

UNIVERZA V LJUBLJANI
EKONOMSKA FAKULTETA

MAGISTRSKO DELO

**VPLIV OZNAČEVANJA PREHRANSKIH VREDNOSTI ŽIVIL NA
NAKUPNO ODLOČITEV**

Ljubljana, september 2014

TADEJA MARŽIČ

IZJAVA O AVTORSTVU

Spodaj podpisana Tadeja Maržič, študentka Ekonomske fakultete Univerze v Ljubljani, izjavljam, da sem avtorica magistrskega dela z naslovom Vpliv označevanja prehranskih vrednosti živil na nakupno odločitev, pripravljenega v sodelovanju s svetovalko docentko dr. Matejo Kos Koklič.

Izrecno izjavljam, da v skladu z določili Zakona o avtorski in sorodnih pravicah (Ur. l. RS, št. 21/1995 s spremembami) dovolim objavo magistrskega dela na fakultetnih spletnih straneh.

S svojim podpisom zagotavljam, da:

- je predloženo besedilo rezultat izključno mojega lastnega raziskovalnega dela;
- je predloženo besedilo 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 v magistrskem delu, citirana oziroma navedena v skladu z Navodili za izdelavo zaključnih nalog Ekonomske fakultete Univerze v Ljubljani, in
 - pridobila vsa dovoljenja za uporabo avtorskih del, ki so v celoti (v pisni ali grafični obliki) uporabljena v tekstu, in sem to v besedilu tudi jasno zapisala;
- se zavedam, da je plagiatorstvo – predstavljanje tujih del (v pisni ali grafični obliki) kot mojih lastnih – kaznivo po Kazenskem zakoniku (Ur. l. RS, št. 55/2008 s spremembami);
- se zavedam posledic, ki bi jih na osnovi predloženega magistrskega dela dokazano plagiatorstvo lahko predstavljalo za moj status na Ekonomski fakulteti Univerze v Ljubljani v skladu z relevantnim pravilnikom.

V Ljubljani, dne _____

Podpis avtorice: _____

KAZALO

UVOD	1
1 VEDENJE PORABNIKOV V POVEZAVI S PREHRANSKIMI OZNAČBAMI	2
2 PROCES NAKUPNEGA ODLOČANJA PRI KUPOVANJU ŽIVIL	6
2.1 Prepoznavanje potrebe	7
2.2 Pomembnost prehranskih označb pri iskanju informacij na embalaži živil	9
2.3 Pomembnost prehranskih označb pri presojanju možnosti	11
2.4 Pomembnost prehranskih označb za nakupno odločitev	12
2.5 Pomembnost prehranskih označb pri ponakupnem vedenju	14
3 DEJAVNIKI VPLIVA NA NAKUPNO ODLOČITEV ZA ŽIVILA	14
3.1 Notranji dejavniki	15
3.2 Zunanji dejavniki	17
4 OZNAČEVANJE PREHRANSKIH VREDNOSTI ŽIVIL	18
4.1 Prehranske označbe na zadnji strani embalaže živil (označbe BOP)	20
4.1.1 Prehranske tabele	20
4.1.2 Kombinirane (hibridne) označbe BOP	21
4.2 Prehranske označbe na sprednji strani embalaže živil (označbe FOP)	21
4.2.1 Prehranski semafor	21
4.2.2 Označbe GDA	22
4.2.3 Kombinirane (hibridne) označbe FOP	23
4.2.4 Prehranske označbe v restavracijah	24
4.2.5 Slikovne označbe (simboli)	24
5 RAZISKAVE S PODROČJA PREHRANSKIH OZNAČB	25
5.1 Raziskave označb na zadnji strani embalaže (BOP)	26
5.2 Raziskave označb na sprednji strani embalaže (FOP)	26
5.2.1 Prehranski semafor	26
5.2.2 Označbe GDA	27
5.2.3 Kombinirane oz. hibridne označbe	28
5.2.4 Slikovne označbe (simboli)	29
6 EMPIRIČNA RAZISKAVA: VPLIV PREHRANSKIH OZNAČB NA NAKUPNO ODLOČITEV	29
6.1 Opredelitev raziskovalnega problema in ciljev raziskave	29
6.2 Raziskovalne hipoteze in koncept raziskave	30
6.2.1 Raziskovalni koncept	30
6.2.2 Raziskovalne hipoteze	31
6.2.3 Načrt raziskave	34
6.3 Analiza podatkov	35
6.3.1 Opis vzorca	36
6.3.2 Nakupne navade anketirancev v povezavi s prehranskimi označbami	37

6.3.3	Analiza povezav med spremenljivkami – preizkušanje hipotez	49
6.4	Ugotovitve raziskave in priporočila	54
6.5	Omejitve raziskave.....	57
SKLEP		58

LITERATURA IN VIRI		61
---------------------------------	--	-----------

PRILOGE

KAZALO SLIK

Slika 1: Stopnje nakupnega odločanja	6
Slika 2: Vpliv prehranskih označb na porabnika	10
Slika 3: Raziskovalni koncept za preverjanje temeljnih hipotez glede preference oblik prehranskih označb	31
Slika 4: Strinjanje s trditvami o vedenju porabnikov pri branju prehranskih označb.....	39
Slika 5: Stališča anketirancev do prehranskih označb in povprečja odgovorov ter standardni odklon	40
Slika 6: Vsebnost sestavin, ki jih anketiranci pogledajo pri kupovanju prehranskih proizvodov	41
Slika 7: Pomembnost dejavnikov pri nakupni odločitvi,% odgovorov anketirancev, povprečja, standardni odkloni in mediane.....	42
Slika 8: Odstotek anketirancev, ki so že videli in uporabili posamezno prehransko označbo pri nakupni odločitvi	43
Slika 9: Vpliv posamezne lastnosti prehranske označbe (PO) na nakup izdelka s prikazom strukture odgovorov anketirancev, povprečij, standardnih odklonov in median.....	44
Slika 10: Skupna povprečna ocena strinjanja s trditvami glede posamezne prehranske označbe	46
Slika 11: Povprečne ocena strinjanja glede lastnosti posamezne označbe, povprečje vseh preučevanih označb in povprečje vpliva na nakup	47
Slika 12: Odstotki odgovorov anketirancev in povprečja glede priljubljenosti posamezne označbe (1 – najljubša označba, 5 – najmanj ljuba označba)	48

UVOD

V trženju se vse vrte okoli porabnika ter zadovoljevanja njegovih želja in potreb. Pri slednjem gre za izredno zahtevno področje, saj smo si porabniki med seboj različni in na naše vedenje in nakupno odločitev vplivajo različni dejavniki z različno intenziteto. Razlike med nakupnim odločanjem porabnikov se kažejo na vseh področjih, od nakupovanja majhnih, vsakodnevnih izdelkov do kupovanja večjih in dražjih izdelkov, ki jih kupujemo poredko (Kotler, 2004, str. 182–183). Tržniki se moramo zavedati kompleksnosti nakupnega odločanja in ugotoviti, kdo sprejema nakupne odločitve, kakšna je vrsta nakupne odločitve, in opredeliti korake v procesu nakupnega odločanja porabnika (Kotler, 2004, str. 200). Slednje je pomembno tudi za področje prehrane, saj le z natančnim poznavanjem porabnikov lahko vplivamo na njihove boljše in bolj zdrave odločitve pri kupovanju živil.

Danes postajajo nezdrava prehrana in bolezni, povezane z njo, globalen problem. Statistike so skrb vzbujajoče, saj kažejo konstantno povečevanje odstotka ljudi s prekomerno telesno težo. V zadnjih 33 letih se je ta odstotek med odraslimi povečal kar za 28%, med otroki pa kar za 47%, kar absolutno predstavlja povečanje z 857 milijonov leta 1980 na 2,1 milijarde v letu 2013 (The Lancet, 2014). V nasprotju s kajenjem, ki je zaradi intenzivne protikampanje v povprečju v svetu v upadanju, je skrb vzbujajoče dejstvo, da število ljudi s prekomerno telesno težo v svetu hitro raste in je doseglo epidemično raven. Problematika debelosti pa ni omejena le na ostali svet, porast odstotka ljudi s prekomerno telesno težo in bolezni, povezanih z njo, je aktualen tudi v Sloveniji. Po informacijah Organizacije za gospodarsko sodelovanje in razvoj (v nadaljevanju OECD) (2014) je imelo 15,4% žensk in 21,1% moških v Sloveniji prekomerno telesno težo, v povprečju pa je bilo v Sloveniji 18,3% prebivalcev s prekomerno telesno težo, kar je nekoliko pod povprečjem držav v območju OECD (18,4%), pa vendar je številka skrb vzbujajoča (OECD, 2014). Še bolj pa so skrb vzbujajoči podatki, da naj bi bila Slovenija s 30% pretežkih otrok na tretjem mestu po številu otrok s prekomerno telesno težo v EU (Š. Z., 2013; Banjanac Lubej, 2013). Rahla tolažba so ugotovitve nekaterih raziskav (Ng et al., 2014; The Lancet, 2014; Swinburn et al., 2011), ki kažejo, da je debelost v razvitih državah dosegla svoj vrhunec in ni pričakovati nadaljnje rasti. Združeni narodi si prizadevajo ustaviti rast števila ljudi s prekomerno telesno težo do leta 2025 (Kumanyika, Libman, & Garcia, 2013), pri tem pa ključno vlogo igra predvsem ozaveščanje ljudi o zdravi prehrani, vplivu nezdrave prehrane na zdravje in ozaveščanje o boleznih, ki so povezane s prevelikim in napačnim vnosom hrane.

Številni koraki v to smer so že bili narejeni, tematika je globalno medijsko izpostavljena, politiki posameznih držav pišejo zakone v prid ozaveščanju ljudi, proizvajalci hrane iščejo nove načine, kako hrano proizvesti tako, da bo čim bolj zdrava in bo namesto slabih sestavin vsebovala večji delež tistih, ki so dobre za zdravje porabnikov. Tudi proizvajalci so morali zaradi vse večjega pritiska države in splošne javnosti popustiti prihajajočemu trendu ozaveščanja ljudi o zdravi prehrani. Pri tem imajo veliko vlogo prehranske označbe, ki so marsikje že obvezne del embalaže živil in so po ugotovitvah raziskave Označevanje živil za boljšo življenjsko izobrazbo (angl. *Food Labelling to Advance Better Education for Life* – v nadaljevanju FLABEL) v državah članicah EU prisotne v povprečju kar na 85% embalaž živil,

ki so bila vključena v raziskavo. Najpogostejše so informacije v prehranski tabeli na zadnji strani embalaže, vse več proizvajalcev pa se odloči, da te informacije podprejo še z označbo na sprednji strani embalaže, ki na bolj poljuden, grafičen, simbolen ali barven način informira porabnika o sestavinah živila in o vsebnosti glavnih makronutrientov (EUFIC, 2010).

Ker zdravstveno stanje porabnikov doma in v svetu skrbi tudi mene in ker menim, da lahko s prehranskimi označbami informiramo porabnike in vplivamo na njihove odločitve, je namen mojega magistrskega dela raziskati področje vpliva prehranskih označb na nakupno odločitev porabnikov. V pomoč pri pisanju mi bodo številne študije tujih in domačih avtorjev, ki raziskujejo različne vidike prehranskih označb, kot so na primer povezava med branjem prehranskih označb in različnimi dejavniki (demografski, družbeni, kulturni, psihološki, ekonomski ipd.), raziskave vpliva prehranskih označb na nakupno odločitev in nakupni proces, raziskave preferenc pri obliki označbe in še mnoge druge. Cilj magistrskega dela je predlagati najbolj optimalno označitev pakiranih izdelkov ter s tem poskrbeti, da bodo porabniki v čim večji meri uporabljali označbe in bodo te razumljive.

