevanja živil z namenom boljšega razumevanja obarvanega področja.

Uporabila sem deduktivni raziskovalni pristop (Bregar, Ograjenšek & Bavdaž, 2005, str. 163), ker sem izhajala iz obstoječe literature, na osnovi katere sem pripravila tudi načrt raziskave in pridobljene podatke analizirala v njenem kontekstu. Delo temelji na deskriptivni metodi pri opisovanju predmeta raziskave in dejstev o obravnavnem predmetu. Metodo kompilacije sem uporabila pri povzemanju ugotovitev, stališč in mnenj tujih in domačih avtorjev na področju nakupnega odločanja in vedenja porabnikov.

V empiričnem delu sem zbrala podatke z uporabo kvantitativne metode. Na podlagi pregleda literature sem pripravila spletni anketni vprašalnik z namenom ugotavljanja odnosa porabnikov do označevanja živil. Anketirance sem k izpolnitvi spletne ankete pozvala preko elektronske pošte, družbenega omrežja Facebook in LinkedIn. Rezultate sem analizirala z uporabno ustreznih statističnih metod in računalniškega programa.

#### 4.3.1 Vzorec raziskave

Ciljna populacija za vzorčenje so bile osebe, stare 18 let in več. Za ta vzorec sem se odločila, ker je to cilja skupina, ki jo zajame tudi večina empiričnih raziskav, ki sem jih pregledala. Porabnike sem k izpolnitvi vprašalnika pozvala preko objave na svojem profilu na socialnem omrežju, s pomočjo elektronske pošte in LinkedIna.

V raziskavi sem uporabila priložnostno spletno vzorčenje. Bregar et al. (2005, str. 45–46) opredeljujejo spletni vzorec kot priložnostni vzorec brez omejitev, kjer so enote namerni ali naključni obiskovalci določenih spletnih strani, pri čemer se uveljavljajo tudi pristopi, ki temeljijo tudi na slučajni izbiri enot.

Spletno anketiranje ima številne prednosti pred ostalimi načini anketiranja, saj omogoča enostavno zbiranje in vnašanje podatkov, kar vodi v časovno optimizacijo in zmanjšanje stroškov – odpadejo tudi vsi stroški, ki so povezani z anketarji. Tovrstno anketiranje omogoča sprotno preverjanje skladnosti odgovorov in pravilnosti vnosa (Bregar et al., 2005, str. 91). S statističnega vidika je ena najpomembnejših pomanjkljivosti spletnih anket, da z njimi lahko v vzorec zajamemo samo uporabnike interneta in ne celotne populacije, kar lahko ogroža reprezentativnosti spletnih vzorcev (Bregar et al., 2005, str. 46).

#### 4.3.2 Oblikovanje vprašalnika

Za postavitev in objavo spletnega vprašalnika sem uporabila orodja za izdelavo spletnih anket 1KA. Za zbiranje podatkov sem uporabila strukturiran anketni vprašalnik, ki je sestavljen iz devetih vprašanj, od katerih so štirje socio-demografskih. Vprašanja sem oblikovala na podlagi hipotez. Vprašanja so bila kratka, jasna in razumljiva, da so jih anketiranci lahko hitro rešili. V uvodu vprašalnika sem pojasnila namen anketiranja, področje raziskovanja ter podala tudi izjavo o anonimnosti vprašalnika. Anketa je sestavljena pretežno iz zaprtih vprašanj, razen dveh, ki sta imeli možnost vpisa drugo. Za merjenje stališč sem uporabila Likertovo lestvico, ki omogoča izražanje na ravni strinjanja oziroma nestrinjanja z določenimi stališči (Bregar et al., 2005, str. 105). Pri vprašanjih, kjer so anketiranci ocenjevali pomembnost odgovorov, sem uporabila lestvico od 1 (sploh ni pomemben) do 5 (zelo pomemben), za ocenjevanje pogostnosti nakupa pa lestvico od 1 (nikoli) do 5 (skoraj vedno).

Na prvo vprašanje so anketiranci odgovarjali s pomočjo petstopenjske lestvice od 1 (sploh ni pomemben) do 5 (zelo pomemben) na podlagi vprašanja Kadar se odločate za nakup posameznih živil, kateri dejavniki so za vas pomembni, navedla sem sledeče dejavnike:

- Cena
- **Hranilna vrednost (maščobe, vitamini, beljakovine, sladkor, vlaknine, energijska vrednost)**
- Okus
- Blagovna znamka
- Država porekla
- Proizvajalec
- Datum veljavnosti
- Drugo

Odgovor hranilna vrednost (maščobe, vitamini, beljakovine, sladkor, vlaknine, energijska vrednost) predstavlja odvisno spremenljivko, ki je bila vključena v vseh pet hipotez in sem jo poimenovala »dejavnik nakupa hranilna vrednost živil«. Ostale odgovore skupaj z odgovorom hranilna vrednost sem uporabila tudi za primerjavo povprečnih vrednosti med dejavniki z namenom, da ugotovimo pomembnost posameznih dejavnikov. Del vprašanja sem povzela po raziskavi Petrovicija et al. (2015, str. 782), pri čemer sem uporabila štiri dejavnike, in sicer ceno, hranilno vrednost, okus, blagovno znamko in drugo. V tej raziskavi so imeli anketiranci še možnost izbire odgovora hranilne vrednosti živil na način, da je bila posebej naštet vsaka hranilna vrednost. Vprašanja sem prilagodila pomembnosti za porabnika, za razliko od omenjene raziskave, kjer so merili z lestvico pogostnosti nakupa v zadnjih 12 mesecih. V mojem primeru sem tudi vse hranilne vrednosti združila v en odgovor in pojasnila, kaj pomeni ta dejavnik. Dejavnike država porekla, proizvajalec, datum veljavnosti in drugo sem povzela po Ranilovičevi in Colić Baričevi (2011, str. 117). V

raziskavi so dodatno merili še pomembnost posameznih dejavnikov, ki jih nisem vključila, in sicer navade, kakovost, udobje in družinske preference.

Drugo vprašanje se nanaša na posamezne elemente hranilne vrednosti. Anketiranci so na petstopenjski lestvici z ocenami od 1 (sploh ni pomemben) do 5 (zelo pomemben) odgovarjali na vprašanje, kako pomembne so za njih pri nakupu živil posamezne hranilne vrednosti:

- **Maščobe**
- Vitamini
- Beljakovine
- Vlaknine
- **Sladkor**
- Energijska vrednost

Vsi elementi hranilne vrednosti so vključeni v regresijski model, za preverjanje mojih hipotez pa sta pomembna elementa hranilne vrednosti – maščoba in sladkor. Z vprašanjem sem preverjala, kako neodvisni spremenljivki elementa hranilne vrednosti živil – maščoba in sladkor – vplivata na odvisno spremenljivko dejavnik nakupa hrane vrednost živil, z namenom, da preverim, ali sta maščoba in sladkor najbolj pomembna elementa hranilne vrednosti pri nakupu živil. Vprašanje sem povzela po Ranilovičevi in Colić Baričevi (2011, str. 117), kjer sem lestvico prilagodila pomembnosti za porabnika, za razliko od omenjene raziskave, kjer so merili z lestvico pogostosti nakupa v zadnjih 12 mesecih. Ostalih dejavnikov nisem vključila, ker sem jih merila pri spremenljivki pomembnost dejavnikov izbire hranilna vrednost živil.

S tretjim vprašanjem sem preverila, kako pogosto pri nakupu živil anketiranci preverijo hranilne vrednosti živila, kjer so anketiranci ocenjevali z lestvico od 1 (nikoli) do 5 (vedno). Vprašanje sem povzela po raziskavi Ranilovičeve in Colić Baričeve (2011, str. 112) in ga nekoliko prilagodila. V njeni raziskavi (2011, str. 112) so porabnike spraševali po branju hranilnih vrednosti živil pri nakupu v zadnjih 12 mesecih, pri čemer so imeli porabniki možnost izbire odgovorov nikoli, redko, vedno, včasih, samo ob prvem nakupu in ne vem/ne želim povedati.

Pri četrtem vprašanju sem s petstopenjsko lestvico od 1 (sploh ni pomemben) do 5 (zelo pomemben) anketirance spraševala, kako pomembni so zanje spodnji razlogi, da pred nakupom preverjajo hranilne vrednosti živil, kot so maščobe, vitamini, beljakovine, vlaknine, sladkor, energijska vrednost, kjer so anketiranci ocenili vsak razlog:

- Radovednost
- Želja po zdravem načinu prehranjevanja

- Posebne diete
- Zaradi primerjave med izdelki
- Družinske navade
- Drugo

Odgovore sem uporabila za primerjavo povprečnih vrednosti glede na pomembnost posameznih razlogov. Vprašanje in razloge sem povzela po raziskavi avtoric Ranilovičeve in Colić Baričeve (2011, str. 114), kjer sem uporabila šest od osmih razlogov. Nisem vključila razloga ne želim povedati/ne vem in zaradi svetovanja glede prehrane. Lestvico sem prilagodila pomembnosti za porabnika, za razliko od omenjene raziskave, kjer so merili z lestvico pogostnosti nakupa v zadnjih 12 mesecih.

S petim vprašanje sem anketirance prosila, da na petstopenjski Likertovi lestvici od 1 (se nikakor ne strinjam) do 5 (se popolnoma strinjam), ocenijo sledeče trditve:

- Z zdravo in uravnoteženo prehrano zmanjšamo tveganje za nastanek določenih bolezni (diabetes, bolezni srca ipd.).
- Veliko razmišljam o svojem zdravju.
- Odgovoren sem za svoje zdravje.
- Pozoren sem na vse znake, ki vplivajo na moje zdravje.

Prva trditev je pomembna za preverjanje moje druge hipoteze, ker je predstavljala neodvisno spremenljivko »način prehranjevanja lahko prepreči nastanek določenih bolezni«. Ostale tri trditve so bile pomembne za preverjanje moje prve hipoteze, kjer sem vse tri trditve združila v eno spremenljivko »ozaveščenost o zdravem načinu življenja«. Prvo trditev sem povzela po raziskavi Grunerta et al. (2012) in jo nekoliko prilagodila. V raziskavi Grunerta et al. (2012, str. 170) so porabniki ocenjevali posamezne izjave, med katerimi je bila tudi trditev vedno sledim zdravi in uravnoteženi prehrani. Ostale trditve sem povzela po raziskavi Sun et al. (2015, str. 15), kjer sem uporabila tri od šestih trditve, ki so bile vključene v raziskavo. Trditve, ki jih nisem vključila, so (1) sem zelo dosleden pri skrbi za svoje zdravje, (2) običajno se zavedam svojega zdravstvenega stanja in (3) tekom dneva spremljam svoje zdravstveno stanje.

Vprašalnik sem zaključila s štirimi socio–demografskim vprašanji, in sicer z vprašanji o spolu, starosti, izobrazbi in zaposlitvenem statusu. Spol, kjer je porabnik označil odgovor moški ali ženski, je pomemben za mojo hipotezo 4, ker je predstavljal neodvisno spremenljivko. Prav tako je pomembna izobrazba, ker je v hipotezi 5 predstavljal neodvisno spremenljivko. Pri tem sem za potrebe preverjanja hipoteze izobrazbo združila v dve skupini in sicer visoka in nižja izobrazba



### 4.3.3 Zbiranje podatkov

Anketirance sem k izpolnitvi spletne ankete pozvala preko elektronske pošte, družbenega omrežja Facebook in LinkedIn. V anketi so lahko sodelovali vsi ali samo povabljeni osebe. Pred pošiljanjem ankete sem anketni vprašalnik testirala na petih osebah. Zbrane podatke iz anketnega vprašalnika sem analizirala in jih prikazala grafično in tabelarično ter povzela ugotovitve.

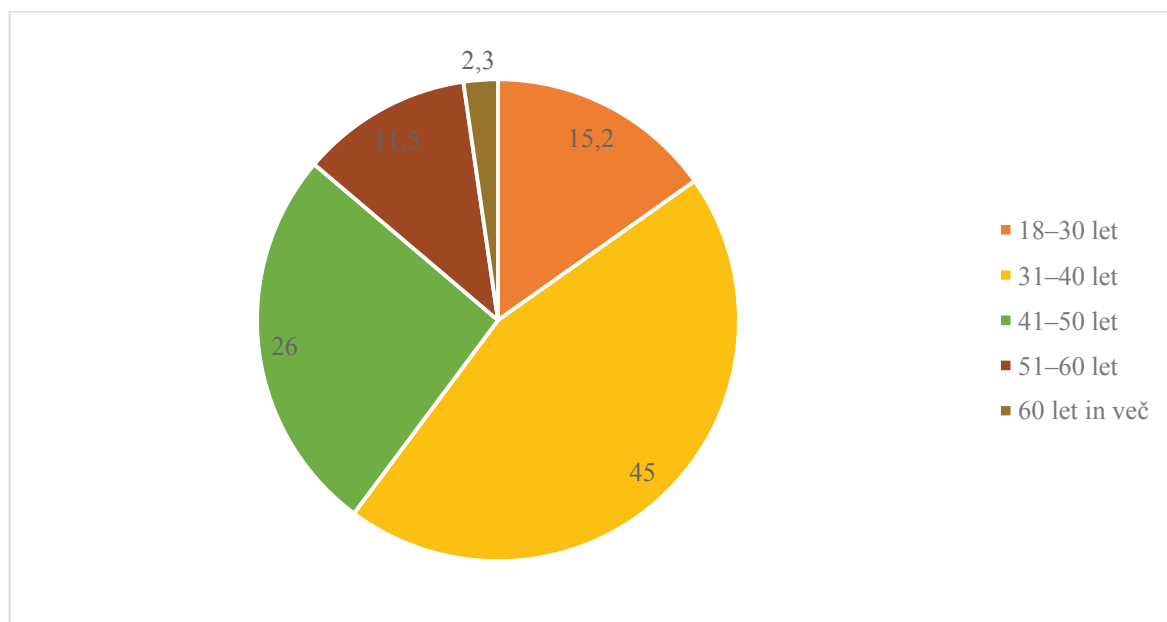
## 5 ANALIZA PODATKOV

Anketiranje je potekalo od 4. 4. 2016 do 7. 4. 2016. V tem času sem zajela vzorec 448 anketirancev, med katerimi je 427 končalo anketo in 21 delno izpolnilo anketo. Na nagovor ankete je kliknilo 787 anketirancev, med katerimi jih je 460 prešlo na reševanje ankete. Velik odziv anketirancev kaže na zanimivost in aktualnost teme. Kaže tudi, da je bil vprašalnik enostaven in hiter za izpolnjevanje, saj jo je velika večina anketirancev končala.

### 5.1 Opis vzorca

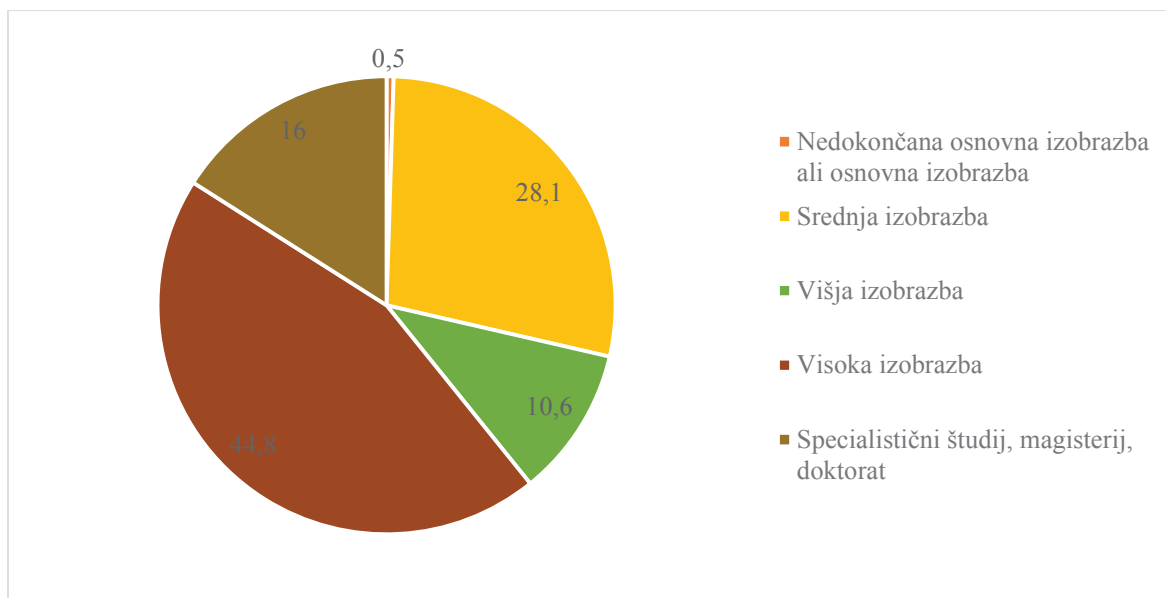
V anketi je bilo zajetih več anketirancev ženskega spola, in sicer 267, kar predstavlja 63,4 % anketiranih, 154 anketirancev je bilo moškega spola, to je 36,6 % anketiranih. Slika 10 prikazuje starostno strukturo anketirancev, in sicer je bilo 45 % anketirancev starih od 31 do 40 let, 26 % od 41 do 50 let, 15,2 % anketirancev od 18 do 30 let, 11,5 % anketirancev je bilo starih od 51 do 60 let in 2,3 % anketirancev 61 let in več.