V magistrskem delu bom najprej opisala vedenje porabnikov v povezavi s prehranskimi označbami in podprla razmišljanje z rezultati dosedanjih raziskav. Nadaljevala bom z opisom stopenj v procesu nakupne odločitve. Sledilo bo poglavje, v katerem bom podrobno predstavila posamezne dejavnike, ki vplivajo na nakupno odločitev, najprej teoretično, potem pa še z vidika tematike prehranskega označevanja, pri čemer bom izpostavila samo tiste dejavnike, ki so jim avtorji pri raziskavah namenili poseben poudarek. V zadnjih dveh poglavjih se bom osredotočila na različne oblike označevanja, posamezno označbo bom podrobno opisala ter navedla prednosti in slabosti tovrstnega označevanja. V zadnjem poglavju bom navedla tudi glavne ugotovitve raziskav na temo vsake oblike označbe. V želji pripomoči k reševanju problema bom v drugem delu magistrskega dela predstavila rezultate kvantitativne raziskave, ki sem jo izvedla s pomočjo spletnega vprašalnika, in preverila, v kolikšni meri slovenski porabniki berejo prehranske označbe, kdaj in zakaj jih berejo, katere informacije na prehranski označbi jih najbolj zanimajo, kakšno je njihovo splošno stališče do prehranskih označb, v kolikšni meri posamezne lastnosti prehranskih označb vplivajo na nakup izdelka ter kakšno je njihovo stališče glede posameznih oblik prehranskih označb. Na podlagi vprašanj bom preverila, kako različni demografski dejavniki in življenjski slog porabnikov vplivajo na branje prehranskih označb ter katera označba jim je najljubša. Rezultate bom podprla z ugotovitvami drugih avtorjev in v primeru nasprotujočih si rezultatov skušala to pojasniti na specifični slovenskih porabnikov.

1 VEDENJE PORABNIKOV V POVEZAVI S PREHRANSKIMI OZNAČBAMI

Vedenje porabnikov je razmeroma nova znanost, ki je tesno povezana s psihologijo, sociologijo, antropologijo, ekonomijo in drugimi znanostmi. Razumevanje vedenja porabnikov je bistveno, če želimo ozavestiti porabnike glede zdrave prehrane, jih informirati in zagotoviti,

da bodo brali in razumeli prehranske označbe ter na podlagi tega spremenili svoje nakupne navade.

Za razumevanje vedenja porabnikov in področja prehranskih označb je treba v prvi vrsti razumeti nekaj osnovnih pojmov, ki so osrednji del magistrskega dela.

Porabnik je (Damjan & Možina, 2002, str. 27; Zakon o Varstvu Potrošnikov, Ur. l. RS, št. 98/2004, ZVPot-UPB2):

- oseba, ki ima možnost na trgu kupiti dobrine in tako zadovoljiti svoje osebne ali skupne potrebe;
- tisti, ki ravnokar kupuje dobrine, se pripravlja na nakup ali tisti, na katerega vplivamo z različnimi sredstvi, da bi v bodoče opravil nakup;
- fizična oseba, ki pridobiva ali uporablja blago in storitve za namene izven njegove poklicne ali pridobitne dejavnosti.

Označevanje hranilnih oz. prehranskih vrednosti s prehransko označbo pomeni vsak podatek, naveden na označbi, embalaži, dokumentu, obvestilu, etiketi, obročku ali vratni etiketi živila in se nanaša na energijsko vrednost ali na katero izmed hranilnih snovi (beljakovine, ogljikovi hidrati, maščobe, prehranske vlaknine, natrij, vitamine in minerale, ki so prisotni v znatnih količinah) (Pravno-informacijski sistem, b.l.).

V literaturi avtorji navajajo naslednje opredelitve **vedenja porabnikov**:

- Peter in Olson (2008, str. 5) navajata, da vedenje porabnikov vključuje misli in čustva, ki jih doživljajo porabniki, izvedena dejanja v nakupnem procesu ter vplive okolja na čustva, misli in dejanja.
- Kotler (2004, str. 182) navaja, da področje vedenja porabnikov preučuje, kako posamezniki, podjetja in skupine za zadovoljitev svojih želja in potreb izbirajo, kupujejo in uporabljajo izdelke, storitve, ideje ali doživetja, in kaj naredijo z njimi po uporabi.
- Arnould, Price in Zinkman (2004, str. 9) opisujejo vedenje porabnikov kot pridobivanje, uporabo in opustitev izdelkov, storitev, idej ali doživetij s strani posameznika ali skupine.
- Blackwell, Miniard in Engel, (2001, str. 9) primerjajo vedenje porabnikov z volitvami. Vsak dan namreč porabniki »volimo« izdelke in storitve, ki bodo obstajali na trgu, ne z glasovnimi lističi, temveč z vsakodnevnimi nakupi in denarjem, ki ga za njih namenimo.

Medtem ko potrošništvo obstaja že stotine let, se je stroka z natančnim preučevanjem nakupnega vedenja porabnikov in procesa odločanja začela ukvarjati po drugi svetovni vojni (Levy, 1991). Raziskave na področju vedenja porabnikov so se začele pojavljati v 50. letih 20. stoletja, ko so se proizvajalci prvič v zgodovini začeli soočati s pomanjkanjem povpraševanja zaradi obilice ponudbe. V 60. in 70. letih so se razvili različni modeli vedenja porabnikov, ki so predvidevali, da sta vedenje porabnika in njegovo odločanje pogojena z zaznanim problemom in procesom njegove rešitve (Erasmus, Boshoff, & Rousseau, 2001, str. 83).

Raziskovanje vedenja porabnikov je izjemno pomembno v prehranski industriji, saj porabniki sprejemajo odločitve glede nakupa živil dnevno in je bistveno razumeti nakupni proces in dejavnike, ki na nakup vplivajo.

Večji pomen raziskovanja vpliva prehranskih označb na vedenje porabnikov narekuje tudi vse večja izpostavljenost prehranske problematike in prekomerne telesne teže ter z njo povezanih bolezni v medijih. Po podatkih Svetovne zdravstvene organizacije (World Health Organization, 2014) se je število ljudi s previsoko telesno težo od leta 1980 kar podvojilo. V letu 2008 je imelo kar 1,4 milijarde odraslih, starih nad 20 let, prekomerno telesno težo, od tega jih je bilo 35% pretežkih, kar 11% pa jih je imelo kronično povečano telesno težo. Skrb vzbujajoč je tudi podatek, da je bilo leta 2012 kar 40 milijonov otrok pod starostjo petih let s povečano ali kronično povečano telesno težo. Ker je problem prekomerne teže postal globalen in je zaradi visoke umrljivosti ljudi s prekomerno težo eden najbolj perečih problemov sodobne družbe, se v zadnjih letih države po vsem svetu trudijo ozavestiti porabnike o zdravem prehranjevanju in zdravi izbiri živil. Bistven korak v to smer je prav gotovo tudi informiranje porabnikov s prehranskimi označbami.

Blackwell et al. (2001, str. 11) opisujejo vpliv vedenja porabnikov na različnih področjih, ki jih v nadaljevanju apliciram na področje prehrane in dopolnujem z ugotovitvami raziskav na tem področju.

Vedenje porabnikov v povezavi z informiranjem in ščitenjem porabnikov

Preden se porabniki odločimo za nakup določenega izdelka, gremo skozi kompleksen nakupni proces, ki sestoji iz več stopenj, ki jih opisujem v naslednjem poglavju. Ena izmed stopenj je tudi iskanje informacij. Porabniki želimo biti informirani, preden »damo glas« nekemu izdelku in mu s tem omogočimo obstoj na trgu. S pomočjo informacij porabniki tudi lažje zaznamo prevare. Informiran porabnik lažje identificira zavajajoče trditve proizvajalcev in se odloči, da ne kupi izdelka. Preučevanje vedenja porabnikov, njihovih motivov pri nakupovanju in ostalih dejavnikov, ki vplivajo na nakupno odločitev, raziskovalcem omogoča, da porabnikom posredujejo informacije, ki jih želijo (Blackwell et al., 2001, str. 11). V želji, da bi oblikovali prehranske označbe tako, da porabnikom nudijo zelene informacije na enostaven in razumljiv način, so bile izvedene številne raziskave, ki jih navajam v nadaljevanju in tekom celotnega magistrskega dela.

Sledeče ugotovitve nekaterih raziskav se neposredno navezujejo na povezavo med vedenjem porabnikov in njihovim informiranjem:

- Obvezno označevanje pozitivno vpliva na kakovost sestave živil (Baltas, 2001, str. 708).
- Označevanje prehranskih vrednosti pozitivno vpliva na ozaveščanje porabnikov o povezavi med prehrano in zdravjem (Baltas, 2001, str. 708).
- Namen označevanja prehranskih vrednosti je porabniku omogočiti informiran nakup, povečati povpraševanje po zdravih živilih in spodbuditi proizvodnjo bolj zdravih živil. Glede na podatke iz raziskave se uporaba in razumevanje prehranskih označb povečujeta,

kar vpliva na nakupno odločitev porabnikov in na povpraševanje na trgu (Bone Fitzgerald & Russo France, 2001, str. 467).

- Večina žensk trdi, da pri nakupovanju živil berejo prehranske označbe in na podanih informacijah sklenejo nakupno odločitev (Bryd-Bredbenner, Alfieri, & Kiefer, 2000, str. 315).
- Bone Fitzgerald in Russo France (2001, str. 468) sta v raziskavi ugotovila tudi, da označevanje prehranskih vrednosti vpliva na zaznavanje porabnikov in da porabniki pogledajo navedbe na prehranski označbi in tako preverijo, ali so navedbe proizvajalca resnične.

Vedenje porabnikov v povezavi z zakonodajo na področju označevanja živil:

Prav tako vedenje porabnikov vpliva na sprejemanje zakonov v povezavi z označbami živil. Blackwell et al. (2001, str. 11) poudarjajo, da smo porabniki s svojim vedenjem vplivali na to, da je uzakonjena pravica porabnikov in hkrati obveznost vlade vsake države, da nam zagotovi informacije, na podlagi katere lahko sklenemo nakupno odločitev. Zaradi vedno večje želje po informacijah na prehranskih označbah in vse večji ozaveščenosti o pomenu hrane za zdravo življenje je npr. v ZDA in še marsikje na svetu označevanje prehranskih vrednosti pakiranih živil po zakonu obvezno in standardizirano (Bryd-Bredbenner et al, 2000).

V nadaljevanju povzemam nekaj domačih in tujih raziskav s področja vedenja porabnikov, njihovih nakupnih odločitev in branja prehranskih označb.

Baltas (2001, str. 708) ugotavlja, da 80% anketiranih Britancev bere prehranske označbe in napisane informacije vplivajo na njihovo nakupno odločitev.

Slovenske raziskave kažejo visoko zanimanje za prehranske označbe v Sloveniji. Telefonska anketa na vzorcu 721 anketirancev je pokazala, da 92% vprašanih meni, da je označevanje prehranskih vrednosti na embalaži pomembno in bi ga morala imeti vsa živila, in da 20% porabnikov pri nakupovanju vedno pogleda prehransko označbo, 45% pa jih to stori pogosto (Černič & Makarovič, 2008, str. 4).

Rezultati raziskave Inštituta za nutricionistiko (Pravst, Kušar, Pohar, & Klopčič, 2013, str. 15) na primeru jogurta kažejo, da so porabniki občutljivi za prehransko sestavo živil in berejo prehranske označbe. Kljub temu da je označevanje prehranskih vrednosti v EU obvezno samo v primeru, ko se proizvajalec na embalaži sklicuje na kakšno zdravstveno ali prehransko trditev, se je izkazalo, da je s prehransko označbo v Sloveniji opremljenih kar 66% živil. Najpogosteje se pojavlja prehranska tabela, včasih pa tudi označba orientacijske dnevne vrednosti oz. označba GDA. Prehranska tabela je kvantitativni prikaz prehranskih vrednosti določenega izdelka na zadnji strani embalaže izdelka (Čuk, 2009, str. 21), označba GDA pa je kratica za označbo orientacijske dnevne vrednosti sestavine živila (angl. *Guideline Daily Amount* – v nadaljevanju GDA). Gre za označbo na sprednji strani embalaže, ki vsebuje informacije o ključnih štirih sestavinah (sol, sladkor, maščobe in nenasičene maščobe) v porciji živila (Čuk, 2009, str. 25). Glede na raziskavo je s prehranskimi trditvami označenih 27% izdelkov, z

zdravstveno trditvijo pa 12%. Iz navedenega je razvidno, da je delež izdelkov, ki vsebujejo prehransko označbo (66%), bistveno večji od deleža izdelkov, ki bi po zakonu morali vsebovati prehransko označbo (približno 39%). Prehranske označbe so namreč v Sloveniji obvezne samo za tiste izdelke, ki na embalaži navajajo prehransko ali zdravstveno trditev (Ministrstvo za zdravje, b.l.). Iz raziskave je torej mogoče sklepati, da proizvajalci v Sloveniji velikokrat prostovoljno označujejo prehranske vrednosti oz. sestavo živil.

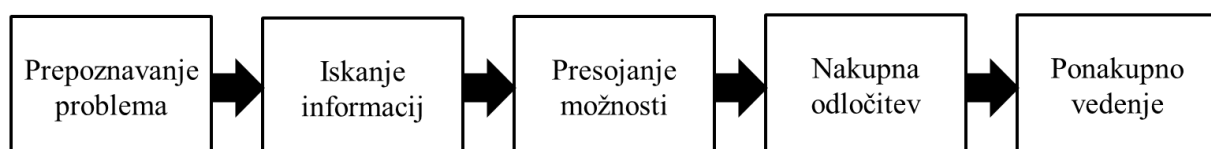
Kot lahko razberemo iz zgornjih ugotovitev raziskav različnih avtorjev in bom v svojem magistrskem delu s pomočjo kvantitativne raziskave preverjala tudi sama, prehranske označbe vplivajo na vedenje porabnikov in na njihovo nakupno odločitev. Nudijo verodostojno informacijo o vsebnosti sestavin v živilu ter na ta način podprejo ali ovržejo odločitev za nakup določenega izdelka. Če so bile nekdanje informacije na označbah pomembne predvsem za diabetike, ljudi s povišanim holesterolom ali ljudi s kakšno drugo zdravstveno omejitvijo pri izbiri živil, so danes te informacije pomembne za vsakogar. To je predvsem posledica spremembe vedenja porabnikov, modernega načina življenja, večje ozaveščenosti ljudi in vse večjega pomena zdravega načina življenja ter prepričanja, da lahko z branjem prehranskih označb in ustreznim nakupnim vedenjem preprečimo srčno-žilne bolezni, rakava obolenja in podobne bolezni (Zarkin, Dean, Mauskopf, & Williams, 1993, str. 717; Blaylock, Smallwood, & Variyam, 1996, str. 24; Campos, Doxey, & Hammond, 2011, str. 1499).

2 PROCES NAKUPNEGA ODLOČANJA PRI KUPOVANJU ŽIVIL

Opredelitev vedenja porabnikov razkriva, da je bistveni del njegovega preučevanja **nakupni proces**. Proces nakupnega odločanja je kompleksno poglavje znotraj vedenja porabnikov, ki ima v trženju velik pomen.

Od leta 1960, ko so raziskovalci začeli pospešeno preučevati področje vedenja porabnikov in v sklopu tega tudi proces nakupnega odločanja, so se razvili številni modeli procesa nakupnega odločanja, ki jih uporabljamo še danes. Pri tem se je treba zavedati, da imajo modeli nakupnega odločanja, ki so v uporabi že od 60. let 20. stoletja, določene omejitve. Predvidevajo namreč racionalno vedenje porabnikov, čeprav teorija navaja, da določene odločitve porabniki sprejmemo nezavedno (Erasmus et al., 2001, str. 83). Opisi posameznih stopenj v različnih modelih se nekoliko razlikujejo, največkrat pa se pojavlja pet temeljnih stopenj nakupnega odločanja, in sicer spodnja Slika 1 prikazuje stopnje po Kotlerju (2004, str. 204).

Slika 1: Stopnje nakupnega odločanja



Vir: P. Kotler, Management trženja, 2004, str. 204.

Kotler (2004, str. 204) ugotavlja, da porabniki pri nakupu izdelkov ne gredo vedno skozi vse faze oz. stopnje tega modela. Pri nakupu določenih izdelkov ali storitev gre na primer za ustaljeno nakupno vedenje, kjer je vpletenost porabnika nizka, zato porabnik določene stopnje v modelu nakupnega odločanja preskoči. Po drugi strani pa se porabniki pri nakupovanju določenih izdelkov ali storitev lahko vrnejo na predhodno stopnjo v modelu nakupnega odločanja, ker gre za večjo vpletenost v nakup.

Teorija pravi, da je nakupno odločanje v veliki meri odvisno od vrste nakupne odločitve. Bolj kot je zapleten in drag nakup, bolj je proces odločanja zapleten in vsebuje več premišljevanja, iskanja informacij in vpletanja mnenj ostalih oseb (Kotler, 2004, str. 200). Proces nakupnega odločanja pri kupovanju živil se razlikuje od porabnika do porabnika, saj na vsakega posameznika vplivajo različni dejavniki, ki jih bom podrobneje opisala v nadaljevanju. Nedavne raziskave kažejo, da tradicionalno prepričanje, da gre pri nakupovanju živil za rutinski nakup, za katerega sta značilna nizka vpletenost porabnika in omejeno iskanje zunanjih informacij, ne drži več. Zaradi obilice ponudbe in vse večje ozaveščenosti porabnikov o zdravi prehrani je namreč proces nakupovanja prehranskih izdelkov postal bolj zapleten, porabnik je veliko bolj vpleten in pri iskanju informacij posega tako po notranjih informacijah kot tudi zunanjih. Pri tem ima velik vpliv tudi prehranska označba na živilu, saj pri porabniku zniža stopnjo negotovosti in poveča zaupanje v izdelek. Proces nakupovanja hrane v današnjem času torej lahko opišemo kot bolj zahteven proces, ki terja večjo vpletenost porabnika in večjo potrebo po informacijah (Prinsloo, van der Merve, Bosman, & Erasmus, 2012, str. 92). Tudi Silayoi in Speece (2004) v svoji raziskavi ugotavljata, da ustaljeno nakupno vedenje ni več značilno za kupovanje prehranskih izdelkov. Ker mora porabnik v kratkem času izbrati med številnimi alternativami, posveti več pozornosti prehranski označbi in s tem zmanjša negotovost ter poveča zaupanje v izdelek, ki ga kupi (Jabir, Kapoor, & Moorthy, 2010, str. 111). Porabniki sicer pozorneje preučujejo prehranske označbe pri izdelkih, ki imajo kompleksnejšo prehransko sestavo (Graham & Jeffery, 2012).

V nadaljevanju bom podrobneje opisala posamezno stopnjo v procesu nakupnega odločanja in teorijo aplicirala na področje prehranskih označb.

2.1 Prepoznavanje potrebe

Prva stopnja v petstopenjskem modelu porabnikovega nakupnega odločanja se začne v trenutku, ko porabnik zazna problem ali potrebo, ki jo sproži **notranji** ali **zunani dražljaj**. Pri **notranjem dražljaju** govorimo o porabnikovih fizičnih potrebah, **zunani dražljaji** pa so dražljaji iz okolja (Kotler, 2004, str. 204).

Problem nastane kot neravnovesje med porabnikovim želenim stanjem in dejanskim stanjem (Kotler, 2004, str. 204). Željeno stanje nastane kot posledica porabnikovega razmišljanja, novosti na trgu ali zaradi vpliva referenčnih skupin. Na zaznavanje dejanskega stanja vplivajo pomanjkanje zaloge, nove potrebe in želje ter ponakupna ocena. Na obe stanji vpliva skupina dejavnikov, kamor avtorji prištevajo finančno stanje, predhodne odločitve, družinske

karakteristike, kulturo, individualne dejavnike in razvoj, trenutno stanje in trženje (Bruner & Pomazal, 1988, str. 45).

Na podlagi zaznanega želenega in dejanskega stanja porabnik obdeluje informacije in na podlagi spomina in motivov določi, ali je z razmerjem zadovoljen ali ne. Nadalje se odloči, ali bo zaznano neravnovesje potešil ali ne. Če porabnik v procesu prepozna potrebo in posledično zazna problem, mora v naslednjem koraku ugotoviti, s katerim izdelkom ali storitvijo bo problem rešil. Na podlagi tega sledi naslednji korak, v katerem bodisi začne iskati informacije (torej nadaljuje z naslednjo stopnjo v procesu nakupnega odločanja), se takoj odloči za nakup in s tem preskoči določene stopnje v odločitvenem modelu ali pa sprejme kakšno drugo odločitev (Bruner & Pomazal, 1988, str. 45).

Belch in Belch (1999, str. 104–106) navajata podobne vzroke za nastanek potrebe:

- **Pomanjkanje zaloge:** Problem se pojavi, ko nam zmanjka zaloge določenega izdelka. V takšnih primerih je nakupna odločitev, ki sledi, navadno rutinska, porabnik izbere isti izdelek ali pa podobnega.
- **Nezadovoljstvo:** Problem se pojavi zaradi nezadovoljstva s trenutnim stanjem oz. izdelkom.
- **Nove potrebe/želje:** Nastanejo kot posledica sprememb v življenju porabnika.
- **Povezani izdelki/nakupi:** Zaradi nakupa enega izdelka ali storitve nastane potreba po novem izdelku ali storitvi.
- **Vpliv trženja:** Potrebe nastanejo kot posledica oglaševanja, ki v porabniku vzbudi nezadovoljstvo s trenutnim stanjem.
- **Novi izdelki:** Potreba nastane, ko na trg vstopi nov, izboljššan izdelek.

Prepoznavanje potrebe se razlikuje glede na način, kako lahko porabnik reši nastali problem. Fokus porabnika pri prepoznavi potrebe in njegovi rešitvi je lahko namreč **ozek**, pri čemer porabnikovo potrebo zadovolji specifični izdelek, ali **širok**, kjer porabnik nima preference glede izdelka, ki bi zadovoljil njegovo željo. Prepoznavanje potrebe se razlikuje tudi po času, ki je potreben, da porabnik zazna potrebo oz. neravnovesje med dejanskim in želenim stanjem. Pri nakupovanju hrane problem nastane hitro (porabnik npr. ugotovi, da je zmanjkalo kruha ali začuti lahkoto), zato gre v tem primeru za enostavno prepoznavanje potrebe (Bruner & Pomazal, 1988).

V primeru nakupovanja predpakiranih prehranskih izdelkov je naslednja stopnja v procesu nakupnega odločanja odvisna od porabnika in dejavnikov, ki vplivajo nanj. Tako je lahko na primer za enega porabnika nakup kruha rutinski nakup, pri katerem na podlagi razlike med dejanskim (npr. zmanjkalo je kruha) in želenim stanjem (npr. imeti kruh) kupi prvi hlebec, ki mu pride pod roke. Pri tem gre za širok fokus, pri katerem potrebo porabnika lahko zadovolji širok nabor izdelkov. Drugi porabnik pa lahko na podlagi iste prepoznane potrebe v trgovini podrobno pregleda ponudbo in išče informacije o sestavi kruha, državi porekla, načinu priprave, vsebnosti glutena, kalorijski vrednosti ipd. V tem primeru gre za bolj zapleten nakupni proces,

ki sestoji iz vseh stopenj nakupnega odločanja. Pri končni odločitvi mu v tem primeru pomaga tudi prehranska označba. Na nakupno vedenje porabnikov torej vplivajo različni dejavniki, ki jih bom podrobneje navedla v naslednjem poglavju.

2.2 Pomembnost prehranskih označb pri iskanju informacij na embalaži živil

Po tem, ko porabnik prepozna problem in verjame, da je zadovoljitev potrebe oz. rešitev nastalega problema znotraj njegovih zmožnosti, nadaljuje z naslednjo stopnjo v procesu nakupnega odločanja. Blackwell et al. (2001, str. 106) opredeljujejo iskanje informacij kot motivirano brskanje po informacijah, shranjenih v spominu, ali pridobitev informacij glede potencialnih izdelkov za potešitev potrebe iz okolja.

Solomon, Bomossy, Askegaard in Hogg (2013, str. 342, 343) iskanje informacij opisujejo kot proces, v katerem porabnik raziskuje okolico v iskanju informacij, na podlagi katerih bo lahko sprejel smotrno odločitev. Informacije v okolici lahko pridobi prek oglaševanja, prijateljev, opazovanja ipd. (t. i. zunanje iskanje) ali pa informacije poišče v svojem spominu (t. i. notranje iskanje).

Blackwell et al. (2001, str. 106) opisujejo iskanje informacij kot motivirano aktivacijo že pridobljenega znanja ali pridobitev informacij iz okolja z namenom zadovoljitve zaznane potrebe.