*Slika 10: Starostna struktura anketirancev (v %)*



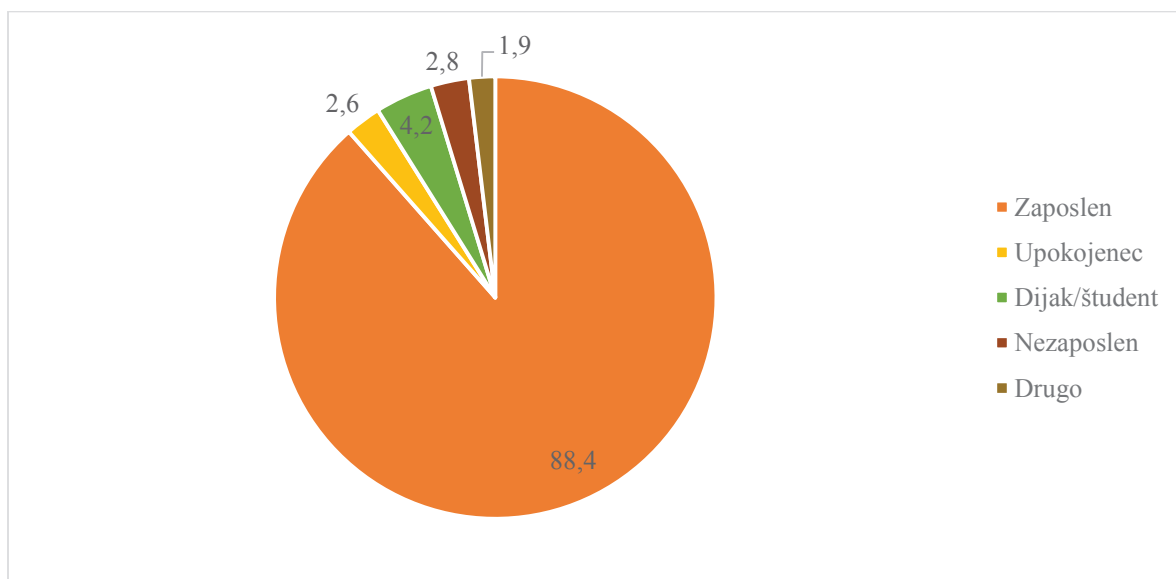
Slika 11 prikazuje dokončano izobrazbo anketirancev. Nedokončano osnovno izobrazbo ima 0,5 % anketirancev, srednjo izobrazbo 28,1 % anketirancev, 10,6 % anketirancev ima višjo izobrazbo, visoko izobrazbo ima 44,8 % anketirancev in 16 % anketirancev ima specialistični študij, magisterij ali doktorat. Najvišja dosežena izobrazba anketirancev se ujema s pričakovano, saj so uporabniki interneta predvsem bolj izobraženi.

*Slika 11: Dokončana izobrazba anketirancev (v %)*



Slika 12 prikazuje zaposlitveni status anketirancev. Med anketiranimi je 88,4 % zaposlenih in 2,8 % nezaposlenih. Dijakov oziroma študentov je 4 %, upokojencev pa 3 %. V anketi sta 2 % anketirancev uvrščena pod kategorijo drugo, kjer so predvsem samozaposleni.

*Slika 12: Zaposlitveni status anketirancev (v %)*



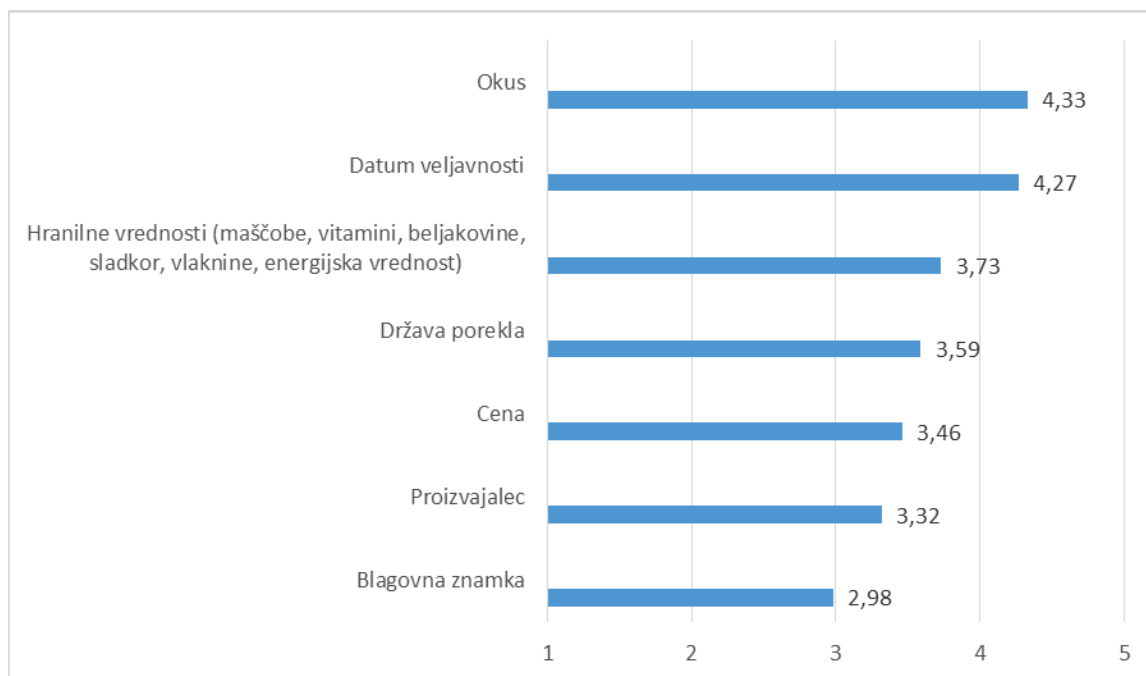
## 5.2 Opisne statistike

Slika 13 prikazuje pomembnost dejavnikov pri nakupu posameznih živil. Anketiranci so pomembnost posameznega dejavnika ocenjevali na lestvici od 1 (sploh ni pomemben) do 5 (zelo pomemben). Iz grafa je razvidno, da je najpomembnejši dejavnik okus v povprečju ocenjen s 4,33, standardni odklon (v nadaljevanju SO) pa 0,815. Sledijo datum veljavnosti (4,27; SO = 0,989) in hranilna vrednost (3,73; SO = 1,076). Anketiranci so najbolj razpršeno ocenili dejavnik proizvajalec, kjer standardni odklon znaša 1,117 (povprečje 3,32). Najbolj enotni so bili pri dejavniku okus, kjer je standardni odklon 0,815.

Pri odgovoru drugo so anketiranci največkrat navedli način predelave, kjer jim je pomembna ekološka predelava hrane. Gre za živila, ki so predelana na okolju prijaznejši način, brez uporabe pesticidov, konzervansov, umetnih arom, barvil in gensko spremenjenih organizmov, pa tudi reja živali je prijaznejša (Kakšna je razlika med eko jabolki, bio rozinami, organsko kavo in konvencionalnimi živili, 2013).

Za namen moje raziskave je pomemben dejavnik hranilna vrednost, kjer je povprečje 3,73, standardni odklon pa 1,076. Rezultati kažejo, da je hranilna vrednost anketirancem pomembna, vendar pa ni najpomembnejši dejavnik pri odločitvi za nakup posameznih živil.

*Slika 13: Razvrstitev dejavnikov pri nakupu posameznih živil po pomembnosti (primerjava povprečnih vrednosti po dejavnikih)*

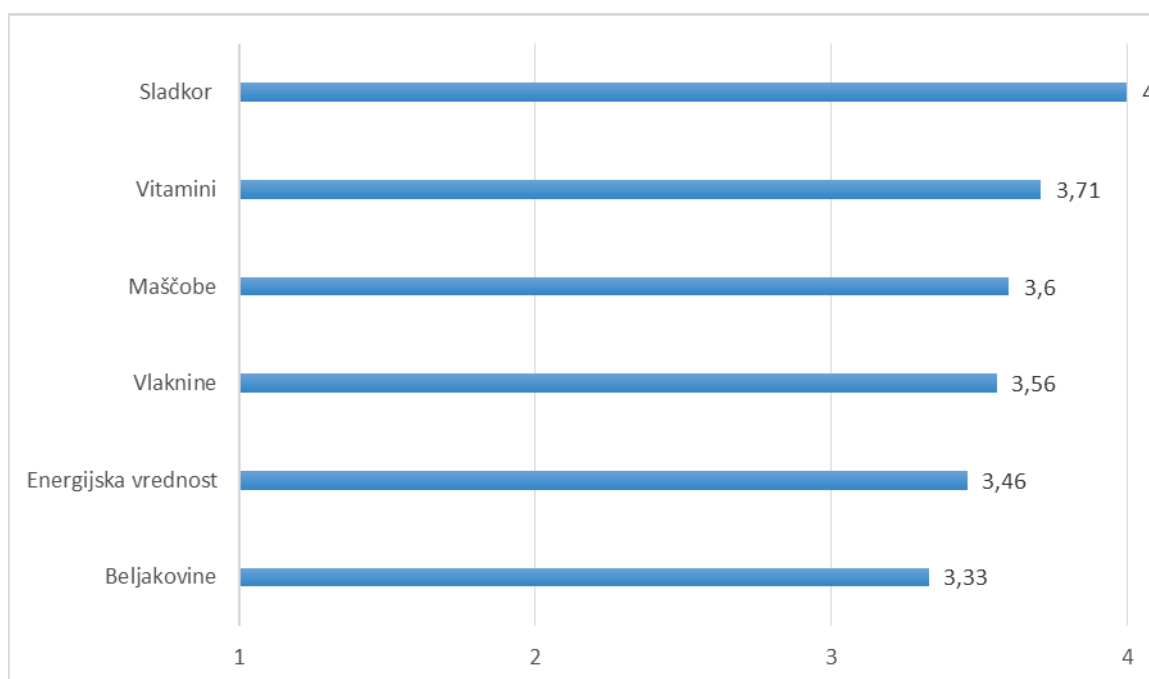


Slika 14 prikazuje pomembnost posameznih hranilnih vrednosti pri nakupu živil. Iz grafa je razvidno, da je najpomembnejša hranilna vrednost sladkor, kjer povprečje znaša 4,0 (SO = 1,124). Sledijo ji vitamini (3,71, SO = 1,124), maščobe (3,60; SO = 1,132), vlaknine (3,56;

SO = 1,106), energijska vrednost (3,46; SO = 1,104) in beljakovine (3,33; SO = 1,144). Rezultati kažejo na podobna povprečja in s tem na pomembnost vseh hranilnih vrednosti.

Na podlagi standardnega odklona, ki znaša 1,144, so anketiranci najbolj razpršeno ocenili hranilno vrednost beljakovine. Najbolj enotni so si bili glede energijske vrednosti, kjer standardni odklon znaša 1,104.

*Slika 14: Razvrstitev posameznih elementov hranilne vrednosti pri nakupu živil (primerjava povprečnih vrednosti elementov)*



Na vprašanje pogostnosti preverjanja hranilne vrednosti pri nakupu živil je rezultat pokazal, da porabniki v povprečju občasno preverijo hranilne vrednosti (3,15; SO = 1,095), kar je razvidno iz Tabele 4. Standardni odklon znaša 1,095, kar kaže na manjšo razpršenost pri odgovorih.

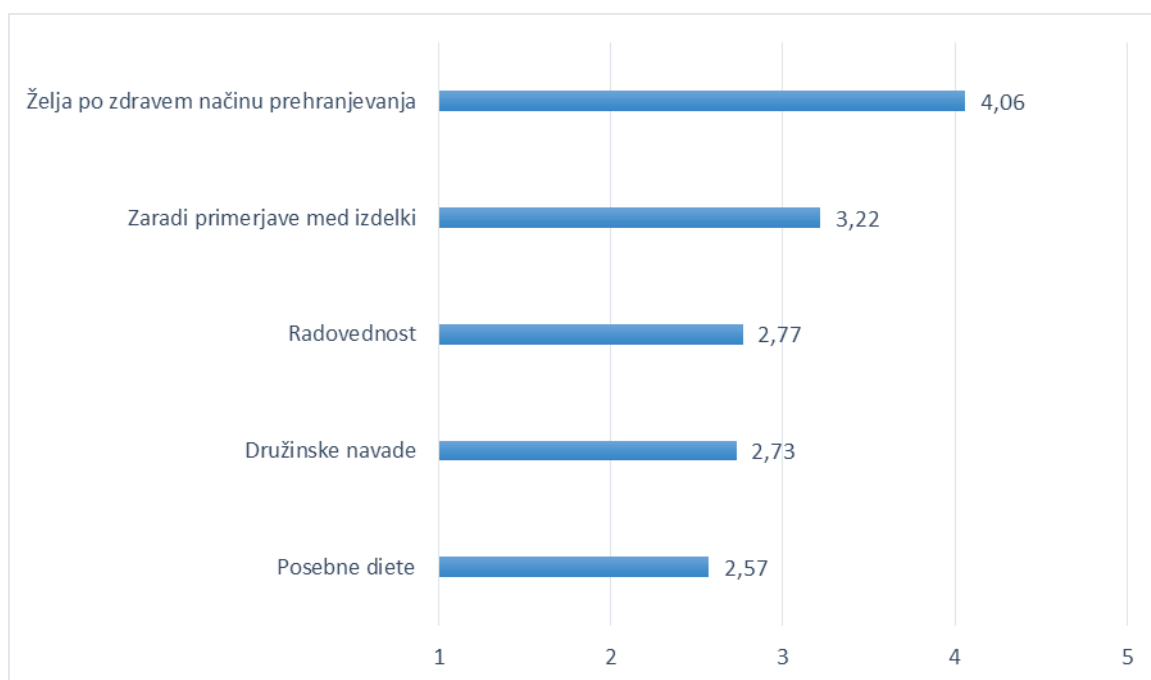
*Tabela 4: Pogostnost preverjanja hranilne vrednosti pri nakupu živil*

|                                           | Skupaj | Povprečje | Standardni odklon |
|-------------------------------------------|--------|-----------|-------------------|
| Pogostnost preverjanja hranilne vrednosti | 436    | 3,15      | 1,095             |

Slika 15 prikazuje pomembnost posameznih razlogov pri preverjanju hranilne vrednosti živil pred samim nakupom. Iz grafa je razvidno, da je najpomembnejši razlog želja po zdravem načinu prehranjevanja (4,06; SO = 1,017). Sledijo naslednji razlogi zaradi primerjave med izdelki (3,22; SO = 1,083), radovednosti (2,77; SO = 1,099), družinskih navad (2,73; SO = 1,242) in posebnih diet (2,57; SO = 1,262).

Na podlagi standardnega odklona, ki znaša 1,242, ugotavljam, da so anketiranci najbolj razpršeno ocenili razlog družinske navade. Najbolj enotni pa so bili pri razlogu želja po zdravem načinu življenja. Pri možnosti odgovora drugi ni bilo veliko odgovorov, najbolj pogost je bil količina dnevno zaužitih kalorij.

*Slika 15: Razvrstitev po pomembnost posameznih razlogov za preverjanje hranilne vrednosti živil pred nakupom (primerjava povprečnih vrednosti po razlogih)*

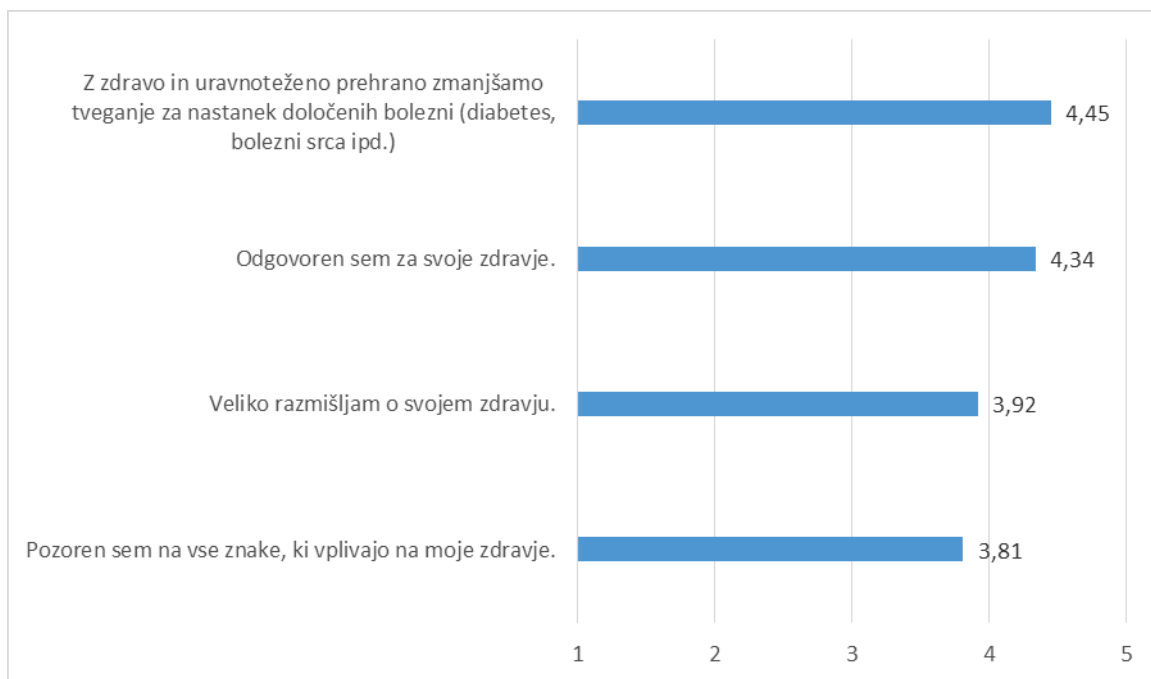


Slika 16 prikazuje strinjanje s posameznimi trditvami, ki so vključene v merjenje neodvisnih spremenljivk za hipotezi 1 in 2. Za hipotezo 1 so pomembne trditve »odgovoren sem za svoje zdravje«, »veliko razmišljam o svojem zdravju« in »pozoren sem na vse znake, ki vplivajo na moje zdravje«. Te trditve sem za namen preverjanja hipoteze 1 združila v eno neodvisno spremenljivko »ozaveščenost o zdravem načinu življenja«, kar bom pojasnila v naslednjem poglavju. Za hipotezo 2 je pomembna trditev »z zdravo in uravnoteženo prehrano zmanjšamo tveganje za nastanek določenih bolezni (diabetes, bolezni srca ipd.), ki v hipotezi predstavlja neodvisno spremenljivko »način prehranjevanja lahko prepreči nastanek določenih bolezni«. Iz grafa je razvidno, da je največje strinjanje s trditvijo, da z zdravo in uravnoteženo prehrano zmanjšamo tveganje za nastanek določenih bolezni (diabetes, bolezni srca ipd.), in sicer v povprečju 4,45 (SO = 0,892). Sledi trditev odgovoren sem za svoje zdravje (4,34; SO = 0,916). Anketiranci so v povprečju z nekoliko nižjo oceno ocenili trditvi veliko razmišljam o svojem zdravju (3,92; SO = 0,969) in pozoren sem na vse znake, ki vplivajo na moje zdravje (3,81; SO = 0,977).

Na podlagi standardnega odklona, ki znaša 0,977, ugotavljam, da so anketiranci najbolj razpršeno ocenili trditev pozoren sem na vse znake, ki vplivajo na moje zdravje. Na splošno

pa so odkloni dokaj podobni pri posameznih trditvah, kar kaže na precej enotne odgovore anketirancev.

*Slika 16: Pregled posameznih trditev, ki so vključene v merjenje neodvisnih spremenljivk za hipotezi 1 in 2 (primerjava povprečnih vrednosti po trditvah)*



### 5.3 Analiza povezav med spremenljivkami – preverjanje hipotez

Moč povezanosti dveh spremenljivk pri hipotezah H1 in H2 sem v analizi izračunala s pomočjo Pearsonovega koeficienta korelacije (angl. *Pearson correlation*), ki je najbolj pogosto uporabljena mera linearne povezanosti (angl. *Linear correlation*) dveh številskih spremenljivk (Pearsonov korelacijski koeficient v BenSTAT, statistične analize in raziskovalna dejavnost, 2010–2016). Pearsonov koeficient lahko zavzame vrednosti med -1 in 1 in meri povezanost dveh spremenljivk, ne pa tudi vpliv ene spremenljivke na drugo. Pri tem je uporabljena stopnja značilnosti v višini 0,05, ki je bila sprejeta kot standard. Če je vrednost 0,05 ali manj, pomeni, da povezanost obstaja (Stopnja značilnosti v BenSTAT, statistične analize in raziskovalna dejavnost, 2010–2016).

Pred testiranjem hipoteze H1 sem najprej izmerila ustreznost vzorčenja treh trditev o zdravem načinu življenja, in sicer za spremenljivke »veliko razmišljam o svojem zdravju, »odgovoren sem za svoje zdravje« ter »pozoren sem na vse znake, ki vplivajo na moje zdravje«. To sem izvedla s Kaiser-Meyer-Olkinovim testom ustreznosti vzorčenja in Bartlettovim testom sferičnosti (Priloga 3, Tabela 12), ki sta pokazala, da je vzorčenje ustrezno in statistično značilno (KMO = 0,716; Bartlettov test  $P = 0,000$ ). Z uporabo faktorске analize, ki omogoča povezave med spremenljivkami tako, da zmanjša njihovo

število in skuša najti novo množico spremenljivk, ki so skupne opazovanim spremenljivkam, sem na podlagi treh trditev o zdravem načinu življenja lahko tvorila novo spremenljivko »ozaveščenost o zdravem načinu življenja«, saj je faktorska analiza pokazala, da so komunalitete pri vseh treh spremenljivkah večje od 0,2 (Priloga 3, Tabela 13) (Kovačič, 2016).

Za merjenje spremenljivk sem pri hipotezi H3 uporabila regresijsko analizo. Regresijska analiza proučuje odnos med dvema naključnima spremenljivkama. Gre za odnos med odvisno spremenljivko in eno ali več neodvisnimi spremenljivkami. Za proučevanje odnosa se uporablja regresijski model, ki omogoča, da se vrednosti ene ali več neodvisnih spremenljivk uporabljajo za napovedovanje vrednosti odvisne spremenljivke (Korenjak, 2010, str. 18). Vsi elementi hranilne vrednosti so vključeni v regresijski model. Za preverjanje moje hipoteze je pomembna odvisna spremenljivka hranilna vrednost, kot neodvisni spremenljivki pa elementa hranilne vrednosti živil – maščoba in sladkor.

Za merjenje povezanosti spremenljivk pri hipotezah H4 in H5 sem uporabila t-test. S t-testoma sem preverila domneve o enakosti varianci obeh testiranih skupin. To sem izvedla tako, da sem neodvisni spremenljivki, spol in izobrazbo, razdelila vsako v dve skupini in nato za vsak del izračunala aritmetično sredino izbrane spremenljivke, povprečji pa med seboj primerjala in nato s pomočjo Levenovega testa enakosti varianc ugotovila, ali sta varianci v obeh skupinah enaki ( $P \geq 0,05$ ) ali ne ( $P < 0,05$ ), kar sem upoštevala pri analizi (Kovačič, 2016).

**Hipoteza 1: Ozaveščenost porabnikov o zdravem načinu življenja je pozitivno povezana s pomenom, ki ga porabniki pri odločitvah za nakup posameznih živil posvečajo dejavniku hranilna vrednost živil.**

HO (ničelna hipoteza): Ozaveščenost porabnikov o zdravem načinu življenja ni pozitivno povezana s pomenom, ki ga porabniki pri odločitvah za nakup posameznih živil posvečajo dejavniku hranilna vrednost živil.

H1 (alternativna hipoteza): Ozaveščenost porabnikov o zdravem načinu življenja je pozitivno povezana s pomenom, ki ga porabniki pri odločitvah za nakup posameznih živil posvečajo dejavniku hranilna vrednost živil.

S hipotezo sem preverjala povezavo med spremenljivkama ozaveščenost o zdravem načinu življenja in dejavniku nakupa hranilna vrednost živil. Za namen testiranja hipoteze sem spremenljivko ozaveščenost o zdravem načinu življenja združila iz odgovorov glede strinjanja s trditvami iz vprašalnika (Veliko razmišljam o svojem zdravju; Odgovoren sem za svoje zdravje; Pozoren sem na vse znake, ki vplivajo na moje zdravje). Spremenljivko dejavnik nakupa hranilna vrednosti živil sem merila z odgovorom »hranilne vrednosti (maščobe, vitamini, beljakovine, sladkor, vlaknine, energijska vrednost)« na vprašanje,



kateri dejavniki so za vas pomembni, kadar se odločate za nakup posameznih živil. Za preverjanje hipoteze je bila izvedena korelacijska analiza, ki je prikazana v Tabeli 5 in meri povezanost med spremenljivkama ozaveščenost o zdravem načinu življenja in dejavniku nakupa hranilna vrednost živil. Pri tem je bila odvisna spremenljivka dejavnik nakupa hranilna vrednost živil, neodvisna pa ozaveščenost o zdravem načinu življenja.

Tabela 5 kaže povezanost med spremenljivkama ozaveščenost porabnikov in pomen hranilne vrednosti živil. V preverjanje hipoteze je bil zajet 401 anketiranec. Izračunan Pearsonov korelacijski koeficient ( $r = 0,431$ ) je pokazal statistično značilno ( $P = 0,000$ ) pozitivno linearno povezanost med spremenljivkama.

*Tabela 5: Analiza povezanosti med ozaveščenostjo o zdravem načinu življenja in dejavnikom nakupa hranilna vrednost živil*

|                                       | Dejavnik nakupa hranilna vrednost živil (1) | Ozaveščenost o zdravem načinu življenja (2) |
|---------------------------------------|---------------------------------------------|---------------------------------------------|
| Pearsonov korelacijski koeficient (1) | 1,000                                       | <b>0,431</b>                                |
| (2)                                   | <b>0,431</b>                                | 1,000                                       |
| Stopnja značilnosti (1)               |                                             | <b>0,000</b>                                |
| (2)                                   | <b>0,000</b>                                |                                             |
| Število anketirancev                  | <b>401</b>                                  |                                             |

Na podlagi pridobljenih rezultatov korelacijske analize zavrnem ničelno hipotezo in potrdim hipotezo, da sta spremenljivki med seboj povezani, in sicer porabniki, ki so bolj ozaveščeni o zdravem načinu življenja, posvečajo dejavniku nakupa hranilna vrednost živil večji pomen.

To potrjuje ugotovitve predhodne raziskave Grunerta et al. (2010b, str. 187), kjer so prav tako ugotovili, da ima zanimanje za zdrav način prehranjevanja neposreden vpliv na uporabo informacij o hranilni vrednosti živil. Bolj verjetno je, da porabniki, ki imajo pozitiven odnos do zdravja, preverijo hranilne vrednosti živil (Cowburn in Stockley, 2005, str. 24; Hess et al., 2011, str. 412). Hranilna vrednost živil predstavlja vir informacij, ki jim pomaga pri zdravem načinu prehranjevanja.

**H2: Prepričanje porabnikom, ki menijo, da z načinom prehranjevanja lahko preprečijo nastanek določenih bolezni, je pozitivno povezano s pomenom, ki ga pri odločitvah za nakup posameznih živil posvečajo dejavniku hranilna vrednost živil.**

HO (ničelna hipoteza): Prepričanje porabnikom, ki menijo, da z načinom prehranjevanja lahko preprečijo nastanek določenih bolezni, ni pozitivno povezano s pomenom, ki ga pri odločitvah za nakup posameznih živil posvečajo dejavniku hranilna vrednost živil.

H1 (alternativna hipoteza): Prepričanje porabnikom, ki menijo, da z načinom prehranjevanja lahko preprečijo nastanek določenih bolezni, je pozitivno povezano s pomenom, ki ga pri odločitvah za nakup posameznih živil posvečajo dejavniku hranilna vrednost živil.

S hipotezo sem preverjala povezavo med spremenljivkama način prehranjevanja lahko prepreči nastanek določenih bolezni in dejavnikom nakupa hranilna vrednost živil. Pri tem je bila odvisna spremenljivka dejavnik nakupa hranilna vrednost živil, neodvisna spremenljivka pa način prehranjevanja lahko prepreči nastanek določenih bolezni.

Tabela 6 kaže povezanost med spremenljivkama način prehranjevanja lahko prepreči nastanek določenih bolezni in dejavnikom nakupa hranilna vrednost živil. V preverjanje hipoteze je bilo zajetih 408 anketirancev. Izračunan Pearsonov korelacijski koeficient ( $r = 0,292$ ) je pokazal statistično značilno ( $P = 0,000$ ) pozitivno linearno povezanost med spremenljivkama.

*Tabela 6: Analiza povezanosti med spremenljivkama način prehranjevanja lahko prepreči nastanek določenih bolezni in dejavnikom nakupa hranilna vrednost živil*

|                                   |            | <b>Način prehranjevanja lahko prepreči nastanek določenih bolezni (1)</b> | <b>Dejavnik nakupa hranilna vrednost živil (2)</b> |
|-----------------------------------|------------|---------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------|
| Pearsonov korelacijski koeficient | (1)        | 1,000                                                                     | <b>0,292</b>                                       |
|                                   | (2)        | <b>0,292</b>                                                              | 1,000                                              |
| Stopnja značilnosti               | (1)        |                                                                           | <b>0,000</b>                                       |
|                                   | (2)        | <b>0,000</b>                                                              |                                                    |
| Število anketirancev              | <b>408</b> |                                                                           |                                                    |

Na podlagi pridobljenih rezultatov korelacijske analize lahko zavrnem ničelno hipotezo in potrdim hipotezo, ki pravi, da je prepričanje porabnikom, ki menijo, da z načinom prehranjevanja lahko preprečijo nastanek določenih bolezni, pozitivno povezano s pomenom, ki ga pri odločitvah za nakup posameznih živil posvečajo dejavniku hranilna vrednost živil. Porabniki se usmerjajo v bolj zdrav način prehranjevanja tudi z namenom preprečiti nastanek potencialnih bolezni. Ugotovitve moje raziskave so podobne ugotovitvam predhodnih raziskav, ki so pokazale, da so porabniki, ki menijo, da z načinom prehranjevanja lahko preprečijo bolezni (rak ali srčne bolezni), bolj uporabljajo označbe na živilih (Nayga, 2000, str. 18).

**H3: Maščoba in sladkor sta najbolj pomembna elementa hranilne vrednosti pri nakupu živil.**

H0 (ničelna hipoteza): Maščoba in sladkor nista najbolj pomembna elementa hranilne vrednosti pri nakupu živil.

H1 (alternativna hipoteza): Maščoba in sladkor sta najbolj pomembna elementa hranilne vrednosti pri nakupu živil.

Povezanost med odvisno spremenljivko dejavnikom nakupa hranilne vrednost živil in neodvisnima spremenljivkama elementoma hranilne vrednosti – maščoba in sladkor, sem preverila z uporabo linearne regresije, kjer sem analizirala vrednosti regresijskih koeficientov. V preverjanje hipoteze je bilo zajetih 388 anketirancev.

Tabela 7 prikazuje rezultate regresijske analize, iz katere je razvidno, da so maščobe in sladkor med najpomembnejšimi elementi nakupnega dejavnika hranilne vrednosti. Koeficient determinacije zasnovanega regresijskega modela znaša  $R^2 = 0,438$ . Ugotovim lahko, da je z zasnovanim modelom pojasnjenih 43 % variabilnosti odvisne spremenljivke oziroma hranilne vrednosti. Regresijski model je statistično značilen ( $P = 0,000$ ).