Kot je razvidno iz zgornjih navedb, avtorji razlikujejo med **notranjim** in **zunanjim iskanjem informacij**.

Pri **notranjem iskanju** se porabnik spomni svojih preteklih nakupnih odločitev in ponakupnih izkušenj ter nakup ponovi brez iskanja zunanjih informacij. Zadostnost teh informacij za nakupno odločitev je odvisna od številnih dejavnikov, med drugim od zmožnosti priklica informacij iz spomina, zadostnosti obstoječih notranjih virov informacij, njihove kakovosti, pogostosti nakupa ipd. (Blackwell et al., 2001, str. 106; Solomon et al., 2013, str. 343).

Kadar zgolj notranje informacije ne zadostujejo za nakupno odločitev, porabnik išče dodatne informacije v okolju (**zunanje iskanje**). Pri tem lahko govorimo o t. i. prednakupnem iskanju, kjer porabnik išče informacije zaradi prihodnjega nakupa, lahko pa govorimo tudi o stalnem iskanju, za katero je značilno, da porabnik išče informacije ne glede na to, ali namerava izdelek kupiti ali ne (Blackwell et al., 2001, str. 107).

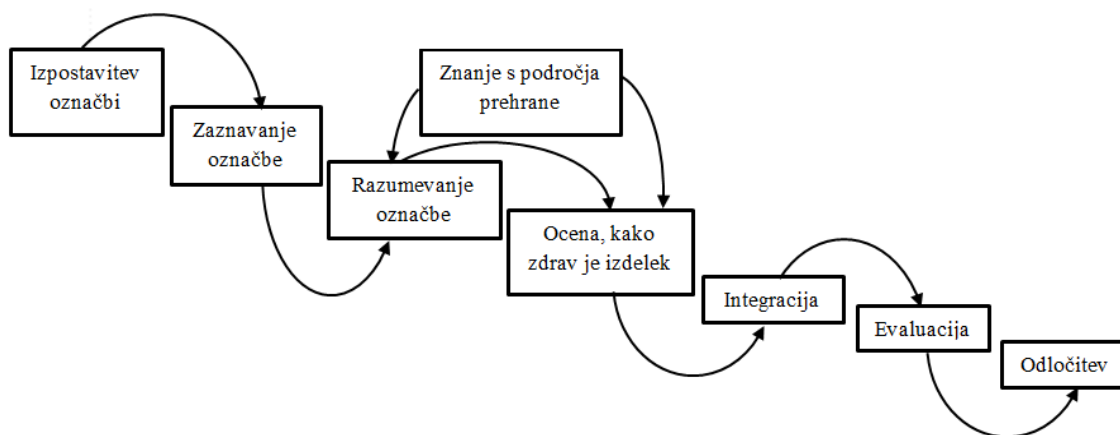
Za iskanje informacij pri prehranskih izdelkih je značilno, da lahko porabnik vse informacije najde na prodajnem mestu s prebiranjem prehranskih označb na izdelkih. Če porabnik pri iskanju informacij o določenem prehranskem izdelku uporabi **zunanje iskanje**, je eden izmed načinov, da pridobi bistvene informacije, prebiranje prehranskih in drugih označb na izdelku neposredno na prodajnem mestu. Pri tem je zelo pomembno, da so navedbe na embalaži

razumljive vsem porabnikom in lahko na podlagi teh informacij sprejmejo hitro odločitev glede nakupa izdelka (Prinsloo et al., 2012, str. 91–92).

Blackwell et al. (2001, str. 76) navajajo 5 faz procesiranja informacij pri kupovanju prehranskih izdelkov. Po prvi fazi, tj. **izpostavitvi prehranski označbi**, sledi faza, v kateri porabnik nameni **pozornost** napisanemu na njej. Pri tem je bolj verjetno, da bo porabnik prebral prehranske označbe, če bo informacija relevantna za njegov nakup (kot npr. jasno in razumljivo označena vsebnost glutena za porabnika s celiakijo). Sledi faza **razumevanja**, v kateri porabnik novo pridobljeno informacijo tolmači in poveže s sorodnimi informacijami, ki jih že ima shranjene v spominu. Več kot ima porabnik podobnih izkušenj in informacij, lažje razume in interpretira novo informacijo. Če je informacija na prehranski označbi razumljiva in relevantna, jo porabnik **sprejme**. Posledično lahko spremeni svoje prepričanje in odnos do prehranskega izdelka. Z vidika trženja je to bistvenega pomena, saj lahko tržniki skozi informacije na embalaži vplivajo na porabnikovo stališče do izdelka in seveda na nakup. V zadnji fazi obdelovanja informacij si porabnik informacijo **zapomni** in mu je na voljo pri nadaljnjih odločitvah (Prinsloo et al., 2012, str. 93).

Podobne korake, ki jih grafično predstavljam tudi na Sliki 2 spodaj, navajajo tudi Grunert, Fernández-Celemín, Wills, Storcksdieck in Nureeva (2010, str. 262), ki pravijo, da mora biti porabnik prehranski označbi najprej **izpostavljen** in mora ta vzbuditi njegovo pozornost oz. jo mora **zaznati**. **Znanje** porabnika **s področja prehrane** med drugim vpliva na to, ali navedbe na označbi **razume**. Na podlagi svojega znanja in razumevanja prehranske označbe **oceni**, kako zdrav je izdelek, in če izdelek ustreza tudi njegovim morebitnim drugim kriterijem (okus, cena ipd), izdelek **kupi**.

Slika 2: Vpliv prehranskih označb na porabnika



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

Intenzivnost iskanja informacij se razlikuje glede na izdelek, ki ga porabnik kupuje, in glede na dejavnike, ki vplivajo na porabnika. Literatura navaja, da je intenzivnost iskanja informacij

odvisna od razmerja med koristnostjo nakupa in stroškom iskanja, tj. vloženim časom in trdom. Večja kot je korist, več časa je porabnik pripravljen posvetiti iskanju informacij in obratno. Porabnik je prav tako pripravljen posvetiti več časa in vložiti več truda v iskanje informacij o nakupih, pri katerih zaznava večje tveganje (Blackwell et al., 2001, str. 107–108).

Sodeč po raziskavah je iskanje informacij pri kupovanju prehranskih izdelkov kratkotrajno. Pri prvem nakupu določenega izdelka si porabniki pomagajo tudi z zunanji informacijami, kot so na primer prehranske označbe, cena, država porekla ipd., nadaljnji nakupi pa so mnogokrat osnovani na notranjih informacijah, ki izhajajo iz poznavanja izdelka, pretekle nakupne izkušnje ipd. Raziskave kažejo, da porabniki pri izbiri živil pogosto obupajo z iskanjem informacij že v 45 sekundah oz. da od trenutka, ko porabnik pride do police, kjer je postavljeno živilo, do trenutka, ko živilo postavi v nakupovalno košaro, mine le pičlih 12 sekund (Blackwell et al., 2001, str. 107). Isti avtorji (2001, str. 108) navajajo tudi, da je čas, ki ga porabniki namenijo za iskanje informacij, odvisen tudi od enostavnosti interpretacije informacij. Bolj kot so informacije porabniku razumljive, lažje jih interpretira in primerja med seboj, kar posledično vodi k večji vpletenosti v nakup oz. bolj poglobljenemu iskanju informacij.

Če ugotovitve apliciramo na označevanje prehranskih vrednosti živil, lahko sklepamo, da bi porabnik posvečal več pozornosti navedbam prehranskih vrednosti, če bi bile te navedene razumljivo, strnjeno in bi jih porabnik zlahka interpretiral in primerjal. Vpliv razumevanja, možnosti primerjanja in ostalih lastnosti prehranskih označb na nakupno odločitev porabnika bom raziskala tudi v svoji empirični študiji.

2.3 Pomembnost prehranskih označb pri presojanju možnosti

V stopnji presojanja možnosti porabnik vloži največ truda, saj se v tej točki odloči za nakup tistega izdelka, ki najbolj zadosti njegovim potrebam. Solomon et al. (2013, str. 338) navajajo, da sta postopek in kompleksnost presojanja možnosti odvisna od uporabljenega procesa nakupnega odločanja. Pri tem navajajo tri modele sprejemanja odločitev, ki se razlikujejo po vloženem trdu pri sklepanju odločitve. Razločujejo med **odločanjem iz navade**, pri katerem gre za odločanje z minimalnim vloženim trdom oz. izdelek kupimo celo avtomatično, brez da bi se tega zavedali, **zoženim procesom odločanja** in **razširjenim procesom odločanja**. Pri zoženem procesu odločanja gre za enostavne odločitve, pri katerih se porabniki odločajo po ustaljenem vzorcu (Solomon et al., 2013, str. 340). Nasprotno pa za razširjeni proces odločanja velja, da porabnik poglobljeno razmišlja o nakupu izdelka, ker so stroški in tveganje v primeru napačne odločitve visoki. Iskanje informacij in presojanje možnosti sta intenzivna in dolgotrajna (Solomon et al., 2013, str. 338).

Za nakupovanje prehranskih izdelkov je značilno, da lahko porabniki vse informacije dobijo na prodajnem mestu na embalaži izdelka. Kompleksnost presojanja možnosti je predvsem odvisna od pogostosti nakupa določenega živila. Kadar porabnik izdelek kupuje pogosto in je vpletenost v nakupni proces nizka, gre pri kupovanju živil največkrat za odločanje iz navade (Adamowicz

& Swait, 2013). Raziskave kažejo, da so informacije na prehranski označbi pomembne predvsem takrat, kadar prvič kupujemo določen izdelek. V tem primeru gre za zoženi proces odločanja, porabnik se zmerno poglobi v informacije, navedene na prehranski označbi, izdelke med seboj primerja in se odloči za tistega, ki najbolj ustreza njegovim potrebam. Skladno z opredelitvijo zoženega procesa odločanja porabnik pogleda informacije, ki so navedene na prehranski označbi, jih oceni glede na svoje znanje, potem pa oblikuje pričakovanja ter po nakupu oceni, ali je z izdelkom zadovoljen ali ne (Silayoi & Speece, 2004).

Klein (2005, str. 67) navaja, da je presojanje možnosti pri izbiri prehranskih izdelkov običajno hitro, pri prihodu novih izdelkov na trg pa se porabniki odločajo po zoženem procesu, pri čemer nove izdelke primerjajo z obstoječimi po enakih karakteristikah. Nekateri avtorji so nadalje v raziskavah ugotovili, da se porabniki zaradi obilice ponudbe in vse večje ozaveščenosti o zdravi prehrani mnogokrat pri nakupovanju prehranskih izdelkov odločajo tudi po razširjenem procesu odločanja, saj je porabnik močno vpleten v nakup (Prinsloo et al., 2012, str. 92).

2.4 Pomembnost prehranskih označb za nakupno odločitev

Presojanju možnosti sledi četrta stopnja v modelu nakupnega odločanja, nakupna odločitev. Kotler (2004, str. 207) pravi, da lahko porabniku po oblikovanju nakupne namere nakup preprečita dva dejavnika. Prvi dejavnik so **stališča drugih**. Njihov vpliv na porabnika je odvisen od moči negativnega stališča druge osebe do izbrane blagovne znamke in porabnikove podredljivosti mnenjem drugih. V sklopu stališč drugih na porabnikovo nakupno odločitev vplivajo tudi infomedijari. Ta pojem zajema objave ocen tretjih oseb, na primer mnenja kritikov, mnenja porabnikov spletnih klepetalnic ipd. V to kategorijo lahko prištevamo tudi prehranske označbe, saj gre pri njih za navajanje prehranskih informacij na podlagi smernic kvalificiranih institucij. Drugi dejavnik, ki prav tako lahko porabnika odvrne od nakupa, so **nepričakovane okoliščine** (Kotler, 2004, str. 207). Porabnik lahko pri kupovanju hrane npr. ugotovi, da za nakup zelenega izdelka nima zadosti denarja, premisli si lahko zaradi gneče na blagajni, neprijaznega prodajalca ipd.

Glede na intenzivnost načrtovanja nakupa Ule in Kline (1996, str. 243) razlikujeta med tremi vrstami nakupnih teženj:

- **Popolnoma načrtovan nakup**, pri katerem porabnik točno ve, kateri izdelek bo kupil.
- **Delno načrtovan nakup**, kjer se porabnik vnaprej odloči, kateri izdelek bo kupil, blagovno znamko pa izbere na prodajnem mestu.
- **Nenačrtovan nakup**, za katerega velja, da porabnik na prodajnem mestu izbere izdelek in blagovno znamko brez predhodnega razmišljanja o nakupu.

Pri zadnjih dveh vrstah nakupnih teženj imajo pomembno vlogo tudi prehranske označbe, saj pri porabniku zmanjšajo zaznano tveganje, ki izhaja iz sestavin izdelka, in povečajo verjetnost, da se porabnik odloči za nakup izdelka, ki najbolj ustreza njegovim kriterijem. S pomočjo prehranskih označb lažje izbere med izdelki, ki jih je v fazi presojanja možnosti uvrstil v ožji

izbor. Številne študije dokazujejo, da **označevanje prehranskih vrednosti vpliva na nakupno odločitev porabnika**. Nekaj ugotovitev raziskav povzemam v nadaljevanju:

McEachern in Warnaby (2008) v raziskavi ugotavljata, da imajo označbe vpliv na nakupno odločitev, saj povečajo porabnikovo poznavanje izdelka. Slednje sta s pomočjo metode sledenja očem potrdila tudi Graham in Jeffery (2012), ki sta ugotovila, da porabniki več časa gledajo označbe prehranskih vrednosti tistih izdelkov, ki jih kupijo, v povprečju pa bolj verjetno pogledajo prehranske označbe tistih živil, ki jih ne kupijo. Slednje najverjetneje izhaja iz dejstva, da porabniki za ponavljajoče se nakupe iz navade ne prebirajo prehranskih označb.

Drichoutis, Lazaridis in Nayga (2006) pravijo, da je vpliv prehranskih označb še večji takrat, ko tržniki navedbe na prehranskih označbah podprejo tudi s trženjsko kampanjo, ki dodatno informira porabnike. Avtorji navajajo, da prehranske označbe vplivajo na nakupno odločitev zato, ker oblikujejo porabnikovo zaznavanje izdelka. Zdravstvene ali prehranske trditve na sprednji strani embalaže po rezultatih raziskav vplivajo na zaznavanje izdelka kot bolj zdravega, kar posledično poveča verjetnost, da bo porabnik kupil izdelek, ne glede na informacije in nakupno namero, ki jo je imel prej. Pri tem pa avtorji izpostavljajo, da porabniki pri branju prehranskih označb tehtajo med informacijami, ki so navedene na označbah, in okusom in se včasih odločijo tudi na podlagi slednjega, kar nakazuje, da lahko prevladajo osebne preference.

Predhodno ugotovitev potrjuje tudi raziskava avtoric Godwinove, Speller-Hendersonove in Thompsonove (2006), ki ugotavljajo, da imajo osebne preference močnejši vpliv na izbiro hrane kot informacije, navedene na prehranski označbi. Do tega zaključka so prišle tako, da so porabnikom ponudile informacijo glede kalorične vrednosti njihovega najljubšega prigrizka, ki je znašala 600 kalorij, ter jih vprašale, ali bi izdelek vseeno kupili. Kar 65% anketirancev bi zagotovo kupilo izdelek, 26% bi jih verjetno kupilo izdelek, le 9% bi si jih na podlagi te informacije premislilo in izdelka ne bi kupili.

Drichoutis et al. (2006) povzemajo rezultate študij in navajajo, da prehranske označbe vplivajo na nakupno odločitev predvsem zato, ker se porabniki želijo izogniti zdravju škodljivim sestavinam v živilu. Slednje potrjujeta avtorja Gabriels in Lambert (2013, str. 5), ki v raziskavi vpliva označb na izdelkih na nakup prehranskih dopolnil ugotavljata, da bi informacije na embalaži izdelka močno vplivale na nakupno odločitev skoraj 70% porabnikov. Pri tem so porabniki želeli izvedeti predvsem, ali izdelek vsebuje zdravju škodljive sestavine. Označene sestavine na prehranski označbi so močno vplivale na nakupno odločitev 40% anketirancev, in sicer bolj kot blagovna znamka izdelka (37%) in ostale sestavine embalaže. V primeru prehranskih dopolnil tveganje ne izhaja iz cene, temveč iz sestavin izdelka. Pri tem se lahko navežem na teoretično izhodišče Kotlerja (2004, str. 207), ki pravi, da je porabnikova nakupna odločitev odvisna tudi od zaznanega tveganja, ki ga porabnik povezuje z nakupom izdelka. Vpliv prehranskih označb na zaznano tveganje sta v svojem delu raziskovala tudi Rodolfo in Nayga (1999). Ugotovila sta, da zaznano tveganje povzroči, da porabniki intenzivneje iščejo informacije, kar velja tudi za prehranske izdelke. Zaznano tveganje porabnika glede

negativnega vpliva določenega izdelka na zdravje lahko proizvajalci zmanjšajo z uporabo prehranskih označb.

2.5 Pomembnost prehranskih označb pri ponakupnem vedenju

Zadnja stopnja v procesu nakupnega odločanja je ponakupno vedenje. V tej stopnji porabnik občuti zadovoljstvo ali nezadovoljstvo s kupljenim izdelkom. Zadovoljstvo se pojavi takrat, kadar izdelek doseže porabnikova pričakovanja, nasprotno pa se nezadovoljstvo pojavi, če so bila porabnikova pričakovanja previsoka (Blackwell et al., 2001, str. 80).

Mowen in Minor (2001, str. 199) pravita, da je zadovoljstvo porabnika odvisno od tega, ali izdelek presega, dosega ali ne dosega njegovih pričakovanj. Na podlagi tega nastanejo pozitivna, negativna ali nevtralna čustva, ki lahko pozitivno ali negativno vplivajo na namero po ponovnem nakupu. Če je porabnikovo mnenje glede izdelka nevtralnno, je glede ponovnega nakupa indiferenten.

Pri prehranskih označbah izdelka lahko zadovoljstvo oz. nezadovoljstvo porabnika izhaja iz **fizičnih atributov** označb, kot so velikost pisave, oblika pisave ali barva, ali pa **informacijskih atributov**, kot sta na primer sestava izdelka ali kalorična vrednost. Porabniki lahko po nakupu izdelka preverijo, ali informacije, navedene na prehranski označbi, držijo, in se na podlagi tega odločijo za ponovni nakup (Prinsloo et al., 2012, str. 93).

Prinsloo et al. (2012, str. 93) kot najpogostejše vzroke za nezadovoljstvo s prehranskimi označbami navajajo slabo vidnost prehranske označbe, nerazumljivost prehranske označbe in njene strukture, preveč ali premalo informacij, nezaupanje v informacije in nemožnost najti ključne informacije.

Glede na dejstvo, da vse več porabnikov bere prehranske označbe, je torej pomembno, da jih proizvajalci oblikujejo tako, da so vidne, razumljive in verodostojne, informativno zadostne in na pravem mestu. Na ta način bodo povečali verjetnost, da se bo porabnik odločil za nakup njihovega izdelka. V kolikor porabnik v ponakupnem procesu ugotovi, da navedbe na embalaži držijo in so njegova pričakovanja dosežena, je verjetno, da bo nakup ponovil (Prinsloo et al., 2012, str. 93).

3 DEJAVNIKI VPLIVA NA NAKUPNO ODLOČITEV ZA ŽIVILA

Nakupno vedenje porabnika je kompleksno poglavje znotraj vedenja porabnikov, za tržnike pa je bistvenega pomena, da se zavedajo, kateri dejavniki nanj vplivajo, kateri dejavniki v posamezni situaciji prevladujejo ter kako nagovoriti porabnika, da pri njem spodbudijo zeleno vedenje. Vsak porabnik se namreč v dani situaciji obnaša nekoliko drugače, odvisno od tega, kateri dejavniki vplivajo nanj in v kolikšni meri. V nadaljevanju navajam nekaj teoretičnih izhodišč glede dejavnikov, ki vplivajo na nakupne odločitve.

Brassington in Pettitt (2006, str. 112–133, 137) med dejavniki, ki vplivajo na nakupno odločitev, ločita tri bistvene skupine, in sicer:

- **Zunanje dejavnike**, kamor prištevata družbene in kulturne vplive, vpliv tehnologije, vpliv ekonomske situacije, vpliv konkurentov, vpliv politike in zakonodaje.
- **Notranje oz. psihološke dejavnike**, kamor sodijo osebnost posameznika, njegovo zaznavanje informacij, učenje, njegovi motivi in stališča.
- **Družbeno-kulturne dejavnike**, kot na primer družbeni razred, kultura, subkultura, referenčne skupine in družina.

Podobno med temeljne dejavnike, ki vplivajo na nakupno vedenje porabnikov, Blackwell et al. (2001, str. 84) prištevajo individualne razlike, vplive okolja in psihološke procese. V skupino **individualnih razlik** uvrščajo demografijo, psihološke dejavnike, vrednote in osebnost, porabnikove vire (čas, denar, zmožnost pridobivanja in procesiranja informacij), motivacijo, znanje in stališča. Pri **vplivih okolja** naštevajo kulturo, družbeni razred, družino, vpliv ostalih ljudi in situacijski vpliv. Zadnja skupina pa so **psihološki procesi**, med katere sodijo obdelovanje informacij, učenje ter spreminjanje stališč in vedenja.

Pri pisanju magistrskega dela sem pri prebiranju dosedanjih raziskav na temo prehranskih označb naletela na številne študije, v katerih so avtorji izpostavili različne dejavnike, ki vplivajo na uporabo prehranske označbe na izdelku. Najpomembnejše dejavnike sem smiselno razdelila v dve skupini: **notranje in zunanje dejavnike** in jih navajam v nadaljevanju.

3.1 Notranji dejavniki

Notranje oz. osebne značilnosti vsakega posameznika vplivajo na uporabo prehranskih označb in določajo tudi, kako se porabnik odziva na zunanje dejavnike. Med notranjimi dejavniki so najpomembnejše potrebe, motivi, osebnostne značilnosti, zaznavanje, stališča in znanje. Jacobs, de Beer in Larney (2011, str. 511) navajajo med notranjimi dejavniki še porabnikove demografske značilnosti (spol, velikost gospodinjstva, raso, izobrazbeno stopnjo, znanje na področju prehrane in zdravstveno stanje) in situacijske dejavnike (zaposlitveni status, ekonomsko situacijo oz. dohodek in časovne omejitve). V nadaljevanju opisujem vsakega izmed navedenih notranjih dejavnikov v povezavi s prehranskimi označbami.

Potrebe. Porabnik lahko s pregledovanjem prehranskih označb poteši racionalno potrebo po informacijah o kakovosti ali prehranski vrednosti, na podlagi katerih se odloči za nakup izdelka. Porabnik lahko zadosti tudi čustveni potrebi, če na primer navedba na prehranski označbi nakazuje, da gre za edinstven izdelek, in porabnik na ta način pridobi neki družbeni status ali občudovanje drugih (Du Plessis & Rousseau, 2003, str. 229).

Motivi porabnikov za uporabo prehranskih označb so v prvi vrsti osebne narave in lahko izhajajo iz verskega prepričanja, zdravstvenega stanja ali življenjskega sloga. Osebni motivi so podkrepjeni tudi z vplivi iz okolja, kot je na primer medijska izpostavljenost pomena zdrave prehrane (Prinsloo et al., 2012, str. 90).

Osebnost posameznika ima pomemben vpliv na branje prehranskih označb. Prehranske označbe so na primer pomembnejše za porabnike, ki so bolj inovativni in radi preizkušajo nove izdelke. Pri tem si pomagajo z označbami, s katerimi zmanjšajo tveganje in zadostijo vsaj osnovnim kriterijem, ki so pomembni za nakup. »Tradicionalni« porabniki se redkeje poslužujejo prehranskih označb in kupujejo izdelke, ki so jim znani (nakup iz navade) (Schiffman & Kanuk, 2010, str. 460). Raziskave kažejo, da osebnost vpliva tudi na preferenco glede barve, formata, velikosti in oblike pisave na prehranski označbi.

Zaznavanje je proces izbire, urejanja in razlage vhodne informacije z namenom ustvarjanja smiselne podobe sveta, ki posameznika obdaja. Pogojeno je s fizičnimi dražljaji, odnosi med temi dražljaji, okoljem in porabnikovim notranjim stanjem (Kotler, 2004, str. 197). Zaznavanje prehranskih označb je odvisno od porabnika, proizvajalci pa na čute porabnikov vplivajo z barvami, oblikami pisave in načini oblikovanja prehranskih označb.