*Tabela 7: Povezanost med spremenljivkama elementoma hranilne vrednosti (maščobe in sladkor) in dejavnikom nakupa hranilne vrednosti živil*

| Prediktor                                                                                                         | SE koef. ( $\beta$ ) | P-vrednost   |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------|--------------|
| (Konstanta)                                                                                                       |                      | 0,000        |
| <b>Maščobe</b>                                                                                                    | <b>0,304</b>         | <b>0,000</b> |
| Vitamini                                                                                                          | 0,004                | 0,944        |
| Beljakovine                                                                                                       | 0,135                | 0,015        |
| Vlaknine                                                                                                          | 0,200                | 0,001        |
| <b>Sladkor</b>                                                                                                    | <b>0,140</b>         | <b>0,004</b> |
| Energijska vrednost                                                                                               | 0,051                | 0,303        |
| <b>Ocene regresijskega modela:</b><br>R = 0,662, $R^2 = 0,438$ (43 %), ANOVA F-test = 49,491 (p-vrednost = 0,000) |                      |              |

Na podlagi rezultatov analize lahko hipotezo potrdim v delu, ki se nanaša na element hranilne vrednosti maščoba, in sicer rezultati kažejo, da je najpomembnejši element ( $\beta = 0,304$ ) pri dejavniku nakupa hranilna vrednost in je statistično značilen ( $P = 0,000$ ). Ugotovitve moje raziskave so podobne predhodnim. Raziskava, ki je bila izvedena v Sloveniji, je pokazala, da so maščobe najbolj pomemben element hranilne vrednosti živil (Černič & Makarovič, 2008, str. 4–5).

Hipotezo v delu, ki se nanaša na element hranilne vrednosti sladkor, zavrnem. Sladkor je v regresijski analizi med šestimi elementi na tretjem mestu ( $\beta = 0,140$ ) in je statistično značilen ( $P = 0,004$ ) (Tabela 7). Moja raziskava v delu, ki se nanaša na sladkor, ne potrjuje predhodnih raziskav, kjer so prišli do rezultatov, da so hranilne vrednosti, ki izstopajo, kalorije, maščobe in sladkor (Grunert & Wills, 2009b). Čeprav sladkor ni najpomembnejši element izbire živil, je iz analize razvidno (Tabela 7), da se porabniki zavedajo tudi nevarnosti prevelikega uživanja sladkorja, ki vodi k zasvojenosti, kakršno je težko odpraviti. Posledično se poveča tveganje za nastanek določenih bolezni (debelost, bolezni ožilja ipd.).

**H4: Pomembnost pri nakupnem dejavniku hranilna vrednost živil se razlikuje med porabniki moškega in ženskega spola.**

HO (ničelna hipoteza): Pomembnost pri nakupnem dejavniku hranilna vrednost živil se ne razlikuje med porabniki moškega in ženskega spola.

H1 (alternativna hipoteza): Pomembnost pri nakupnem dejavniku hranilna vrednost živil se razlikuje med porabniki moškega in ženskega spola.

S hipotezo sem preverjala povezavo med spolom in dejavnikom nakupa hranilna vrednost živil. Spremenljivka spol vsebuje dve skupini vrednosti, in sicer moški in ženske. V preverjanje hipoteze so bili zajeti 404 anketiranci, od tega 152 moških in 252 žensk. Hipotezo sem preverila s postopkom preverjanja varianc in distribucij odgovorov dveh skupin (moški, ženske) o nakupnem dejavniku hranilna vrednost, in sicer z uporabo t-testa. Pri tem je bila odvisna spremenljivka dejavnik nakupa hranilna vrednost živil, neodvisna spremenljivka pa spol.

Rezultati Levenovega preizkusa enakosti varianc (Tabela 8) kažejo, da velja predpostavka o enakosti varianc ( $P = 0,270$ ), torej sprejemem ničelno hipotezo, da med moškimi in ženskami ne obstajajo razlike pri nakupnem dejavniku hranilna vrednost živil. Pomembnost odločanja pri nakupnem dejavniku hranilna vrednost živil med moškimi in ženskami je statistično značilna ( $P = 0,000$ ).

*Tabela 8: Povezanost med spremenljivkama spol in dejavnikom nakupa hranilna vrednost živil*

| Dejavnik nakupa         | $\bar{x}$ ženske | $\bar{x}$ moški | P vrednost Levenovega testa | P vrednost t-testa |
|-------------------------|------------------|-----------------|-----------------------------|--------------------|
| Hranilna vrednost živil | 3,45             | 3,15            | 0,270                       | 0,000              |

Moja raziskava ne potrjuje predhodnih raziskav, ki so ugotovile, da ženske pri nakupu bolj pogosto preverjajo označbe hranilnih vrednosti kot moški (Stran & Knol, 2013, str. 677) in so pri nakupu bolj zainteresirane za branje hranljivih vrednosti živil kot moški (Cheah et al., 2015; Konttinen et al., 2012; Wade & Kennedy, 2010; Cowburn & Stockley, 2005). Na podlagi rezultatov analize lahko zaključim, da so se v raziskovalnem vzorcu populacije razlike med spoloma pri preverjanju označb hranilnih vrednosti izničile, in da tako moški kot ženske enakovredno preverjajo označbe hranilnih vrednosti živil. Hipotezo 4 tako zavržem.

**H5: Pomembnost pri nakupnem dejavniku hranilna vrednost živil se razlikuje med porabniki z visoko stopnjo izobrazbe in porabniki z nižjo stopnjo izobrazbe.**

HO (ničelna hipoteza): Pomembnost pri nakupnem dejavniku hranilna vrednost živil se ne razlikuje med porabniki z visoko stopnjo izobrazbe in porabniki z nižjo stopnjo izobrazbe.

H1 (alternativna hipoteza): Pomembnost pri nakupnem dejavniku hranilna vrednost živil se razlikuje med porabniki z visoko stopnjo izobrazbe in porabniki z nižjo stopnjo izobrazbe.

S hipotezo sem preverjala povezavo med stopnjo izobrazbe in dejavnikom nakupa hranilna vrednost živil. Spremenljivka izobrazba vsebuje dve skupini vrednosti, in sicer »nižja izobrazba«, kamor sem uvrstila vse anketirance, ki imajo višjo izobrazbo ali manj, ter »visoka izobrazba«, kamor sem uvrstila vse anketirance, ki imajo visoko izobrazbo ali več. V preverjanje hipoteze je bilo zajetih 407 anketirancev, od tega 156 anketirancev z nižjo izobrazbo in 251 anketirancev z visoko izobrazbo. Hipotezo sem preverila s postopkom preverjanja varianc in distribucij odgovorov dveh skupin (nižja izobrazba, visoka izobrazba) o nakupnem dejavniku hranilna vrednost in sicer z uporabo t-testa. Pri tem je bila odvisna spremenljivka dejavnik nakupa hranilna vrednost živil, neodvisna spremenljivka pa stopnja izobrazbe.

Z Levenovim preizkusom enakosti varianc sem ugotovila, da ne velja predpostavka o enakosti varianc, kar prikazuje Tabela 9 in je statistično značilno ( $P = 0,015$ ), da sta varianci obeh skupin različni, oziroma da se skupini različno nakupno obnašata. S statističnim preizkusom torej lahko zavržem ničelno hipotezo in ugotovim, da se pomembnost pri nakupnem dejavniku hranilna vrednost živil razlikuje med porabniki z visoko stopnjo izobrazbe in porabniki z nižjo stopnjo izobrazbe, vendar ta razlika ni statistično značilna ( $P = 0,603$ ).

Ugotovitve moje raziskave so pokazale, da med porabniki obstajajo razlike glede na stopnjo izobrazbe pri dejavniku hranilne vrednosti živil, vendar pa niso statistično značilne, kar pomeni, da hipoteze ne morem potrditi. Rezultati moje raziskave niso enaki predhodnim raziskavam, ki so bile izvedene na tem področju in so pokazale, da je pri porabnikih z višjo stopnjo izobrazbe večja verjetnost uporabe označb hranilne vrednosti živil (Drichoutis et al., 2006, str. 3; Cowburn & Stockley, 2005, str. 23–24). Razlog je lahko v mojem vzorcu, kjer med anketiranci prevladujejo porabniki z visoko stopnjo izobrazbe, saj predstavljajo 60,8 % celotnega vzorca (Priloga 2, Tabela 3).

*Tabela 9: Povezanost med spremenljivkama izobrazba in dejavnikom nakupa hranilna vrednost živil*

| Dejavnik nakupa   | $\bar{x}$ nižja izobrazba | $\bar{x}$ visoka izobrazba | P vrednost Levenovega testa | P vrednost t-testa |
|-------------------|---------------------------|----------------------------|-----------------------------|--------------------|
| Hranilna vrednost | 3,30                      | 3,35                       | 0,015                       | 0,603              |

Če povzamem ključne ugotovitve svoje raziskave, je na podlagi primerjave povprečnih vrednosti pomembnosti dejavnikov pri nakupu posameznih živil analiza raziskave pokazala, da porabnikom hranilna vrednost živil predstavlja pomemben dejavnik, vendar pa ni najpomembnejši pri odločitvi za nakup posameznih živil. Najpomembnejša dejavnika sta okus in datum veljavnosti. Porabniki pri nakupu živil občasno preverijo hranilne vrednosti, kar lahko kaže na dejstvo, da so določeni nakupi za porabnika rutinski in vsakokratno preverjanje hranilnih vrednosti ni potrebno. Glavni razlog, zakaj porabniki preverijo hranilne vrednosti živil, je želja po zdravem načinu življenja.

*Tabela 10: Rezultati raziskave*

|                                                                                                                                                                                                                                                             | Neodvisna spremenljivka                                        | Odvisna spremenljivka                   | Rezultat testa                                                                                                                                     | Hipoteza (potrjena/zavrnjena)                                                                                                         |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------|-----------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>Hipoteza 1: Ozaveščenost porabnikov o zdravem načinu življenja je pozitivno povezana s pomenom, ki ga porabniki pri odločitvah za nakup posameznih živil posvečajo dejavniku hranilna vrednost živil.</b>                                                | Ozaveščenost o zdravem načinu življenja                        | Dejavnik nakupa hranilna vrednost živil | $r = 0,431$<br>$P = 0,000$                                                                                                                         | Potrjena                                                                                                                              |
| <b>Hipoteza 2: Prepričanje porabnikov, ki menijo, da z načinom prehranjevanja lahko preprečijo nastanek določenih bolezni, je pozitivno povezano s pomenom, ki ga pri odločitvah za nakup posameznih živil posvečajo dejavniku hranilna vrednost živil.</b> | Način prehranjevanja lahko prepreči nastanek določenih bolezni | Dejavnik nakupa hranilna vrednost živil | $r = 0,292$<br>$P = 0,000$                                                                                                                         | Potrjena                                                                                                                              |
| <b>Hipoteza 3: Maščoba in sladkor sta najbolj pomembna elementa hranilne vrednosti pri nakupu živil.</b>                                                                                                                                                    | Element hranilne vrednosti (maščoba, sladkor)                  | Dejavnik nakupa hranilna vrednost živil | Element hranilne vrednosti maščoba:<br>$\beta = 0,304$<br>$P = 0,000$<br><br>Element hranilne vrednosti sladkor:<br>$\beta = 0,140$<br>$P = 0,004$ | Potrjena za element hranilne vrednosti živil – maščoba<br><br>Ni sprejeta na vzorčnih podatkih za element hranilna vrednost – sladkor |
| <b>Hipoteza 4: Pomembnost pri nakupnem dejavniku hranilna vrednost živil se razlikuje med porabniki moškega in ženskega spola.</b>                                                                                                                          | Spol                                                           | Dejavnik nakupa hranilna vrednost živil | $P = 0,270$ (Levenov test)<br>$P = 0,000$ (t-test)                                                                                                 | Ni sprejeta na vzorčnih podatkih                                                                                                      |

se nadaljuje

*Tabela 10: Rezultati raziskave (nad.)*

|                                                                                                                                                                            | Neodvisna spremenljivka | Odvisna spremenljivka                   | Rezultat testa                                 | Hipoteza (potrjena/zavrnjena)    |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------|-----------------------------------------|------------------------------------------------|----------------------------------|
| <b>Hipoteza 5: Pomembnost pri nakupnem dejavniku hranilna vrednost živil se razlikuje med porabniki z visoko stopnjo izobrazbe in porabniki z nižjo stopnjo izobrazbe.</b> | Izobrazba               | Dejavnik nakupa hranilna vrednost živil | P = 0,015 (Levenov test)<br>P = 0,603 (t-test) | Ni sprejeta na vzorčnih podatkih |

Na podlagi analize povezav med spremenljivkami in preverjanja posameznih hipotez (Tabela 10) sem potrdila prvo hipotezo, in sicer porabniki, ki so bolj ozaveščeni o zdravem načinu življenja, posvečajo dejavniku nakupa hranilna vrednost živil večji pomen. Ugotovitve moje raziskave so podobne ugotovitvam predhodnih raziskav, ki so ugotovile, da porabniki, ki so bolj ozaveščeni o zdravem načinu življenja preberejo hranilne vrednosti živil (Balasubramanian in Cole, 2002, str. 122), torej da zavedanje o zdravem načinu življenja pozitivno vpliva na odnos do označevanja hranilne vrednosti živil (Sun et al., 2015, str. 11).

Potrdila sem tudi drugo hipotezo, in sicer porabniki, ki menijo, da z načinom prehranjevanja lahko preprečijo nastanek določenih bolezni, posvečajo dejavniku nakupa hranilna vrednost živil večji pomen. Rezultati so podobni ugotovitvam predhodnih raziskav, ki so pokazale, da porabniki bolj uporabljajo označbe na živilih, če menijo, da z načinom prehranjevanja lahko preprečijo bolezni (raka ali srčne bolezni) (Nayga, 2000, str. 18). Porabniki se usmerjajo v bolj zdrav način prehranjevanja tudi z namenom preprečiti nastanek potencialnih bolezni.

Pri nakupu živil se porabniki soočajo s številnimi elementi hranilne vrednosti živil, in sicer so to maščobe, vitamine, beljakovine, vlaknine, sladkor in energijsko vrednost. Rezultati raziskave so pokazali, da sem lahko potrdila hipotezo v delu, da je maščoba najpomembnejši element hranilne vrednosti pri nakupu živil. To potrjuje predhodne raziskave, ki so ugotovile, da porabniki posvečajo največjo pozornost maščobam (Higginson et al., 2002a, str. 95; Garretson & Burton, 2000, str. 223). Nisem pa mogla potrditi hipoteze v delu, da je sladkor najpomembnejši element hranilne vrednosti pri nakupu živil, kar pa so ugotovili v predhodnih raziskavah, ki so bile izvedene v šestih evropski državah, katerih rezultati so pokazali, da so najbolj pogoste informacije, ki jih porabniki pogledajo, poleg maščobe in kalorij tudi sladkorji (Grunert et al., 2010a).

Zavrnila sem hipotezo, da se pomembnost pri nakupnem dejavniku hranilna vrednost živil razlikuje med porabniki moškega in ženskega spola. Moja raziskava ne potrjuje predhodnih raziskav, ki so ugotovile, da ženske pri nakupu bolj pogosto preverjajo označbe hranilnih



vrednosti kot moški (Stran & Knol, 2013, str. 677). Tako moški kot ženske enakovredno preverjajo označbe hranilnih vrednosti živil.

Zavrnila sem tudi hipotezo, da se pomembnost pri nakupnem dejavniku hranilna vrednost živil razlikuje med porabniki z visoko in nižjo stopnjo izobrazbe. Moji rezultati ne morejo potrditi predhodnih raziskav, kjer so ugotovili, da je pri porabnikih z višjo stopnjo izobrazbe večja verjetnost, da bodo uporabljali označbe hranilne vrednosti živil (Drichoutis et al., 2006, str. 3; Cowburn & Stockley, 2005, str. 23–24). Razlog je lahko tudi v mojem vzorcu, kjer med anketiranci prevladujejo porabniki z visoko stopnjo izobrazbe, saj predstavljajo 60,8 % celotnega vzorca (Priloga 2, Tabela 3).