Stališča. Kotler (2004, str. 199) navaja, da je stališče »posameznikova trajna, pozitivna ali negativna ocena, njegovi čustveni občutki in vedenjska nagnjenja do nekega objekta ali ideje«. Schiffman in Kanuk (2010, str. 249) menita, da na stališča porabnikov med drugim vpliva tudi porabnikovo znanje, zato so prehranske označbe priložnost za proizvajalce, da porabnike izobrazijo in posledično vplivajo na njihova stališča. Ker so navedbe na prehranskih označbah lahko močno trženjsko orožje, so kriteriji za označevanje prehranskih vrednosti, ki pozitivno vplivajo na stališča porabnikov, posebno strogo določeni.

Izobrazba. Znanje porabnika pomembno vpliva na njegovo zmožnost interpretiranja informacij na prehranski označbi in posledično na nakupno odločitev. Levy in Fein (1998, 213) sta v raziskavi prišla do zaključka, da imajo slabše izobraženi porabniki več težav pri razumevanju prehranskih označb. Prav tako imajo višje izobraženi porabniki večji interes po branju prehranskih označb, saj razumejo informacije, ki so navedene (Anderson & Coertze, 2001, str. 34).

Znanje s področja prehrane. Nayga (2000, str. 109) je v raziskavi prišel do zaključka, da znanje na področju prehrane ne vpliva na večjo uporabo prehranskih označb. V novejši raziskavi na temo povezave znanja o prehrani z uporabo prehranskih označb so avtorji Carrillo, Varela in Fiszman (2012) ugotovili ravno nasprotno: branje prehranskih označb je tesno povezano s poznavanjem zdrave prehrane. Rezultati namreč kažejo, da je kar 54% vseh anketirancev z višjo stopnjo znanja na področju zdrave prehrane odgovorilo, da vedno ali pogosto svojo nakupno odločitev sprejmejo na podlagi branja prehranske označbe. V nasprotju z njimi pa kar 67% anketirancev z nizko stopnjo znanja na področju prehrane trdi, da na njihov nakup prehranska označba vpliva zgolj redko ali nikoli. Menijo namreč, da je označba preveč tehnična in je ne razumejo. Velik vpliv znanja na področju prehrane na uporabo prehranskih označb so v svojih raziskavah potrdili tudi ostali avtorji, med drugimi Barreiro-Hurlé, Gracia in de-Magistris (2010) ter Drichoutis in Lazaridis (2005).

Ker se ugotovitve avtorjev glede povezave med znanjem na področju prehrane in uporabo prehranskih označb razlikujejo, bom v svoji raziskavi tudi sama preverila, kakšna je povezava med njima v Sloveniji. Kot kažejo dosedanje raziskave, naj bi ljudje z manj znanja na področju prehrane označili prehranske označbe kot nerazumljive in preveč tehnične, zato bom raziskovala tudi, kako različne oblike prehranskih označb vplivajo na verjetnost branja prehranskih označb in razumevanje podanih informacij.

Demografske značilnosti. Raziskave vpliva spola na branje prehranskih označb kažejo, da jih pogosteje berejo ženske. Razlogi za to so lahko različni. Wang, Fletcher in Carley (1995, str. 378) navajajo, da ženske v skrbi za svojo družino pogosteje berejo prehranske označbe. Prav tako je mogoče, da je večji interes žensk posledica medijskega pritiska na ženske in poudarjanja pomena idealne telesne teže (Scott & Worsley, 1997, str. 7). Wang et al. (1995, str. 377–378) kot pomembna demografska dejavnika, ki vplivata na branje prehranskih označb in nakupno odločitev, navajajo še velikost gospodinjstva in rasno pripadnost. Pri vplivu velikosti gospodinjstva na verjetnost branja prehranskih označb, so mnenja avtorjev različna. Nayga (1996) pravi, da večja gospodinjstva pogosteje berejo prehranske označbe, po drugi strani pa Drichoutis et al. (2006) ugotavljajo, da se verjetnost branja prehranskih označb zmanjšuje z večanjem gospodinjstva. Pri rasni pripadnosti je raziskava pokazala, da belci pogosteje berejo prehranske označbe kot pripadniki drugih ras.

Zdravstveno stanje. Med dejavniki, ki pomembno vplivajo na branje prehranskih označb, je tudi zdravje porabnika. Porabniki, ki morajo slediti posebni dieti in so posledično bolj ozaveščeni o pomenu zdrave prehrane, bodo bolj verjetno prebrali prehransko označbo (Sung-Yong, Nayga, & Capps, 2001, str. 355).

Porabnikovi viri in situacijski faktorji. Avtorji med glavne dejavnike, ki vplivajo na branje prehranskih označb, v tem sklopu prištevajo porabnikov zaposlitveni status, razpoložljiv čas in denar. Raziskave s tega področja kažejo, da obstaja negativna povezava med razpoložljivim časom in branjem prehranskih označb. V raziskavi, v kateri je sodelovalo 200 porabnikov, je Nayga (2000, str. 108) prišel do zaključka, da brezposelni porabniki bolj verjetno berejo prehranske označbe. Avtor to povezuje z dejstvom, da imajo zaposleni manj časa in zato manjkrat berejo prehranske označbe. Lamb, Hair, McDaniel, Boshoff in Terblance (2010, str. 57) pravijo, da porabniki z nižjim dohodkom bolj verjetno berejo prehranske označbe zato, ker imajo omejen dohodek, ki ga želijo racionalno porabiti in posledično zahtevajo več za svoj denar.

3.2 Zunanji dejavniki

Poleg notranjih dejavnikov, o katerih sem pisala v prejšnji točki, na uporabo prehranskih označb vplivajo tudi zunanji dejavniki. Jacobs et al. (2011, str. 511) med zunanjimi dejavniki pri prehranskih označbah omenjajo tudi zakonodajo in proizvajalce.

Zakonodaja in proizvajalci sta močno prepletena dejavnika, saj zakonodaja proizvajalcem daje usmeritve, kaj mora oz. sme biti označeno na prehranski označbi, proizvajalci pa so odgovorni za oblikovanje, grafiko in resničnost informacij na prehranski označbi. Zakonodajna regulacija informacij na prehranskih označbah vpliva na večjo stopnjo zaupanja porabnikov in verodostojnost navedb na prehranski označbi (Jukes, 2000, str. 3).

Med zunanjimi dejavniki, ki prav tako vplivajo na odnos porabnikov do prehranskih označb, Prinsloo et al. (2012, str. 89) izpostavljajo tudi družbeni razred, kulturo in družino.

Družbeni razred sestavljajo posamezniki s podobnimi vrednotami, interesi in vedenjem (Blackwell et al., 2001, str. 85). Prehranske in druge označbe na embalaži izdelkov (predvsem blagovna znamka, poreklo izdelka, cena in kakovost izdelka) vplivajo na to, ali je določen izdelek primeren za določen družbeni razred ali ne. Če na primer gostimo prijatelje, ki so ekološko naravnani, bo pomembno, da bo na embalaži navedeno, da gre za ekološki izdelek.

Kultura zajema skupne vrednote, rituale, norme in tradicije predstavnikov določene organizacije ali družbe (Solomon et al., 2013, str. 529). Nemalokrat so norme, vrednote, rituali in tradicije tudi vezani na hrano, ki jo pripadniki te kulture jedo, kar nakazuje, da sta hrana in kultura med seboj tesno prepleteni in je ustrezno označevanje pomembno z vidika kulture (na primer označba »halaal«, ki označuje, da izdelek lahko jedo muslimani) (Bennion & Scheule, 2010, str. 3).

Družina je skupek dveh ali več oseb, ki so med seboj sorodstveno, zakonsko ali kako drugače povezane in živijo skupaj. **Gospodinjstvo** se od družine razlikuje po tem, da zajema vse člane, ki živijo v skupni bivalni enoti, tj. povezane in nepovezane člane (Blackwell et al., 2001, str. 390). Blackwell et al. (2001, str. 390) navajajo dva razloga, zakaj je bistveno razumeti nakupno odločanje v družini. Prvi razlog je dejstvo, da so porabniki, ki sestavljajo družino ali gospodinjstvo, glavna ciljna skupina za veliko izdelkov, ki obstajajo na trgu. Kot drugo pa se je pomembno tudi zavedati, da ima družina, ne glede na obliko, bistveni vpliv na nakupne odločitve posameznikov. Raziskava, izvedena na 15 družinah, razkriva, da so pri kupovanju hrane staršem pomembne predvsem kakovost, cena, blagovna znamka in želje otrok. Pri tem so ugotovili tudi, da prehranske označbe nimajo velikega vpliva na nakupno odločitev. Kljub temu pa raziskava kaže, da vseeno starši želijo informacije, saj želijo svojim otrokom priskrbeti le najboljše (Faupel, Haselhoff, Ziesak, & Holzmüller, 2014).

4 OZNAČEVANJE PREHRANSKIH VREDNOSTI ŽIVIL

Označevanje prehranskih vrednosti živil in branje prehranskih označb v zadnjih letih pridobivata pomen, prav tako se veliko vlaga v raziskave na tem področju, v zadnjih letih pa je veliko polemik tudi na področju uzakonjanja prehranskih označb in njihove predpisane oblike. Medtem ko so prehranske označbe za 90% izdelkov v ZDA po zakonu obvezne (prehranska tabela na zadnji strani embalaže), je označevanje prehranskih vrednosti živil v EU obvezno le, kadar se proizvajalec na embalaži izdelka sklicuje na kakšno zdravstveno ali prehransko trditev

(Ministrstvo za zdravje, b.l.). Po raziskavah sodeč je kljub temu označevanje prehranskih vrednosti v EU zelo pogosto, saj je prehranska tabela prisotna kar na 85% izdelkov, ki so bili vključeni v raziskavo, označba na sprednji strani embalaže pa kar na 49% izdelkov. Ista raziskava kaže, da ima označbo v obliki prehranske tabele v Sloveniji 70% živil, označbo na sprednji strani embalaže okoli 37% živil, od tega ima označbo GDA približno 12% izdelkov (Raats, b.l.). Rezultate delno potrjuje tudi prej omenjena slovenska raziskava Inštituta za nutricionistko, ki ugotavlja, da 66% izdelkov vsebuje prehransko tabelo, 39% izdelkov ima označbo na sprednji strani embalaže, označbo GDA pa ima 19% izdelkov (Pravst et al., 2013, str. 15).

Prehranske označbe so pomembno orodje za ozaveščanje ljudi o zdravi prehrani. Porabnikom označbe pomagajo pri izbiri najustrežnejšega izdelka in omogočajo primerjavo med istovrstnimi izdelki. Na podlagi informacij ima nato porabnik možnost izbrati bolj zdrav izdelek. Kot kažejo številne raziskave, prehranske označbe vplivajo na nižje stroške zdravstva in pozitivno vplivajo na zdravje ljudi (Anderson, Young, & Perryman, 2012).

Zgoraj navedene trditve pa držijo le, če porabniki prehranske označbe uporabljajo in jih razumejo. V Evropi zato že vrsto let poteka projekt FLABEL, ki preučuje vpliv prehranskih označb na nakupne odločitve porabnikov. Za vpliv prehranske označbe na porabnika mora biti zadoščeno številnim pogojem. Označba mora porabnika najprej zanimati (vzbuditi pozornost), mora mu biti razumljiva in porabnik mora imeti pozitiven odnos do označevanja prehranskih vrednosti. Na zanimanje porabnika, pozornost, ki jo nameni, razumevanje in nazadnje uporabo prehranske označbe med drugim vpliva tudi oblika prikaza prehranske vrednosti (European Food Information Council, 2012).

V želji, da bi porabniki v čim večji meri brali prehranske označbe, jih razumeli in se na podlagi tega odločili za bolj zdravo alternativo, so se razvili različni grafični načini prikazovanja prehranskih vrednosti (European community of consumer cooperatives, b.l.).