#### **5.4 Omejitve raziskave, priporočila za prihodnje raziskave ter implikacije za trženje in javno politiko**

Prva omejitev raziskave je, da sta za spletno anketo potrebna računalniška pismenost in dostop do interneta, ki je zadnja leta v porastu, vendar pa je med prebivalstvom še zmeraj neenakomerno razporejen. Spletni vzorec tako posledično zajame le določeno populacijo, kar je posledično vprašljivo z vidika reprezentativnosti vzorca. Vzorec v raziskavi je temeljil na mlajši generaciji, ki ima dostop do interneta, ki je bolj izobražena. Starejša generacija nad 50 let je bila v raziskavo vključena v manjšini, zato ne morem trditi, da bi bili rezultati raziskave na celotni populaciji enaki rezultatom raziskave na vzorcu. Prav tako nad samo vsebino vzorca nisem imela nadzora, ker so se anketiranci vključevali v vzorec prostovoljno. Prihodnje raziskave bi lahko izvedli z intervjuji in tako bolje kontrolirali vzorec raziskave.

Naslednja omejitev raziskave je število posameznih dejavnikov za merjenje odnosa porabnikov do označevanja hranilne vrednosti živil. V svoji raziskavi nisem merila znanja o hranilni vrednosti živil ter relacije odnosa do hranilne vrednosti živil in dejanske uporabe hranilne vrednosti živil. Ena od raziskav je pokazala, da ima znanje o hranilni vrednosti živil pozitiven vpliv in ima lahko pomembno vlogo v nakupnem odločanju. Kar je bolj pomembno, pa je to, da kaže, da bi močnejša strategija izobraževanja porabnikov o hranilni vrednosti živil lahko vodila k boljšemu razumevanju označevanja živil in posledično k boljši informiranosti in odgovornosti pri odločitvi o izbiri hrane (Carrillo et al., 2012, str. 6–7). Z vidika celovitega vpogleda v označevanje hranilne vrednosti živil priporočam nadaljnjo raziskavo, ki bi izmerila, koliko ljudje dejansko berejo, uporabljajo in razumejo označbe hranilnih vrednosti živil.

Prihodnje raziskave bi bile še učinkovitejše, če bi v trgovskih centrih, na podlagi metode opazovanja spremljali porabnikovo obnašanje (ali berejo označbe na živilih in koliko časa ter na katere hranilne vrednosti so pozorni) in nato izvedli intervju opazovanih porabnikov takoj po nakupu. Stopnja uporabe informacij o hranilni vrednosti je odvisna tudi od vrste živila (Grunert, Wills, & Fernández-Celemín, 2010b, str. 187). Porabniki lahko ignorirajo hranilne vrednosti na določenih živilih, npr. sladkarijah, ker tovrstna živila predstavljajo

užitek (Balasubramanian & Cole, 2002, str. 123). Zanimivo bi bilo raziskati tudi, ali porabniki, ki imajo znanje o hranilni vrednosti živil, to znanje dejansko pretvorijo v vedenje (Nayga, 2000, str. 105). Ugotoviti tudi, kaj bi lahko vplivalo na spremembo vedenja porabnikov, ki ne berejo označb na živilih, torej kakšni dražljaji bi spodbudili neuporabnike označb živil, da bi spremenili svoje obnašanje (Ranilović & Colić Barić, 2011, str. 119).

Rezultati raziskave so pripeljali tudi do določenih spoznanj, s katerimi si lahko pomagajo tako proizvajalci hrane kot tudi trgovci pri trženju živil. Za trženje so rezultati koristni, saj so na podlagi primerjave povprečnih vrednosti pokazali, da sta najpomembnejša dejavnika pri odločitvi za nakupa posameznih živil okus in datum veljavnosti, sledi jima hranilna vrednost. Rezultati so prav tako pokazali, da je maščoba najbolj pomemben element hranilne vrednosti pri nakupu živil. Ta spoznanja so pomembna za trgovce z vidika trženja njihovih proizvodov skozi različne promocije, kjer bi lahko izpostavili hranilne vrednosti živil, predvsem pa izpostavili nizko vsebnost maščob. Te informacije so lahko tudi signal proizvajalcem, da so hranilne vrednosti živil porabnikom pomembne, zato bi morali strmeti k temu, da so označbe na živilih čim bolj vidne in jih postavljati v ospredje.

Z vidika segmentacije pa rezultati raziskave kažejo, da porabniki, ki so bolj ozaveščeni o zdravem načinu življenja, posvečajo dejavniku hranilna vrednost živil večji pomen. Prav tako tudi porabnikom, ki menijo, da z načinom prehranjevanja lahko preprečijo nastanek določenih bolezni. Te informacije so lahko koristne za proizvajalce pri odločanju za izdelke, kjer poudarjajo prehranske in zdravstvene trditve, saj jih lahko ponudijo ciljni skupini.

Za javno politiko so lahko rezultati raziskave uporabni, ker kažejo, da porabniki, ki so bolj ozaveščeni o zdravem načinu življenja, posvečajo dejavniku nakupa hranilna vrednost živil večji pomen. Rezultati raziskave so tudi pokazali, da je glavni razlog, zakaj porabniki preverijo hranilne vrednosti živil, želja po zdravem načinu življenja. Na podlagi primerjave povprečnih vrednosti pomembnosti dejavnikov pri nakupu posameznih živil je porabnikom najbolj pomemben dejavnik okus, sledita datum veljavnosti in hranilna vrednost. To kaže, da je porabnikom hranilna vrednost živil pomemben dejavnik, ni pa najpomembnejši pri nakupu. Javna politika trenutno izvaja številne uspešne aktivnosti na področju ozaveščanja porabnikov o zdravem načinu prehranjevanja, kot je ukrep za lažje in boljše razumevanje prehranskih informacij ter informacij o označevanju živil (Resolucija o nacionalnem programu o prehrani in telesni dejavnosti za zdravje 2015-2025, 2015). Z namenom še boljše ozaveščenosti porabnikov so možne aktivnosti tudi skozi vključevanje v kampanje, ki bodo še bolje komunicirale hranilne vrednosti na bolj enostaven in razumljiv način. Pomembno je, da to razume večina populacije.

## **SKLEP**

Vedenje porabnikov je del splošnega človekovega vedenja, ki je odvisen od situacije, v kateri se posameznik nahaja, in sicer različne sile iz okolja, ki na posameznika delujejo,

vloge, ki jih ta prevzema glede na svoje aktivnosti, ter stališča in znanja, ki so potrebna, da aktivnosti opravi (Možina et al., 2012, str. 55–57). Okolje, v katerem danes porabniki delujejo, se hitro spreminja (Možina et al., 2012, str. 257); digitalna revolucija je eno od najpomembnejših dejavnikov vpliva na vedenje porabnikov in njen vpliv se je z uporabo interneta še povečal (Možina et al., 2012, str. 66). Nova tehnologija spreminja nakupni proces, saj porabnik skozi mobilno aplikacijo kupi izdelek kjer koli in kadar koli, kjer je internetna povezava, nakup pa dostavijo porabniku na dom ali porabnik izdelek prevzame v trgovini. Porabniku ni treba biti fizično prisoten v trgovini, da opravi nakup (Pantano & Priporas, 2016, str. 551).

Posamezne stopnje nakupnega odločanja, ki je pomemben del vedenja porabnikov, lahko apliciramo na označbe hranilnih vrednosti živil. Porabnik mora biti izpostavljen in mora zaznati tudi označbe na živilih, če želimo, da imajo učinek. Sledi razumevanje označb, kjer je vpliv znanja o prehrani ključen (Grunert et al., 2010a, str. 262). Na osnovi razumevanja označb porabnik lahko uporabi znanje o označbah, da lahko sklepa, kako zdrav je proizvod in skupaj z ostali informacijami vpliva na vrednotenje in odločitev za nakup (Grunert et al., 2010b, str. 178).

Na zaznavanje, razumevanje in uporabo označevanja hranilne vrednosti živil vplivajo psihološko-socialni, zunanji in demografski dejavniki uporabe označevanja hranilne vrednosti živil (Visschers et al., 2013, str. 71). Poleg omenjenih dejavnikov je pomemben tudi porabnikov odnos do označevanja hranilne vrednosti živil in njegovo razumevanje označbe hranilne vrednosti živil ter kako vizualno zazna označbe na živilih (Visschers et al., 2013, str. 71).

Čezmerna telesna teža in debelost predstavljata velik problem tako v Sloveniji kot tudi v Evropi. Razširjenost kronično nalezljivih bolezni narašča (Hossain et al., 2007, str. 213). Nepravilen način prehranjevanja, kjer ni ravnovesja med energijskim vnosom in porabo, je glavni vzrok debelosti in čezmerne hranjenosti (Hlastan Ribič & Kranjc, 2014, str. 50). Zaradi stanja sta se povečala tudi skrb in interes porabnikov za povezavo med načinom prehranjevanja in zdravjem skozi ustrezno izbiro prehrane, saj s tem lahko prispevajo k preprečevanju nekaterih bolezni in prezgodnje smrti (Gracie et al., 2007, str. 172).

Za obliko označb na živilih je pričakovano, da ima velik vpliv predvsem z vidika oskrbe z informacijami (Grunert & Wills, 2007, str. 388). Označevanje živil je ena od najbolj pomembnih instrumentov za promocijo zdravih prehranskih navad (Cannoosmay, Pugo-Gunsam & Jeewon, 2014, str. 334). Porabniki si želijo prikaz, ki vsebuje celovite informacije o živilu, z označbo privlačnega videza, predstavljeno na enostaven in berljiv način. Oblika označbe na živilih, ki je bolj privlačna, in dodatne informacije bi lahko motivirale porabnike, da označbe berejo (Ranilović & Colić Barić, 2011, str. 119).

Označevanje hranilne vrednosti živil je torej pomembno, ker porabnikom omogoča informacije, na podlagi katerih lahko izbere bolj zdravo hrano (Drichoutis et al., 2008, str. 293). Glavni namen označevanja živil je ozaveščanje porabnikov. Poznavanje obnašanja porabnikov ni pomembno samo za proizvajalce hrane, ampak tudi za zakonodajalce, ker je to gonilna sila za ureditev preskrbe s hrano (Carrillo et al., 2012, str. 1). V Sloveniji se je oblikoval tudi Nacionalni program o prehrani in telesni dejavnosti za zdravje 2015–2025 s ciljem spodbujati zdravo prehranjevanje in redno telesno dejavnost. Znotraj programa potekajo aktivnosti, kako oblikovati pristope, ki bodo omogočili lažje in boljše razumevanje informacij o označevanju živil na splošno (Resolucija o nacionalnem programu o prehrani in telesni dejavnosti za zdravje 2015-2025, 2015).

Zakonodaja, ki ureja področje hranilne vrednosti živil, je Uredba 1169/2011, ki se je začela uporabljati decembra 2014, določbe, ki bodo opredeljevale obvezno označbo hranilne vrednosti živil, pa se bodo pričele uporabljati decembra 2016 (Ur. l. EU, 1169/2011). Sprememba zakonodaje kaže na povečan interes tudi zakonodajalca, ki želi porabnikom zagotoviti jasne in dosledne informacije ter večjo ozaveščenost glede zdravega načina prehranjevanja.

Tudi drugi udeleženci so pomembni pri promociji zdravega načina življenja. Inštitut za nutricionistiko je v sodelovanju z Biotehniško fakulteto in Ekonomsko fakulteto v Ljubljani leta 2015 pričel izvajati projekt »Simboli na živilih kot orodje potrošnikom za lažjanje izbire zdravju koristnih živil«, kjer proučujejo izzive, kako vzpostaviti dodatno prostovoljno označevanje živil na nacionalni ravni (Nov raziskovalni projekt »Simboli na živilih kot orodje potrošnikom za lažjanje izbire zdravju koristnih živil«, 2015).

Posledično je povečano zanimanje porabnikov za prehrano in zdravo hrano povzročilo tudi pritisk na proizvajalce hrane, da spremenijo njihove označbe, pakiranje in komunikacijske strategije (Souiden et al., 2013, str. 267). Veliko porabnikov želi kupiti bolj zdravo hrano, trgovci so se odzvali z označevanjem živil na sprednjem delu z namenom pomagati porabnikom, da lažje zaznajo bolj zdrave alternative na policah (Newman et al., 2014, str. 22).

Povečalo se je povpraševanje tudi po višji kakovosti produktov in več informacijah zato je zaupanje v kakovost lahko priložnost za podjetja, da zgradijo konkurenčno prednost. Da bi jo pridobili, porabnikom ponudijo diferencirano kakovost živilskih proizvodov (skozi označevanje živil) z zahtevanimi informacijami in s tem omogočijo porabnikom bolj informirano izbiro hrane (Gracia & De Magistris, 2016, str. 39). To je ustvarilo donosen trg za celoten nabor novih produktov, t. i. funkcionalne hrane (Arvanitoyannis & Van Houwelingen–Koukaliaroglou, 2005, str. 385).

V moji raziskavi sem zajela vzorec 448 anketirancev, med katerimi je 427 končalo anketo in 21 delno izpolnilo anketo. V anketo je bilo vključenih 267 anketirancev ženskega spola,

kar predstavlja 63,4 % anketiranih, in 154 anketirancev moškega spola, to je 36,6 % anketiranih. Na podlagi starostne strukture je bilo največ anketirancev starih od 31 do 40 let (45 %), najmanj pa v starostni skupini 61 let in več (2,3 %). Z vidika izobrazbe je vzorec vključeval visoko izobražene anketirance, saj je imelo 71,4 % anketirancev višjo izobrazbo in več. V veliki večini so bili anketiranci zaposleni (88,4 %), dijaki in študentje (4 %) ter upokojenci (3 %) pa so predstavljali majhen delež.

Na podlagi primerjave povprečnih vrednosti pomembnosti dejavnikov pri nakupu posameznih živil je analiza raziskave pokazala, da je porabnikom najbolj pomemben dejavnik okus, sledita datum veljavnosti in hranilne vrednosti. To kaže, da je porabnikom hranilna vrednost živil pomemben dejavnik, pri čemer jo pri nakupu živil občasno preverijo, kar lahko kaže na dejstvo, da so določeni nakupi za porabnika rutinski in vsakokratno preverjanje hranilnih vrednosti ni potrebno. Glavni razlog, zakaj porabniki preverijo hranilne vrednosti živil, je želja po zdravem načinu življenja.

Empirična raziskava je pokazala, da lahko potrdim prvo hipotezo, da porabniki, ki so bolj ozaveščeni o zdravem načinu življenja, posvečajo dejavniku nakupa hranilni vrednosti živil večji pomen. To je pomembno tudi za trgovce in proizvajalce hrane, ker je to primerna ciljna skupina, ki ji lahko skozi označevanje živil poudarijo promocijo zdravega načina prehranjevanja. Prav tako sem lahko potrdila drugo hipotezo, in sicer je porabnikom, ki menijo, da z načinom prehranjevanja lahko preprečijo nastanek določenih bolezni, posvečajo dejavniku nakupa hranilne vrednosti živil večji pomen. Ti rezultati so pomembni predvsem za zdravstvene izjave, ki jih nosijo označbe živil.

Porabniki se pri nakupu živil soočajo s številni elementi hranilnih vrednosti, in sicer so to maščobe, vitamini, beljakovine, vlaknine, sladkor in energijska vrednost. Pri pomembnosti posameznih elementov hranilnih vrednosti sem na podlagi predhodnih empiričnih raziskav tudi v svoji raziskavi predpostavila, da sta maščoba in sladkor najpomembnejša elementa hranilne vrednosti pri nakupu živil. Rezultati so pokazali, da to velja za maščobe, ne velja pa za sladkor. Sladkor je na tretjem mestu, kar še zmeraj kaže na pomembnost sladkorja kot hranila, ki ga porabniki preverjajo.

V raziskavi sem proučila tudi, ali se pomembnost pri nakupu dejavnika hranilna vrednost živil razlikuje glede na socio-demografska dejavnika spol in izobrazbo. Analiza raziskave je pokazala, da ni statistično značilnih razlik pri dejavniku izbire hranilna vrednost živil med moškimi in ženskami. To pomeni, da je dejavnik hranilna vrednost živil pri nakupu živil pomemben tako moškim kot ženskam. Pri izobrazbi prav tako nisem mogla potrditi hipoteze, saj so rezultati pokazali, da obstajajo razlike med porabniki z visoko in porabniki z nižjo stopnjo izobrazbe, vendar pa niso obstajale statistično značilne razlike na mojem vzorcu: vzrok je verjetno v tem, da je vključeval večje število izobraženih kot manj izobraženih anketirancev.