Čuk (2009, str. 21) navaja dve temeljnimi obliki prehranskih označb, in sicer označbe v obliki tabel, ki se vedno pojavljajo na zadnji strani embalaže (angl. *Back-of-Pack* – v nadaljevanju BOP), ter alternativne označbe, za katere je značilno, da so na sprednji strani embalaže (angl. *Front-of-Pack* – v nadaljevanju FOP). Med slednje avtor prišteva prehranske semaforje, označbe GDA, hibridne oz. kombinirane oblike označevanja, označevanje predpripravljenih obrokov v restavracijah in označevanje s simboli. Poleg lokacije označbe na embalaži so temeljne razlike med FOP in BOP tudi zakonska regulacija, količina in način podajanja informacij. Označbe BOP so bolj ali manj zakonsko regulirane (različno v EU, ZDA in drugod po svetu) in vsebujejo podrobne kvantitativne informacije glede vsebnosti posamezne sestavine izdelka. Pri označbah FOP gre za prostovoljni grafični prikaz na sprednji strani embalaže, ki ga proizvajalci lahko uporabijo le kot dodatek k zakonsko določeni prehranski tabeli na zadnji strani embalaže. Porabnika na enostaven in razumljiv način informirajo o glavnih sestavinah izdelka z uporabo kvalitativnih in kvantitativnih informacij (Čuk, 2009, str. 21).

V nadaljevanju opisujem posamezne oblike prehranskih označb ter navajam prednosti in slabosti posameznega načina označevanja, zakonodajne usmeritve in uporabo v EU in Sloveniji.

4.1 Prehranske označbe na zadnji strani embalaže živil (označbe BOP)

V nadaljevanju opisujem dve variaciji označb BOP in na kratko navajam zgodovino njihovega razvoja ter razlike med označbami BOP v ZDA in EU.

4.1.1 Prehranske tabele

V grobem ločimo dve obliki prehranskih označb v obliki tabele, ena je v uporabi v ZDA, druga pa v Evropski uniji. Za obe obliki velja, da sodita med t. i. označbe BOP, kar pomeni, da sta na zadnji strani embalaže živil.

- **Prehranske tabele v ZDA**

Prehranska tabela, ki jo uporabljajo v ZDA (Slika 1 v Prilogi 1), je z vidika označevanja prehranskih vrednosti izredno pomembna, saj predstavlja prvo sistematično označbo. V ZDA so jo uvedli leta 1993 (U. S. Food and Drug Administration, 1995). Vsebina in oblika označbe sta zakonsko določeni, dovoljeni sta le vertikalna in horizontalna različica. Prehranske vrednosti so predstavljene glede na porcijo v odstotkih priporočene dnevne vrednosti. Na označbi je navedeno število porcij v enem pakiranju. Za lažje branje so decimalne vrednosti zaokrožene. Temeljna prednost zakonsko določene oblike označevanja je lažja primerjava izdelkov zaradi standardizirane oblike (Čuk, 2009, str. 21).

- **Prehranske tabele v EU**

Prehranske tabele so v EU najpogostejša oblika prehranskih označb. V raziskavi v okviru projekta FLABEL so ugotovili, da so v EU označbe BOP v povprečju kar na 85% izdelkov, ki so jih preučevali v raziskavi. Na žalost je raziskava pokazala tudi, da je delež označenih izdelkov v Sloveniji nižji, saj je imelo označbo BOP le 70% izdelkov (EUFIC, 2010). Prehranska tabela je v EU obvezna za vse izdelke, ki se sklicujejo na specifično prehransko značilnost izdelka (npr. malo maščob, brez konzervansov ipd.), okvirno so določene tudi informacije, ki jih mora označba vsebovati. Ker oblika prehranske tabele v EU ni natančno predpisana, obstaja veliko variacij te označbe. Za vse velja, da morajo obvezno imeti prehranske vrednosti označene relativno na 100 g, dodatno pa so lahko navedene tudi prehranske vrednosti na porcijo (Čuk, 2009, str. 21). Med obvezne sestavine prehranske tabele sodijo tudi energijska vrednost (v kilodžulih in kilokalorijah) ter vsebnosti maščob, nasičenih maščobnih kislin, ogljikovih hidratov, sladkorjev, proteinov in soli v gramih (na 100 g) (Department of health, 2013). Na Sliki 2 v Prilogi 1 prikazujem primer prehranske tabele v EU z vsemi zakonsko predpisanimi elementi.

4.1.2 Kombinirane (hibridne) označbe BOP

Za lažje razumevanje prehranskih tabel obstajajo tudi prikazi, ki združujejo tri tipe označevanja: prehransko tabelo, označbo GDA in prehranski semafor (Slika 3 v Prilogi 1). Poleg numeričnih vrednosti so v prehranski tabeli vrednosti obarvane po pravilih prehranskega semaforja, dodan je tudi dodaten stolpec z vrednostmi GDA (Čuk, 2009, str. 27).

4.2 Prehranske označbe na sprednji strani embalaže živil (označbe FOP)

Na naslednjih straneh opisujem različne oblike prehranskih označb, ki se pojavljajo na sprednji strani embalaže izdelkov. Med zagovorniki posameznih oblik označb FOP je veliko polemik glede njihovih prednosti in slabosti, vpliva posamezne oblike na nakupno odločitev, razumljivosti, vsečnosti posamezne označbe ipd. V nadaljevanju navajam prednosti in slabosti posamezne označbe FOP, ki sem jih pridobila iz sekundarnih virov, v zadnjem poglavju teoretičnega dela magistrske naloge pa bom navedbe podkrepila še z bistvenimi ugotovitvami raziskav glede posamezne označbe.

4.2.1 Prehranski semafor

Prehranski semafor je leta 2006 uvedla britanska Agencija za prehranske standarde (angl. *Food Standards Agency* – v nadaljevanju FSA). Glavni cilj pri oblikovanju te prehranske označbe je bil olajšati porabnikom branje prehranskih označb in jim omogočiti sprejemanje bolj zdravih prehranskih odločitev (Barclay, 2012, str. 2). Razumljivost označbi dajejo barve, saj prehranski semafor sestavljajo rdeča, rumena in zelena barva, s pomočjo katerih lahko porabnik že na prvi pogled vidi, ali je vsebnost maščob, nasičenih maščob, sladkorja in soli »visoka«, »srednja« ali »nizka« (Tarabella & Voinea, 2013, str. 202). Kriteriji, na podlagi katerih so obarvane posamezne kategorije, temeljijo na priporočilih Komiteja za zdravstvene poglede na hrano in prehrano (angl. *Committee on Medical Aspects of Food and Nutrition* – COMA) in Komiteja za znanstveno svetovanje na področju nutricionistike (angl. *Advisory Committee on Nutrition* – SACN). Prehranski semafor ni obvezen, zato ga uporabljajo redki proizvajalci. FSA določa samo osnovne lastnosti prehranskega semaforja: kriterije za dodelitev posamezne barve, umestitev FOP in minimalno velikost tabele, zato se je razvilo več različic prikaza, ki jih naštevam v nadaljevanju (Čuk, 2009, str. 23):

- linearni prikaz prehranskega semaforja brez besednih navedb »visoko«, »nizko«, »srednje« (samo barvne označbe) (leva Slika 4 v Prilogi 1);
- linearni prikaz prehranskega semaforja, pri katerem so vrednosti poleg barv tudi napisane, kar je pomembno za ljudi, ki ne razločujejo med barvami (desna Slika 4 v Prilogi 1);
- prikaz v krogu brez besednih navedb;
- prikaz v krogu z barvnimi in besednimi navedbami vrednosti hranil.

Prednosti označevanja s pomočjo prehranskega semaforja so naslednje (Sacks, Rayner, & Swinburn, 2009; Tarabella & Voinea, 2013, str. 201):

- Omogoča hitro in enostavno primerjanje posameznih izdelkov.
- Označevanje vpliva na proizvajalce hrane, ki se trudijo narediti svoje izdelke bolj zdrave z nižanjem vsebnosti maščob, sladkorjev ipd.
- Podpirajo ga številne zdravstvene organizacije, ki menijo, da prehranski semafor porabnikom nudi jasno informacijo in s tem vpliva na bolj zdravo izbiro porabnikov.
- Ta način označevanja je uporaben za vse porabnike, ne glede na njihovo starost, spol, družbeni ali ekonomski sloj. Izkazal se je tudi kot enostavno orodje za ozaveščanje otrok o zdravi prehrani.
- Ker so prehranske vrednosti navedene na 100 gramov oz. 100 mililitrov in ne na porcijo, proizvajalci ne morejo informacij na embalaži prikrojiti sebi v prid.

Slabosti prehranskega semaforja so (Bussell, 2007, str. 37; Seven voices, b.l.; Tarabella & Voinea, 2013, str. 201; Wartella, Lichtenstein, Yaktine, & Nathan, 2011):

- Vsebuje samo podatke o slabih hranilih, onemogoča primerjavo z izdelki, na katerih so poleg slabih tudi dobra oz. »zdrava« hranila.
- Grunert in Wills (2007) trdita, da so nekatere informacije glede hranil porabnikom pomembnejše od drugih, prehranski semafor pa vsem hranilom da enak pomen.
- Porabnika ne informira o tem, kako pogosto sme uživati določeno živilo.
- Izdelki s popolnoma različnimi hranilnimi profili imajo lahko enako kombinacijo barv. Posledično se lahko porabniki odločijo za izdelek, ki je v resnici manj zdrav.
- Informacije so podane na 100 g živila, kar lahko da napačno sliko pri živilih, ki jih sicer porabniki uživajo v veliko manjših ali veliko večjih količinah.
- Najpomembnejša kritika je negativen vpliv na določene kategorije izdelkov, kot na primer na mlečne izdelke, oreščke, olivno olje ipd., ki imajo lahko določene vrednosti označene z rdečo barvo, čeprav so sicer dobri za zdravje.

4.2.2 Označbe GDA

Označbe GDA so prostovoljne označbe prehranskih vrednosti živil, ki jih proizvajalci lahko umestijo na sprednjo stran embalaže. Porabniku omogočajo, da enostavno ugotovi, koliko porcija posameznega živila prispeva k energijskem vnosu in vnosu ključnih hranil (Gospodarska zbornica Slovenije, b.l.). Označba se je prvič pojavila v Veliki Britaniji leta 1998 kot dodatek k prehranski tabeli. Označba GDA vsebuje informacije o količinah energije v porciji izdelka in njegovi sestavi ter porabnikom pomaga razumeti, kolikšen odstotek priporočenega dnevnega vnosa kilokalorij predstavljajo določen izdelek in njegove sestavine (Fletcher, 2006).

Poleg informacije o vsebnosti kilokalorij v eni porciji in odstotka priporočene dnevne energijske vrednosti so na označbi GDA navedene še informacije o vsebnosti sladkorjev, maščob, nasičenih maščob in soli. Vse informacije so navedene v gramih na porcijo ter kot odstotek priporočenega dnevnega vnosa posamezne sestavine (Sanitarium Health & Wellbeing, 2011) (Slika 5 v Prilogi 1).

V literaturi med **prednostmi** označevanja prehranskih vrednosti z označbami GDA najdemo naslednje (Čuk, 2009, str. 25; Bussell, 2007, str. 37):

- Zaradi manj variacij označb so označbe GDA prepoznavnejše, lažje razumljive in omogočajo lažje primerjanje izdelkov.
- Porabniki lahko na prvi pogled vidijo, kolikšen delež celotnega dnevnega vnosa energije in hranil predstavlja določen izdelek.
- Označba GDA vsebuje kalorijsko vrednost.
- V nasprotju s prehranskim semaforjem označba GDA ne podaja subjektivnih sodb na podlagi ozko zastavljenih kriterijev.
- Označba GDA ne namiguje, ali je določena hrana zdrava ali ne, to mnenje si ustvari vsak porabnik sam na podlagi informacij o % priporočene dnevne vrednosti.
- Označba GDA omogoča enostavno primerjavo izdelkov.