Način prehranjevanja se razvija skozi čas, na katerega vplivajo številni dejavniki in zapletene povezave med njimi. Dohodek, cena hrane (vplivajo na razpoložljivost in dostopnost zdrave hrane), individualne želje in prepričanja, kultura, pa tudi geografski, okoljski, družbeni in ekonomski dejavniki so medsebojno kompleksno povezani in oblikujejo prehranske vzorce posameznikov. Zato je pomembno spodbujanje zdrave prehrane skupaj s sistemom prehranjevanja, ki spodbuja raznovrstno, uravnoteženo in zdravo prehrano in vključuje sodelovanje več področij, tudi politike ter javnih in zasebnih sektorjev. Vlada ima osrednjo vlogo pri oblikovanju okolja z zdravo prehrano, ki porabnikom omogoča sprejeti in vzdrževati zdrave prehranske vzorce (Healthy diet, 2016).

Za boljše prehranjevalne navade ter ohranjanje in krepitev zdravja porabnikov lahko torej pripomoremo z ustreznimi ukrepi politike, kot tudi sodelovanjem prehranskih strokovnjakov, pridelovalcev hrane in živilskopredelovalne industrije. Cilje dosegamo tudi z mediji, kjer skozi ciljno promocijo in izobraževanjem o zdravem načinu prehranjevanja porabnike obveščamo in usmerjamo k boljšim prehranjevalnim navadam (Hlastan Ribič & Kranjc, 2014, str. 44). S svojo empirično raziskavo in pregledom znanstvene in strokovne literature z obravnavanega področja sem pripomogla k razumevanju odnosa porabnikov do označevanja hranilne vrednosti živil.



## LITERATURA IN VIRI

1. *Kaj je paleo način prehranjevanja?*. Najdeno 20. maja 2016 na spletnem mestu <http://www.aktivni.si/prehrana/diete/kaj-je-paleo-nacin-prehranjevanja/>
2. *So ti prehranski trendi res tako zdravi?*. Najdeno 20. maja 2016 na spletnem mestu <http://www.aktivni.si/prehrana/zdrava-prehrana/6-prehranskih-trendov-zdravi-ali-nevarni/>
3. Annunziata, A., Pomarici, E., Vecchio, R., & Mariani, A. (2016). Nutritional information and health warnings on wine labels: Exploring consumer interest and preferences. *Appetit*, 1-12.
4. Arvanitoyannis, I. S., & Van Houwelingen-Koukaliaroglou, M. (2005). Functional Foods: A Survey of Health Claims, Pros and Cons, and Current Legislation. *Critical Reviews in Food Science and Nutrition*, 45(5), 385-404.
5. Balasubramanian, S. K., & Cole, C. (2002). Consumers' Search and Use of Nutrition Information: The Challenge and Promise of the Nutrition Labeling and Education Act. *Journal of Marketing*, 66(3), 112-127.
6. Baltas, G. (2001). Nutrition labelling: issues and policies. *European Journal of Marketing*, 35(5/6), 708-721.
7. *Pearsonov koeficient korelacije*. Najdeno 15. maja 2016 na spletnem mestu <http://www.benstat.si/blog/pearsonov-koeficient-korelacije>
8. *Zakaj stopnja značilnosti v višini 0,05?*. Najdeno 15. maja 2016 na spletnem mestu <http://www.benstat.si/blog/zakaj-stopnja-znacilnosti-v-visini-005>
9. Blackwell, R. D., Miniard, P. W., & Engel, J. F. (2001). *Consumer behavior* (9<sup>th</sup> edition). Fort Worth: Harcourt College Publ.
10. Branca, F., Nikogosian, H., & Lobstein, T. (2007). The challenge of obesity in the WHO European Region and the strategies for response. World Health Organization, Denmark. Najdeno 2. maja na spletnem mestu [http://www.euro.who.int/\\_\\_data/assets/pdf\\_file/0008/98243/E89858.pdf](http://www.euro.who.int/__data/assets/pdf_file/0008/98243/E89858.pdf)
11. Božič Marolt, J., & Jereb, J. (2006). Kako se spreminja nakupno obnašanje Slovencev. Najdeno 4. aprila 2016 na spletnem naslovu <http://www.dmslo.si/media/mkf-mediana-16-marketinski-fokus-dms.pdf>
12. Bregar, L., Ograjenšek, I., & Bavdaž, M. (2005). *Metode raziskovalnega dela za ekonomiste: Izbrane teme*. Ljubljana: Ekonomska fakulteta.
13. Bushra, A. (2015). Consumer culture and post-purchase behavior. *The Journal of Developing Areas*, 49(6), 15-24.
14. Commission of the European Communities (2007). White paper on a strategy for Europe on Nutrition, Overweight and Obesity related health issues. Najdeno 20. maja 2016 na spletnem naslovu [http://ec.europa.eu/health/archive/ph\\_determinants/life\\_style/nutrition/documents/nutrition\\_wp\\_en.pdf](http://ec.europa.eu/health/archive/ph_determinants/life_style/nutrition/documents/nutrition_wp_en.pdf)
15. Čerňič, M., & Makarovič, M. (2008, oktober). Raziskava javnega mnenja o odnosu državljanov do označevanja hranilne vrednosti na prehramnih izdelkih in do živil iz



gensko spremenjenih organizmov. Najdeno 24. aprila 2016 na spletnem naslovu [http://www.mz.gov.si/fileadmin/mz.gov.si/pageuploads/mz\\_dokumenti/delovna\\_podrocja/javno\\_zdravje/pavcic/Poroc\\_ilo\\_preh\\_vred\\_in\\_gso031108.pdf](http://www.mz.gov.si/fileadmin/mz.gov.si/pageuploads/mz_dokumenti/delovna_podrocja/javno_zdravje/pavcic/Poroc_ilo_preh_vred_in_gso031108.pdf)

16. Carrillo, E., Varela, P., & Fiszman, S. (2012). Influence of Nutritional Knowledge on the Use and Interpretation of Spanish Nutritional Food Labels. *Journal of food Science*, 77(1), 1-8.
17. Cannoosamy, K., Pugo-Gunsam, P., & Jeewon, R. (2014). Consumer Knowledge and Attitudes Toward Nutritional Labels. *Journal of Nutrition Education and Behaviour*, 46(5), 334-340.
18. Charoensettasilp, S., & Wu, C. (2014). Thai Consumer's Expectations and Satisfaction of Services Obtained from Domestic Low-cost Airlines. *Journal of Applied Sciences*, 14(1), 1-9.
19. Cheah, Y. K., Moy, F. M., & Loh, D. A. (2015). Socio-demographic and lifestyle factors associated with nutrition label use among Malaysian adults. *British Food Journal*, 117(11), 2777-2787.
20. Chen, S., Chen, H., & Wang, H. (2010). Do health claims matter for Consumer Preference on tea beverage? Experimental evidence from Taiwan. *1<sup>st</sup> Joint EAAE/AAEA Seminar "The Economics of Food, Food Choice and Health"*. Freising, Germany, September 15-17.
21. Cowburn, G., & Stockley, L. (2005). Consumer understanding and use of nutrition labelling: a systematic review. *Public Health Nutrition*, 8 (1), 21-28.
22. Damjan, J., & Možina, S. (2002). *Obnašanje potrošnikov*. Ljubljana: Ekonomska fakulteta.
23. Darian, J. C., & Tucci, L. (2011). Perceived health benefits and food purchasing decisions. *Journal of Consumer Marketing*, 28(6), 421-428.
24. Dennis, C., Alamanos, E., Papagiannidis, S., & Bourlakis, M. (2016). Does social exclusion influence multiple channel use? The interconnections with community, happiness, and well-being. *Journal of Business Research*, 69(3), 1061-1070.
25. Drichoutis, A. C., Lazaridis, P., Nayga, M. R., Kapsokefalou, M., & Chryssochoidis, G. (2008). A theoretical and empirical investigation of nutritional label use. *The European Journal of Health Economics: HEPAC*, 9(3), 293-304.
26. Drichoutis, A. C., Lazaridis, P., & Nayga, M. R. (2006). Consumers' use of nutritional labels: A review of research studies and issues. *Academy of Marketing Science Review*, 9, 1-22.
27. Fayrene, C., & Lee, G.C. (2011). Customer based brand equity: A literature review. *Researchers World – Journal of Arts, Science & Commerce*, 2(1), 33-42.
28. *Aims and objectives*. Najdeno 23. aprila 2016 na spletnem mestu <http://flabel.org/en/About-FLABEL/Aims-and-objectives/>
29. *Introducing FLABEL*. Najdeno 25. maja 2016 na spletnem mestu [http://flabel.org/en/upload/EUFIC\\_FLABEL\\_ResultsFlyer.pdf](http://flabel.org/en/upload/EUFIC_FLABEL_ResultsFlyer.pdf)
30. Gabrijelič Blenkuš, M., Gregorič, M., Tivadar, B., Koch, V., Kostanjevec, S., Fajdiga Turk, V., Žalar, A., Lavtar, D., Kuhar, D., & Rozman, U. (2009). Prehrabene navade

- odraslih prebivalcev Slovenije z vidika varovanja zdravja. Inštitut za varovanje zdravja Republike Slovenije. Najdeno 24. aprila 2016 na spletnem naslov [http://www.nijz.si/sites/www.nijz.si/files/datoteke/document\\_0.pdf](http://www.nijz.si/sites/www.nijz.si/files/datoteke/document_0.pdf)
31. Garretson, J. A., & Burton, S. (2000). Effects of Nutrition Facts Panel Values, Nutrition Claims, and Health Claims on Consumer Attitudes, Perceptions of Disease-Related Risks, and Trust. *Journal of Public Policy & Marketing*, 19(2), 213-227.
  32. Gracia, A., & De Magistris, T. (2016). Consumer preferences for food labeling: What ranks first? *Food Control*, 61, 39-46.
  33. Gracia, A., Loureiro, M., & Nayga, R. M. (2007). Do consumers perceive benefits from the implementation of a EU mandatory nutritional labelling program? *Food policy*, 32, 160-174.
  34. Grewal, D., & Levy, M. (2009). Emerging issues in retailing research. *Journal of Retailing*, 85(4), 522-526.
  35. Grunert, K. G., Wills, J., Fernárdez-Celemín, L., Lähtenmäki, L., Scholderer, J., & Storcksdieck, S. (2012). Socio-demographic and attitudinal determinants of nutrition knowledge of food shoppers in six European countries. *Food Quality and Preference*, 26(2), 166-177.
  36. Grunert, K. G., Fernárdez-Celemín, L., Wills, J. M., Storcksdieck, S., & Nureeva, L. (2010a). Use and understanding of nutrition information on food labels in six European countries. *Journal of Public Health*, 18(3), 261-277.
  37. Grunert, K. G., Wills, J. M., & Fernárdez-Celemín, L. (2010b). Nutrition knowledge, and use and understanding of nutrition information on food labels among consumer in the UK. *Appetite*, 55(2), 177-189.
  38. Grunert, K. G., Lähtenmäki, L., Boztug, Y., Martinsdóttir, E., Ueland, O., Aström A., & Lampila, P. (2009a). Perception of Health Claims among Nordic Consumers. *Journal of Consumer Policy*, 32(3), 269-287.
  39. Grunert, K. G., & Wills, J. M. (2009b, oktober). Nutrition labelling and the European Consumer. 19<sup>th</sup> International Congress of nutrition. Najdeno na spletnem mestu 23. aprila 2016 [http://www.nutritionthailand.or.th/upload/docpath/s56\\_3.pdf](http://www.nutritionthailand.or.th/upload/docpath/s56_3.pdf)
  40. Grunert, K. G., & Wills, J. M. (2007). A review of European research on consumer response to nutrition information on food labels. *Journal of Public Health*, 15(5), 385-399.
  41. Gialitakis, G., & Chryssochoidis, G. (2006). Schoolchildren's understanding of food labels. *Young Consumers: Insight and Ideas for responsible Marketers*, 7(4), 19-15.
  42. Hossain, P., Kavar, B., & El Nahas, M. (2007). Obesity and Diabetes in the Developing World – A Growing Challenge. *The New England Journal of Medicine*, 356(3), 213-215.
  43. Hess, R., Visschers V., & Siegrist, M. (2011). The role of health-related, motivational and sociodemographic aspects in predicting food label use: a comprehensive study. *Public Health Nutrition*, 15(3), 407-414.
  44. Hudson Institute. (2011). Better-For-You Foods: It's Just Good Business. Najdeno 2. marca 2016 na spletnem naslovu

<http://www.hudson.org/content/researchattachments/attachment/943/bfyfoodsexecutivesummary.pdf>

45. Higginson, C. S., Rayner, M. J., Draper, S., & Kirk, T. R. (2002a). The nutrition label- which information is looked at?. *Nutrition & Food Science*, 32(3), 92-99.
46. Higginson, C. S., Rayner, M. J., Draper, S., & Kirk, T. R. (2002b). How do consumers use nutrition label information?. *Nutrition & Food Science*, 32(4), 145-152.
47. Hirogaki, M. (2013). Estimating Consumers' Willingness to Pay for Health Food Claims: A Conjoint Analysis. *International Journal of Innovation, Management and Technology*, 4(6), 541-546.
48. Hlastan Ribič, C., & Kranjc v M. Tomšič, S., Kofol Bric, T., Korošec, A., & Maučec Zakotnik, J. (2014). Izzivi v izboljševanju vedenjskega sloga in zdravja – Desetletje CINDI raziskav v Sloveniji. Ljubljana: Nacionalni inštitut za javno zdravje.
49. *Nov raziskovalni projekt »Simboli na živilih kot orodje potrošnikom za lažjanje izbire zdravju koristnih živil«*. Najdeno 23. maja 2016 na spletnem naslovu <http://www.nutris.org/novice/241-nov-raziskovalni-projekt-simboli-na-zivilih-kot-orodje-potrosnikom-za-lajsanje-izbire-zdravju-koristnih-zivil.html>
50. Jacobs, S. A., De Beer, H., & Larney, M. (2010). Adult consumers understanding and use of information on food labels: a study among consumers living in the Potchefstroom and Klerksdorp regions, South Africa. *Public Health Nutrition*, 14(3), 520-522.
51. Kang, J.-Y. M., Mun, J. M., & Johnson, K. K. P. (2015). In-store mobile usage: downloading and usage intention toward mobile location-based retail apps. *Computers in Human Behavior*, 46, 210-217.
52. Kim, J., Park E. A., & Kim, H. (2016). Effect of product presentation order and purchase and purchase quantity on consumers' additional purchase behavior. *Social Behavior and Personality*, 44(2), 283-298.
53. Kim, S. Y., Nayga, R. M., & Capps, O. (2001). Food Label Use, Self-Selectivity, and Diet Quality. *The Journal of Consumer Affairs*, 35(2), 346-363.
54. Londre, L. S. (2007). Nine P's of Marketing. Najdeno 20. maj 2016 na spletnem naslovu <http://www.nineps.com/#>
55. Konttinen, H., Sarlio-Lähteenkorva, S., Silventoinen, K., Männistö, S., & Haukkala, A. (2012). Socio-economic disparities in the consumption of vegetables, fruit and energy-dense foods: the role of motive priorities. *Public Health Nutrition*, 16(5), 873-882.
56. Korenjak, A. (2010). Regresijska analiza. (diplomsko delo). Najdeno 7. julij 2016 na spletnem naslovu <https://dk.um.si/Dokument.php?id=15101>
57. Kotler, P. (2004). *Management trženja*. GV Založba: Ljubljana.
58. Kotler, P., & Keller, K. L. (2012). *Marketing Management*. USA: Prentice Hal.
59. Kovačič, M. (2016). On-line slovarček statističnih pojmov - Osnovna statistična analiza. Najdeno 15. junija 2016 na spletnem naslovu <http://www.ljudmila.org/matej/statistika/mva.html>

60. Lin, C. H., Lin, H. C., & Lee, S. H. (2011). The influence of health-related information on variety-seeking behavior. The moderating roles of mood states and gender. *British Food Journal*, 113(11), 1379-1391.
61. Marinelli N., Simeone M., & Scarpato D. (2015). Does quality really matter? Variables that drive postmodern consumer choices. *Nutrition & Food Science*, 45 (2), 255-269.
62. Mendez, J. L., Oubina, J., & Rubio, N. (2011). The relative importance of brand-packaging, price and taste in affecting brand preferences. *British Food Journal*, 113 (10), 1229-1251.
63. *Kakšna je razlika med eko jabolki, bio rozinami, organsko kavo in konvencionalnimi živili?*. Najdeno 28. maja 2016 na spletnem naslovu <http://blog.lokalna-kakovost.si/eko-bio-organsko-konvencionalno-zivilo/>
64. Ministrstvo za zdravje. (2015). Resolucija o nacionalnem programu o prehrani in telesni dejavnosti za zdravje 2015-2025. Najdeno 3. maja 2016 na spletnem naslovu [http://www.mz.gov.si/fileadmin/mz.gov.si/pageuploads/javno\\_zdravje\\_2015/resolucija\\_preh\\_gib/ReNPPTDZ\\_resolucija\\_o\\_prehrani\\_in\\_gibanju\\_150715.pdf](http://www.mz.gov.si/fileadmin/mz.gov.si/pageuploads/javno_zdravje_2015/resolucija_preh_gib/ReNPPTDZ_resolucija_o_prehrani_in_gibanju_150715.pdf)
65. Možina, S., Tavčar, M., & Zupančič, V. (2012): *Vedenje potrošnikov in tržnikov*, Maribor: Založba Pevec.
66. Nayga, R. M. (2000). Nutrition Knowledge, Gender and Food Label Use. *The Journal of Consumer Affairs*, 34(1), 97-112.
67. Newman, C., Howlett, E., & Burton S. (2014). Shopper Responsive to Front-of-Package Nutrition Labeling Programs: Potential Consumer and Retail Store Benefits. *Journal of Retailing*, 90(1), 13-26.
68. Pantano, E., & Di Pietro, L. (2012). Understanding Consumer's Acceptance of Technology-Based Innovations in Retailing. *Journal of Technology, Management & Innovation*, 7(4), 1-19.
69. Pantano, E. (2014). Innovation drivers in retail industry. *Journal of Information Management*, 34(4), 344-350.
70. Pantano, E., & Viassone, M. (2014). Demand-pull and technology push perspective in technology-based innovations for the points of sale: The retailers' evaluation. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 21(1), 43-47.
71. Pantano, E., & Priporas, C. V. (2016). The effect of mobile retailing on consumers' purchasing experiences: A dynamic perspective. *Computer in Human Behavior*, 61, 548-555.
72. Pravst, I., Kušar, A., Pohar, J., & Klopčič, M. (2013). Prehranske in zdravstvene trditve na živilih: zaključno poročilo o rezultatih opravljenega raziskovalnega dela na projektu Prehranske in zdravstvene trditve na živilih. *Inštitut za nutricionistiko*. Najdeno 28. maja 2016 na spletnem mestu [http://www.uvhvvr.gov.si/si/delovna\\_podrocja/zivila/prehranske\\_in\\_zdravstvene\\_trditve/](http://www.uvhvvr.gov.si/si/delovna_podrocja/zivila/prehranske_in_zdravstvene_trditve/)
73. Peter, P. J., & Olson, C. J. (2008). *Consumer Behavior and Marketing Strategy*. New York: McGraw-Hill.

74. Petrovici, D., Fearne, A., Nayga, R. M., & Drolas, D. (2012). Nutritional knowledge, nutritional labels, and health claims on food. A study of supermarket shoppers in the South East of England. *British Food Journal*, 114(6), 768-783.
75. Pravilnik o označevanju hranilne vrednosti živil. *Uradni list RS* št. 60/2002.
76. *Predlog Uredbe Evropskega Parlamenta in Sveta o zagotavljanju informacij o živilih potrošnikov, Komisija Evropski Skupnosti*. Najdeno 22. maja na spletnem naslovu <http://eur-lex.europa.eu/legal-content/SL/TXT/PDF/?uri=CELEX:52008PC0040&from=EN>
77. Ranilović, J., & Colić Barić, I. (2011). Differences between younger and older populations in nutrition label reading habits. *British Food Journal*, 113 (1), 109-121.
78. Rodriguez, J. C. (b.l.). Eating habits. Najdeno 3. April 2016 na spletnem naslovu <http://www.faqs.org/nutrition/Diab-Em/Eating-Habits.html>
79. Souiden, N., Abdelaziz, F. B., & Fauconnier, A. (2013). Nutrition labelling: employing consumer segmentation to enhance usefulness. *Journal of Brand Management*, 20(4), 267-282.
80. Sun, P., Huang, H., & Chu, F. (2015). Factors instead of demographic characteristics related to nutrition label use. *British Food Journal*, 117(12), 1-24.
81. Senthilnathan, S., & Tharmi, U. (2012). The Relationship of Brand Equity to Purchase Intention. *Journal of Marketing Management*, 11(2), 7-26.
82. Solomon M., Bamossy G., & Askegaard S. (1999). *Consumer behavior. A European Perspective*. New Jersey: Prentice Hall Inc.
83. Solomon M., Bamossy G., Askegaard S., & Hogg, M. K. (2006). *Consumer behavior: A European Perspective*. New Jersey: Prentice Hall Inc.
84. Stran, K. A., & Knol, L. L. (2013). Determinants of Food Label Use Differ by Sex. *Journal of the academy of nutrition and dietetics*, 113(5), 673-679.
85. Stuart, S. A. (2010). The relationships between mandatory and other food label information. *British Food Journal*, 112(1), 21-31.
86. Sun, P. C., Huang, H. L., & Chu, F. Y. (2015). Factors instead of demographic characteristics related to nutrition label use. *British Food Journal*, 177(12), 1-25.
87. Townsend, C., & Sood, S. (2013). Self-affirmation through the choice of highly aesthetic products. *Journal of Consumer Research*, 39, 415-428.
88. Uredba o dodajanju vitaminov, mineralov in nekaterih drugih snovi živilom. *Uradni list EU*, št. 1925/2006.
89. Uredba o izvajanju uredbe (EU) o zagotavljanju informacij o živilih potrošnikom. *Uradni list RS*, št. 6/2014.
90. Uredba o prehranskih in zdravstvenih trditvah na živilih. *Uradni list EU*, št. 1924/2006.
91. Uredba o zagotavljanju informacij o živilih potrošnikom. *Uradni list EU*, št. 1169/2011.
92. Van Bommel E., Edeiman D., & Ungerman K. (2014, junij). Digitizing the consumer decision journey. *McKinsey & Company*. Najdeno 14. februar 2016 na spletnem



- naslovu <http://www.mckinsey.com/business-functions/marketing-and-sales/our-insights/digitizing-the-consumer-decision-journey.html>.
93. Van Herpen, E., & Van Trijp H.C.M. (2011). Front-of-pack nutrition labels. The effect on attention and choices when consumers have varying goals and time constraints. *Appetite*, 57(1), 148-160.
  94. Verbeke, W. (2000). Influences on the consumer decision-making process towards fresh meat. Insights from Belgium and implications. *British Food Journal*, 102(7), 522-538.
  95. Vida, I., & Kos Koklič, M. (2010). Nakupni proces, odločanje končnih porabnikov in vpliv situacije/priložnosti nakupa. *Vedenje porabnikov* (str. 195-214). Ljubljana: Ekonomska fakulteta.
  96. Visschers V. H. M., Hartmann C., Leins-Hess R., Dohle S., & Siegrist M. (2013). A consumer segmentation of nutrition information use and its relation to food consumption behavior. *Food Policy*, 42, 71-80.
  97. Wade, S., & Kennedy, O. B. (2010). Does gym use impact upon nutritional knowledge? *British Food Journal*, 112(1), 44-54.
  98. Wasowicz Kurylo, G., & Stysko Kunkowska, M. (2011). Attributes of nutritional information labelling that determine attractiveness of labels and correctness of inferences made about food healthfulness. *Procedia – Social and Behavioral Sciences*, 30, 722-728.
  99. Wills, J. M., Grunert, K. G., Celemin, L. F., & Storcksdieck, S. (2009). Do European consumers use nutrition labels? *Agrofood Industry hi-tech*, 20(5), 60-62.
  100. *Global Strategy on Diet, Physical Activity and Health*. Najdeno 28. maja 2016 na spletnem naslovu <http://www.who.int/dietphysicalactivity/goals/en/>
  101. World Health Organization. (2016). Report of the commission on ending childhood obesity. Najdeno 28. maja 2016 na spletnem naslovu [http://apps.who.int/iris/bitstream/10665/204176/1/9789241510066\\_eng.pdf](http://apps.who.int/iris/bitstream/10665/204176/1/9789241510066_eng.pdf)
  102. *Healthy diet*. Najdeno 28. maja 2016 na spletnem naslovu <http://www.who.int/mediacentre/factsheets/fs394/en/>
  103. World Health Organization. (2013). Global action plan for the prevention and control of noncommunicable diseases 2013-2020. Najdeno 29. Maja 2016 na spletnem naslovu [http://apps.who.int/iris/bitstream/10665/94384/1/9789241506236\\_eng.pdf](http://apps.who.int/iris/bitstream/10665/94384/1/9789241506236_eng.pdf)

## **PRILOGE**





## KAZALO PRILOG

|                                                  |    |
|--------------------------------------------------|----|
| Priloga 1: Anketni vprašalnik za porabnike ..... | 1  |
| Priloga 2: Analiza podatkov .....                | 5  |
| Priloga 3: Preverjanje 1. hipoteze .....         | 8  |
| Priloga 4: Preverjanje 2. hipoteze .....         | 10 |
| Priloga 5: Preverjanje 3. hipoteze .....         | 11 |
| Priloga 6: Preverjanje 4. hipoteze .....         | 13 |
| Priloga 7: Preverjanje 5. hipoteze .....         | 14 |



## Priloga 1: Anketni vprašalnik za porabnike

Spoštovani,

sem študentka podiplomskega študija na Ekonomski fakulteti v Ljubljani, kjer pripravljam magistrsko nalogo z naslovom Odnos porabnikov do označevanja hranilne vrednosti živil. Prosila bi vas, da si vzamete nekaj minut in izpolnite vprašalnik. Anketa je anonimna in je namenjena le v raziskovalne namene.

Že vnaprej se vam zahvaljujem za sodelovanje.

**Kadar se odločate za nakup posameznih živil, kateri dejavniki so za vas pomembni? Za vsak dejavnik, opredeljen spodaj, prosim, ocenite na lestvici od 1 do 5, kako pomemben je za vas pri nakupu živil, pri čemer 1 pomeni »sploh ni pomemben« in 5 »zelo pomemben«.**

|                                                                                                                     | 1<br>Sploh ni<br>pomemben | 2<br>Ni<br>pomemben | 3<br>Ni niti<br>pomemben<br>niti<br>nepomemben | 4<br>Je<br>pomemben | 5<br>zelo<br>pomemben |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------|---------------------|------------------------------------------------|---------------------|-----------------------|
| Cena                                                                                                                |                           |                     |                                                |                     |                       |
| Hranilne<br>vrednosti<br>(maščobe,<br>vitamini,<br>beljakovine,<br>sladkor,<br>vlaknine,<br>energijska<br>vrednost) |                           |                     |                                                |                     |                       |
| Okus                                                                                                                |                           |                     |                                                |                     |                       |
| Blagovna<br>znamka                                                                                                  |                           |                     |                                                |                     |                       |
| Država<br>porekla                                                                                                   |                           |                     |                                                |                     |                       |
| Proizvajalec                                                                                                        |                           |                     |                                                |                     |                       |
| Datum<br>veljavnosti                                                                                                |                           |                     |                                                |                     |                       |

Drugo \_\_\_\_\_

**Kako pomembne so za vas pri nakupu živil posamezne hranilne vrednosti? Za vsako hranilno vrednost, prosim, ocenite na lestvici od 1 do 5, kako pomembna je za vas, pri čemer 1 pomeni » sploh ni pomemben« in 5 »zelo pomemben«.**

|                        | 1<br>Sploh ni<br>pomemben | 2<br>Ni<br>pomemben | 3<br>Ni niti<br>pomemben<br>niti<br>nepomemben | 4<br>Je<br>pomemben | 5<br>Zelo<br>pomemben |
|------------------------|---------------------------|---------------------|------------------------------------------------|---------------------|-----------------------|
| Maščobe                |                           |                     |                                                |                     |                       |
| Vitamini               |                           |                     |                                                |                     |                       |
| Beljakovine            |                           |                     |                                                |                     |                       |
| Vlaknine               |                           |                     |                                                |                     |                       |
| Sladkor                |                           |                     |                                                |                     |                       |
| Energijska<br>vrednost |                           |                     |                                                |                     |                       |

**Kako pogosto pri nakupu živil preverite hranilne vrednosti živila? Prosim, ocenite na lestvici od 1 (nikoli) do 5 (skoraj vedno).**

| 1<br>Nikoli | 2<br>Redko | 3<br>Občasno | 4<br>Skoraj vedno | 5<br>Vedno |
|-------------|------------|--------------|-------------------|------------|
|-------------|------------|--------------|-------------------|------------|

**Kako pomembni so vam spodnji razlogi, da pred nakupom preverjate hranilne vrednosti živil, kot so maščobe, vitamini, beljakovine, vlaknine, sladkor, energijska vrednost? Za vsak razlog, prosim, ocenite na lestvici od 1 do 5, kako pomemben je za vas, pri čemer 1 pomeni » sploh ni pomemben« in 5 »zelo pomemben«.**

|                                                 | 1<br>Sploh ni<br>pomemben | 2<br>Ni<br>pomemben | 3<br>Ni niti<br>pomemben<br>niti<br>nepomemben | 4<br>Pomemben | 5<br>Zelo<br>pomemben |
|-------------------------------------------------|---------------------------|---------------------|------------------------------------------------|---------------|-----------------------|
| Radovednost                                     |                           |                     |                                                |               |                       |
| Želja po<br>zdravem<br>načinu<br>prehranjevanja |                           |                     |                                                |               |                       |
| Posebne diete                                   |                           |                     |                                                |               |                       |

|                               |  |  |  |  |  |
|-------------------------------|--|--|--|--|--|
| Zaradi primerjave med izdelki |  |  |  |  |  |
| Družinske navade              |  |  |  |  |  |

Drugo \_\_\_\_\_

**Prosim vas, da ocenite spodnje trditve na lestvici od 1 do 5, pri čemer 1 pomeni »sploh se ne strinjam« in 5 »popolnoma se strinjam«.**

|                                                                                                                  | 1<br>Se nikakor<br>ne strinjam | 2<br>Se ne<br>strinjam | 3<br>Delno se<br>strinjam | 4<br>Se strinjam | 5<br>Se<br>popolnoma<br>strinjam |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------|------------------------|---------------------------|------------------|----------------------------------|
| Z zdravo in uravnoteženo prehrano zmanjšamo tveganje za nastanek določenih bolezni (diabetes, bolezni srca ipd.) |                                |                        |                           |                  |                                  |
| Veliko razmišljam o svojem zdravju.                                                                              |                                |                        |                           |                  |                                  |
| Odgovoren sem za svoje zdravje.                                                                                  |                                |                        |                           |                  |                                  |
| Pozoren sem na vse znake, ki vplivajo na moje zdravje.                                                           |                                |                        |                           |                  |                                  |

**Prosim, da za konec odgovorite še na nekaj socio-demografskih vprašanj.**

**Prosim označite svoj spol:**

1 Moški

2 Ženski

**Kateri starostni skupini pripadate?**

- 1 od 18 do 30 let
- 2 od 31 do 40 let
- 3 od 41 do 50 let
- 4 od 51 do 60 let
- 5 61 let in več

**Kakšna je vaša najvišja dokončana izobrazba?**

- 1 Nedokončana osnovna izobrazba ali osnovna izobrazba
- 2 Srednja izobrazba
- 3 Višja izobrazba
- 4 Visoka izobrazba
- 5 Specialistični študij, magisterij, doktorat

**Kakšen je vaš zaposlitveni status?**

- 1 Zaposlen
- 2 Upokojenec
- 3 Dijak/študent
- 4 Nezaposlen
- 5 Drugo



## Priloga 2: Analiza podatkov

*Tabela 1: Spol anketirancev*

|        | <b>Frekvenca</b> | <b>Odstotek</b> | <b>Kumulativa (v %)</b> |
|--------|------------------|-----------------|-------------------------|
| Moški  | 154              | 36,6            | 36,6                    |
| Ženski | 267              | 63,4            | 100,0                   |
| Skupaj | 421              | 100,0           |                         |

*Tabela 2: Starost anketirancev*

|               | <b>Frekvenca</b> | <b>Odstotek</b> | <b>Kumulativa (v %)</b> |
|---------------|------------------|-----------------|-------------------------|
| 18–30 let     | 65               | 15,2            | 15,2                    |
| 31–40 let     | 192              | 45,0            | 60,2                    |
| 41–50 let     | 111              | 26,0            | 86,2                    |
| 51–60 let     | 49               | 11,5            | 97,7                    |
| 60 let in več | 10               | 2,3             | 100,0                   |
| Skupaj        | 427              | 100,0           |                         |

*Tabela 3: Najvišja dokončna izobrazba anketirancev*

|                                                     | <b>Frekvenca</b> | <b>Odstotek</b> | <b>Kumulativa (v %)</b> |
|-----------------------------------------------------|------------------|-----------------|-------------------------|
| Nedokončana osnovna izobrazba ali osnovna izobrazba | 2                | 0,5             | 0,5                     |
| Srednja izobrazba                                   | 119              | 28,1            | 28,5                    |
| Višja izobrazba                                     | 45               | 10,6            | 39,2                    |
| Visoka izobrazba                                    | 190              | 44,8            | 84,0                    |
| Specialistični študij, magisterij, doktorat         | 68               | 16,0            | 100,0                   |
| Skupaj                                              | 424              | 100,0           |                         |

*Tabela 4: Zaposlitveni status anketirancev*

|               | <b>Frekvenca</b> | <b>Odstotek</b> | <b>Kumulativa (v %)</b> |
|---------------|------------------|-----------------|-------------------------|
| Zaposlen      | 375              | 88,4            | 88,4                    |
| Upokojenec    | 11               | 2,6             | 91,0                    |
| Dijak/študent | 18               | 4,2             | 95,3                    |
| Nezaposlen    | 12               | 2,8             | 98,1                    |
| Drugo         | 8                | 1,9             | 100,0                   |
| Skupaj        | 424              | 100,0           |                         |

*Tabela 5: Pomembnost dejavnikov, ko se porabniki odločajo za nakup posameznih živil*

|                                                                                                         | <b>Skupaj</b> | <b>Aritmetična sredina</b> | <b>Standardni odklon</b> |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------|----------------------------|--------------------------|
| Cena                                                                                                    | 424           | 3,46                       | 0,969                    |
| Hranilne vrednosti<br>(maščobe, vitamini,<br>beljakovine, sladkor,<br>vlaknine, energijska<br>vrednost) | 430           | 3,73                       | 1,076                    |
| Okus                                                                                                    | 430           | 4,33                       | 0,815                    |
| Blagovna znamka                                                                                         | 431           | 2,98                       | 1,089                    |
| Država porekla                                                                                          | 431           | 3,59                       | 1,133                    |
| Proizvajalec                                                                                            | 429           | 3,32                       | 1,117                    |
| Datum veljavnosti                                                                                       | 431           | 4,27                       | 0,989                    |

*Tabela 6: Pomembnost posameznih hranilnih vrednosti, ko se porabniki odločajo za nakup posameznih živil*

|                     | <b>Skupaj</b> | <b>Aritmetična sredina</b> | <b>Standardni odklon</b> |
|---------------------|---------------|----------------------------|--------------------------|
| Maščobe             | 429           | 3,60                       | 1,132                    |
| Vitamini            | 410           | 3,71                       | 1,124                    |
| Beljakovine         | 404           | 3,33                       | 1,144                    |
| Vlaknine            | 405           | 3,56                       | 1,106                    |
| Sladkor             | 403           | 4,00                       | 1,124                    |
| Energijska vrednost | 403           | 3,46                       | 1,104                    |

*Tabela 7: Pogostnost preverjanja hranilne vrednosti pri nakupu živil*

|                                              | <b>Skupaj</b> | <b>Aritmetična sredina</b> | <b>Standardni odklon</b> |
|----------------------------------------------|---------------|----------------------------|--------------------------|
| Pogostnost preverjanja<br>hranilne vrednosti | 436           | 3,15                       | 1,095                    |

*Tabela 8: Pomembnost posameznih razlogov pri preverjanju hranilne vrednosti živil pred nakupom*

|                                        | <b>Skupaj</b> | <b>Aritmetična sredina</b> | <b>Standardni odklon</b> |
|----------------------------------------|---------------|----------------------------|--------------------------|
| Radovednost                            | 424           | 2,77                       | 1,099                    |
| Želja po zdravem načinu prehranjevanja | 424           | 4,06                       | 1,017                    |
| Posebne diete                          | 420           | 2,57                       | 1,262                    |
| Zaradi primerjave med izdelki          | 422           | 3,22                       | 1,083                    |
| Družinske navade                       | 417           | 2,73                       | 1,242                    |

*Tabela 9: Strinjanje s posamezno trditvijo*

|                                                                                                                  | <b>Skupaj</b> | <b>Aritmetična sredina</b> | <b>Standardni odklon</b> |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------|----------------------------|--------------------------|
| Z zdravo in uravnoteženo prehrano zmanjšamo tveganje za nastanek določenih bolezni (diabetes, bolezni srca ipd.) | 421           | 4,45                       | 0,892                    |
| Veliko razmišljam o svojem zdravju.                                                                              | 416           | 3,92                       | 0,969                    |
| Odgovoren sem za svoje zdravje.                                                                                  | 415           | 4,34                       | 0,916                    |
| Pozoren sem na vse znake, ki vplivajo na moje zdravje.                                                           | 417           | 3,81                       | 0,977                    |

### Priloga 3: Preverjanje 1. hipoteze

*Tabela 10: Test zanesljivosti spremenljivke ozaveščenost o zdravem načinu življenja*

| Cronbachov koeficient alfa | Število trditev |
|----------------------------|-----------------|
| 0,834                      | 3               |

*Tabela 11: Lastne vrednosti in pojasnjena varianca*

| Faktor | Začetne lastne vrednosti |            |                | Odvajanje vsote kvadratov |            |                |
|--------|--------------------------|------------|----------------|---------------------------|------------|----------------|
|        | Skupaj                   | % variance | kumulativa v % | Skupaj                    | % variance | kumulativa v % |
| 1      | 2,252                    | 75,069     | 75,069         | 1,877                     | 62,915     | 62,915         |
| 2      | 0,431                    | 14,366     | 89,435         |                           |            |                |
| 3      | 0,317                    | 10,565     | 100            |                           |            |                |

*Tabela 12: KMO in Bartlettov test*

|                                                 |  |        |
|-------------------------------------------------|--|--------|
| Kaiser-Meyer-Olkinov test ustreznosti vzorčenja |  | 0,716  |
| Bartlettov test sferičnosti                     |  |        |
| Povp. hi-kvadrat testa                          |  | 481,17 |
| df                                              |  | 3      |
| Sig.                                            |  | 0,000  |

*Tabela 13: Faktorska analiza*

|                                                        | Faktor |
|--------------------------------------------------------|--------|
|                                                        | 1      |
| Veliko razmišljam o svojem zdravju.                    | 0,814  |
| Odgovoren sem za svoje zdravje.                        | 0,724  |
| Pozoren sem na vse znake, ki vplivajo na moje zdravje. | 0,838  |

*Tabela 14: Statistika – spremenljivka ozaveščenost*

|                   |            |         |
|-------------------|------------|---------|
| N                 | Veljavne   | 411     |
|                   | Manjkajoče | 376     |
| Povprečje         |            | 4,0211  |
| Standardni odklon |            | 0,82612 |
| Varianca          |            | 0,682   |
| Asimetrija        |            | -0,855  |
| Sploščenost       |            | 0,534   |

*Tabela 15: Pearsonov korelacijski koeficient*

|                                      |     | <b>Dejavnik nakupa hranilna<br/>vrednost živil (1)</b> | <b>Ozaveščenost o zdravem načinu<br/>življenja (2)</b> |
|--------------------------------------|-----|--------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------|
| Pearsonov korelacijski<br>koeficient | (1) | 1,000                                                  | 0,431                                                  |
|                                      | (2) | 0,431                                                  | 1,000                                                  |
| Stopnja značilnosti                  | (1) |                                                        | 0,000                                                  |
|                                      | (2) | 0,000                                                  |                                                        |
| Število anketirancev                 | 401 |                                                        |                                                        |

#### Priloga 4: Preverjanje 2. hipoteze

*Tabela 16: Opisne statistike*

|                                                                                                                     | N   | Aritmetična sredina | Standardni odklon |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----|---------------------|-------------------|
| Z zdravo in uravnoteženo prehrano zmanjšamo tveganje za nastanek določenih bolezni (diabetes, bolezni srca ipd.)    | 421 | 4,45                | 0,892             |
| Dejavnik nakupa: hranilna vrednost živil (maščobe, vitamini, beljakovine, sladkor, vlaknine in energijska vrednost) | 430 | 3,73                | 1,076             |
| Veljavnih                                                                                                           | 408 |                     |                   |

*Tabela 17: Pearsonov korelacijski koeficient*

|                                   |     | <b>Način prehranjevanja lahko prepreči nastanek določenih bolezni (1)</b> | <b>Dejavnik nakupa hranilna vrednost živil (2)</b> |
|-----------------------------------|-----|---------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------|
| Pearsonov korelacijski koeficient | (1) | 1,000                                                                     | 0,292                                              |
|                                   | (2) | 0,292                                                                     | 1,000                                              |
| Stopnja značilnosti               | (1) |                                                                           | 0,000                                              |
|                                   | (2) | 0,000                                                                     |                                                    |
| Število anketirancev              | 408 |                                                                           |                                                    |

## Priloga 5: Preverjanje 3. hipoteze

*Tabela 18: Opisne statistike*

|                                                                                                                     | Aritmetična<br>sredina | Standardni<br>odklon | N   |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------|----------------------|-----|
| Dejavnik nakupa: hranilna vrednost živil (maščobe, vitamini, beljakovine, sladkor, vlaknine in energijska vrednost) | 3,71                   | 1,073                | 388 |
| Element hranilne vrednosti: Maščobe                                                                                 | 3,57                   | 1,124                | 388 |
| Element hranilne vrednosti: Vitamini                                                                                | 3,69                   | 1,124                | 388 |
| Element hranilne vrednosti: Beljakovine                                                                             | 3,32                   | 1,141                | 388 |
| Element hranilne vrednosti: Vlaknine                                                                                | 3,54                   | 1,105                | 388 |
| Element hranilne vrednosti: Sladkor                                                                                 | 3,98                   | 1,124                | 388 |
| Element hranilne vrednosti: Energijska vrednost                                                                     | 3,44                   | 1,108                | 388 |

*Tabela 19: Povzetek modela*

| Model | R                  | R<br>kvadrat | Prilagojen R<br>kvadrat | Stan.<br>napaka<br>ocene | Spremenjena statistika  |                |     |     |                     |
|-------|--------------------|--------------|-------------------------|--------------------------|-------------------------|----------------|-----|-----|---------------------|
|       |                    |              |                         |                          | Sprememba R<br>kvadrata | F<br>Sprememba | df1 | df2 | Sig. F<br>Sprememba |
| 1     | 0,662 <sup>a</sup> | 0,438        | 0,429                   | 0,810                    | 0,438                   | 49,491         | 6   | 381 | 0,000               |

a. Napovedniki: (konstanta), elementi hranilne vrednosti: maščobe, vitamini, beljakovine, vlaknine, sladkor, energijska vrednost

*Tabela 20: Analiza varianc (ANOVA<sup>a</sup>)*

| Model        | Sum of Squares | df  | Mean Square | F      | Sig.               |
|--------------|----------------|-----|-------------|--------|--------------------|
| 1 Regression | 195,022        | 6   | 32,504      | 49,491 | 0,000 <sup>b</sup> |
| Residual     | 250,223        | 381 | 0,657       |        |                    |
| Total        | 445,245        | 387 |             |        |                    |

a. Odvisna spremenljivka: Dejavnik nakupa hranilna vrednost živil (maščobe, vitamini, beljakovine, sladkor, vlaknine, energijska vrednost)

b. Napovedniki: (konstanta), elementi hranilne vrednosti: maščobe, vitamini, beljakovine, vlaknine, sladkor, energijska vrednost



*Tabela 21: Regresijski koeficienti<sup>a</sup>*

| Model                                            | Nestand. koeficienti |               | Stand. koeficienti | t     | Sig.  | Korelacije  |       |       |
|--------------------------------------------------|----------------------|---------------|--------------------|-------|-------|-------------|-------|-------|
|                                                  | B                    | Stand. napaka | Beta               |       |       | Ničelni red | Delni | Del   |
| 1 (Konstanta)                                    | 0,852                | 0,186         |                    | 4,593 | 0,000 |             |       |       |
| Elementi hranilne vrednosti: Maščobe             | 0,290                | 0,056         | 0,304              | 5,162 | 0,000 | 0,583       | 0,256 | 0,198 |
| Elementi hranilne vrednosti: Vitamini            | 0,004                | 0,055         | 0,004              | 0,071 | 0,944 | 0,439       | 0,004 | 0,003 |
| Elementi hranilne vrednosti: Beljakovine         | 0,127                | 0,052         | 0,135              | 2,451 | 0,015 | 0,522       | 0,125 | 0,094 |
| Elementi hranilne vrednosti:: Vlaknine           | 0,194                | 0,058         | 0,200              | 3,344 | 0,001 | 0,511       | 0,169 | 0,128 |
| Elementi hranilne vrednosti: Sladkor             | 0,134                | 0,046         | 0,140              | 2,900 | 0,004 | 0,454       | 0,147 | 0,111 |
| Elementi hranilne vrednosti: Energijska vrednost | 0,050                | 0,048         | 0,051              | 1,031 | 0,303 | 0,443       | 0,053 | 0,040 |

a. Odvisna spremenljivka: Dejavnik nakupa hranilna vrednost živil (maščobe, vitamini, beljakovine, sladkor, vlaknine, energijska vrednost)

## Priloga 6: Preverjanje 4. hipoteze

*Tabela 22: Opisne statistike za dejavnik hranilna vrednost glede na spol*

|                          | Spol   | N   | Aritmetična sredina | Standardni odklon | Standardna napaka aritmetične sredine |
|--------------------------|--------|-----|---------------------|-------------------|---------------------------------------|
| <b>Hranilna vrednost</b> | Moški  | 152 | 3,1469              | 0,81174           | 0,06584                               |
|                          | Ženski | 252 | 3,4458              | 0,75343           | 0,04746                               |

*Tabela 23: t-test za dejavnik hranilna vrednost glede na spol*

|                          |                   | Levenov test enakosti varianc |       | T-test enakosti aritmetičnih povprečij |         |       |                             |                           |                                                        |
|--------------------------|-------------------|-------------------------------|-------|----------------------------------------|---------|-------|-----------------------------|---------------------------|--------------------------------------------------------|
|                          |                   | F                             | Sig.  | t                                      | df      | Sig.* | Razlika aritmetične sredine | Razlika standard. odklona | 95-% interval razlike zaupanja<br>spodnja      zgornja |
| <b>Hranilna vrednost</b> | Enaki varianci    | 1,219                         | 0,270 | - 3,751                                | 402     | 0,000 | -0,29884                    | 0,07968                   | - 0,45548      - 0,14220                               |
|                          | Različni varianci |                               |       | - 3,682                                | 299,974 | 0,000 | -0,29884                    | 0,08116                   | - 0,45856      - 0,13911                               |

\*stopnja značilnosti (dvostranska)

## Priloga 7: Preverjanje 5. hipoteze

*Tabela 24: Opisne statistike za dejavnik hranilna vrednost glede na izobrazbo*

|                          | Izobrazba | N   | Aritmetična sredina | Standardni odklon | Standardna napaka aritmetične sredine |
|--------------------------|-----------|-----|---------------------|-------------------|---------------------------------------|
| <b>Hranilna vrednost</b> | 1,00      | 156 | 3,3098              | 0,87014           | 0,06967                               |
|                          | 2,00      | 251 | 3,3533              | 0,72544           | 0,04579                               |

*Tabela 25: t-test za dejavnik hranilna vrednost glede na izobrazbo*

|                          |                   | Levenov test enakosti varianc |       | t-test enakosti aritmetičnih povprečij |         |       |                             |                           |                                |         |
|--------------------------|-------------------|-------------------------------|-------|----------------------------------------|---------|-------|-----------------------------|---------------------------|--------------------------------|---------|
|                          |                   | F                             | Sig.  | t                                      | df      | Sig.* | Razlika aritmetične sredine | Razlika standard. odklona | 95-% interval razlike zaupanja |         |
|                          |                   |                               |       |                                        |         |       |                             |                           | spodnja                        | zgornja |
| <b>Hranilna vrednost</b> | Enaki varianci    | 5,913                         | 0,015 | -0,543                                 | 405     | 0,587 | -0,04342                    | 0,07993                   | -0,20055                       | 0,11370 |
|                          | Različni varianci |                               |       | -0,521                                 | 284,882 | 0,603 | -0,04342                    | 0,08337                   | -0,20752                       | 0,12067 |

\*stopnja značilnosti (dvostranska)