Po drugi strani kritiki navajajo tudi **negativne plati** tovrstnega označevanja (Tarabella & Voinea, 2013, str. 202):

- Označbe GDA so težje razumljive porabnikom z nižjo stopnjo izobrazbe.
- Osnovna oblika označbe GDA ne uporablja barv, zato morajo porabniki podatke natančno preučiti, če želijo razumeti pomen posamezne vrednosti.
- Označba GDA vsebuje le informacije o vsebnosti t. i. negativnih hranil in ne navaja kakovostnih hranil, ki imajo pozitiven vpliv na zdravje ljudi.
- Označba vsebuje informacije za odraslega, zdravega porabnika z zmerno telesno aktivnostjo, ne nudi pa realne informacije za športnike, otroke, starejše, nosečnice ipd.
- Povprečno porcijo izdelka določi proizvajalec in s tem lahko vpliva na informacijo na označbi GDA tako, da določi porcijo, ki je manjša od realne.
- Poimenovanja vrednosti se razlikujejo od poimenovanj, ki jih porabniki navadno uporabljajo. Kalorije se na primer označujejo kot »kcal«, sol pa kot »natrij« (Čuk, 2009, str. 25).

4.2.3 Kombinirane (hibridne) označbe FOP

Ker imajo označbe GDA in prehranski semaforji poleg številnih prednosti tudi nekatere slabosti, ki sem jih naštel zgoraj, se pogosto uporabljajo kombinirane (hibridne) označbe. Na podlagi prisotnosti besednih navedb za vsebnost posameznih hranil ločimo:

Barvne označbe GDA brez besednih navedb

Gre za nadgradnjo označb GDA s temeljno prednostjo prehranskega semaforja: barvnim razločevanjem med visokimi, srednjimi in nizkimi vrednostmi škodljivih hranil (leva Slika 6 v Prilogi 1).

Barvne označbe GDA z besednimi navedbami (multipli prehranski semafor)

Ta kombinirana označba združuje značilnosti označb GDA in prehranskega semaforja. Dodatni kvantitativni podatki, ki izhajajo iz označb GDA, so v tem primeru podprti še s kvalitativnimi elementi, in sicer barvami in besednimi navedbami (desna Slika 6 v Prilogi 1).

4.2.4 Prehranske označbe v restavracijah

Ena izmed oblik prehranskih označb so označbe predpripravljenih obrokov v restavracijah (Slika 7 v Prilogi 1). Primer takšnega označevanja je McDonalds, ki je razvil svoj način označevanja, ki na porabniku prijazen način navaja osnovne informacije o vsebnosti hranil v posameznem izdelku tako, da navaja dnevne orientacijske vrednosti v gramih in v odstotkih, navaja pa tudi energijsko vrednost izdelka (Čuk, 2009, str. 28).

4.2.5 Slikovne označbe (simboli)

Najbolj poenostavljeno označevanje živil je z enim samim simbolom, ki implicira na kakovost hrane in označuje izdelek kot celoto in ne ločeno glede na posamezno hranilo. Slika 8 v Prilogi 1 prikazuje simbol ključavnice (angl. *Keyhole*). Gre za simbol, ki je že kar dvajset let v uporabi na Švedskem, Norveškem in Danskem in porabnikom omogoča, da izberejo zdrav izdelek.

Slika 9 v Prilogi 1 prikazuje program Smart Choices, ki so ga nekatera ameriška podjetja začela uporabljati avgusta 2009 in naj bi služil kot simbol za zdrave izdelke, ki ustrezajo določenim prehranskim standardom. Že po le nekaj mesecih se je izkazalo, da so nekatera podjetja uporabljala simbol na izdelkih, ki niso ustrezala predpisanim standardom, zato so ga konec leta ukinili (Evans, 2010).

Tudi v Sloveniji obstaja kar nekaj slikovnih označb izdelkov oz. simbolov, pridobitev pravice do uporabe posameznega simbola pa je pogojena s številnimi predpisi. Na naših izdelkih lahko zasledimo označbo porekla, geografsko označbo, zajamčeno tradicionalno posebnost, označbo za višjo kakovost, integrirano pridelavo, ekološko pridelavo, od zasebnih blagovnih znamk pa sta najbolj znani slikovni označbi Biodar in Demeter (Ministrstvo za kmetijstvo in okolje, 2013). Eden izmed simbolov, ki ga pogosto zasledimo na pakiranih živilih, je simbol »Varuje zdravje« (Slika 10 v Prilogi 1). Ta simbol sem v empiričnem delu magistrske naloge vključila tudi v kvantitativno raziskavo. Podeljuje ga Društvo za zdravje srca in ožilja, in sicer samo izbranim živilom in jedilnikom, ki ustrezajo ocenjevalnim normativom. Pogoji za pridobitev tega simbola so nizka vsebnost maščob, nasičenih maščobnih kislin, nizka vsebnost holesterola, soli in sladkorja, nizka energijska vrednost in visoka vsebnost prehranskih vlaknin. Znak lahko pridobijo vsa pakirana živila, ki ustrezajo normativom in se prodajajo v slovenskih trgovinah, obvezni pa sta vsakoletna kontrola in sledljivost izdelka. Kadar pakiran izdelek vsebuje simbol »Varuje zdravje«, mora obvezno vsebovati tudi prehransko tabelo s hranilnimi snovmi, poudarek pa mora biti na tistih, zaradi katerih si je izdelek prislužil simbol »Varuje zdravje« (Znak »Varuje zdravje«, 2014).

Prednost te označbe je vsekakor na področju trženja, saj s preprostim znakom proizvajalci porabniku pošljejo zeleni signal.

Po drugi strani pa je bistvena **pomanjkljivost** takšne označbe v tem, da lahko porabnika zavede in izbere izdelek s slikovno označbo, čeprav je na voljo tudi bolj zdrav izdelek, ki tega simbola nima. Sodeč po raziskavah naj slikovne označbe ne bi vodile k pravilni oz. najbolj zdravi alternativni v postopku nakupnega odločanja (Čuk, 2009, str. 28–29).

5 RAZISKAVE S PODROČJA PREHRANSKIH OZNAČB

Na temo prehranskih označb, njihovega vpliva na nakupne odločitve porabnikov, preferenc porabnikov pri označevanju, razumljivosti označb ipd. so bile v zadnjih letih izvedene številne raziskave. Namen raziskav je največkrat ugotoviti, kako povečati ozaveščenost porabnikov o zdravi prehrani, razložiti vpliv prehrane na zdravje ljudi, povečati delež porabnikov, ki berejo prehranske označbe, povečati razumevanje označb in tako zagotoviti, da bodo porabniki pri nakupovanju sprejemali bolj zdrave nakupne odločitve.

Če strnem različne raziskave, so najpomembnejše sledeče ugotovitve (Cowburn & Stockley, 2005; Drichoutis et al., 2006; Grunert & Wills, 2007; Tymms, 2011, str. 14–15):

- Prehranske označbe na zadnji strani embalaže porabniki težko razumejo in berejo, zato je njihov vpliv na nakupno odločitev majhen.
- Poskusi interpretacije vrednosti, kot so na primer priporočene dnevne vrednosti in opisne razlage, povečujejo uporabnost označb, ker porabnikom omogočajo umestitev posameznega izdelka v njihov dnevni prehranski načrt.
- Kvantitativne mere, ki od porabnika zahtevajo napredna matematična znanja (npr. odstotki in pretvarjanje količin iz informacije na 100 g živila v informacijo na porcijo), porabniku otežujejo branje in zmanjšajo verjetnost branja prehranske označbe.
- Porabniki imajo raje grafično in barvno predstavljene informacije kot številčne.
- Porabniki imajo raje enostavne označbe, vendar hkrati menijo, da so poenostavljene grafične označbe v obliki prehranskega semaforja in simbolov za porabnike manj sprejemljive. Po navedbah porabnikov bi bila idealna označba enostavna za interpretacijo, verodostojna in bi njeno verodostojnost zlahka preverili, obenem pa jim ne bi »vsiljevala« nakupne odločitve.

Kot je mogoče razbrati iz zgornjih navedb, so razlogi, zakaj porabniki preferirajo določeno obliko označevanja, različni in velikokrat si argumenti nasprotujejo. Tako na primer določeni porabniki želijo poenostavljene označbe z barvnimi prikazi, hkrati pa želijo več informacij, kar doprinese k večji verodostojnosti označbe. Zaradi nasprotujočih si želja porabnikov tudi raziskave prikazujejo različne rezultate glede preferiranih oblik označevanja. Slikovne označbe (simboli) so na primer enostavne, vendar porabniki ne vedo, na podlagi katerih kriterijev so bile dodeljene izdelku, oznake GDA vsebujejo več podatkov, vendar so posledično manj razumljive.

Prehranski semafor se uvršča nekje vmes, vendar pa porabniku »vsiljuje« nakupno odločitev (Grunert, Bolton, & Raats, b.l., str. 15).

V nadaljevanju bom kratko povzela ugotovitve raziskav na področju posamezne oblike označbe, ločeno za označbe BOP in FOP.

5.1 Raziskave označb na zadnji strani embalaže (BOP)

Med označbe BOP uvrščamo prehranske tabele, ki prehranske vrednosti in vsebnost posameznih sestavin prikazujejo kompleksno v obliki tabele na zadnji strani embalaže. Zaradi polemik o učinkovitosti, informativnosti in razumljivosti prehranskih tabel je bilo na tem področju izvedenih veliko raziskav, bistvene ugotovitve navajam v nadaljevanju.

Drichoutis et al. (2006) ugotavljajo, da so označbe BOP v primerjavi z označbami FOP težje berljive in razumljive, zato je verjetnost branja označbe in posledično vpliva na nakupno odločitev manjša. Ker so podatki prestavljeni številčno, se mora porabnik pri njihovem preučevanju bolj poglobiti in mora razumeti osnove aritmetike.

V zvezi z označbo BOP Grunert et al. (b.l., str. 15) navajajo, da je ta označba primerna samo za tiste porabnike, ki želijo izvedeti podrobne informacije o sestavi izdelka, saj morajo namerno obrniti embalažo. Slednje potrjuje prej napisno ugotovitev, da porabniki v primerjavi z označbami FOP manjkrat berejo označbe BOP. Porabnik mora biti torej motiviran za branje označbe BOP in mora biti sposoben interpretirati navedbe, ki jih označba vsebuje.

Kljub težjemu razumevanju so rezultati raziskovalnega projekta FLABEL na primeru 27 držav članic EU in Turčiji pokazali, da je najbolj razširjena označba prav prehranska tabela (85%). V Sloveniji so sestavine navedene v prehranski tabeli na kar 70% živil (EUFIC, 2010).

5.2 Raziskave označb na sprednji strani embalaže (FOP)

V iskanju najučinkovitejše označbe FOP, ki bi stranki najhitreje, najpravilneje in najbolj jasno predstavila prehransko strukturo posameznega izdelka, so se razvile različne oblike prehranskih označb FOP. V nadaljevanju povzemam ugotovitve raziskav glede štirih najpogostejših označb FOP: prehranski semafor, označbe GDA, kombinirane oz. hibridne označbe in simboli.

5.2.1 Prehranski semafor

Neodvisne raziskave kažejo, da je označevanje s pomočjo prehranskega semaforja v primerjavi s prehranskimi tabelami in označbami GDA razumljivejše in omogoča porabnikom enostaven pregled po posameznih kategorijah in primerjavo med izdelki. Porabnikom je sicer najljubše kombinirano označevanje z multiplim prehranskim semaforjem (angl. *Multiple traffic light* – v nadaljevanju MTL), kjer označba vsebuje elemente prehranskega semaforja (barvna lestvica) in

elemente označbe GDA z dodatnim napisom »visoka«, »nizka«, »srednja« za vsebnost posamezna hranila (Malam, Clegg, Kirwan, & McGinival 2009, str. 5)

Nekatere institucije so v raziskavah prišle do spoznanj, da je označevanje s prehranskim semaforjem močno prispevalo k razumevanju prehranskih označb in sprejemanju bolj zdravih odločitev porabnikov (House of Lords Science and Technology Select Committee, 2011). Bistvenega pomena je, da so prehranske označbe razumljive tudi porabnikom z nižjo stopnjo znanja in pismenosti, in raziskave kažejo, da prehranski semafor s pomočjo barv pomaga pri razumevanju prehranskih označb porabnikom iz vseh družbenih in ekonomskih skupin (Malam et al., 2009, str. 5).

Nadalje so se v raziskavah označbe v obliki prehranskega semaforja izkazale za koristne predvsem za ljudi, ki nimajo časa ali ne želijo nameniti veliko časa za nakupovanje živil. Takšnim porabnikom je pri nakupu prehranski semafor v veliko pomoč (Clegg & Lawless, 2008, str. 18).

Po drugi strani pa raziskave kažejo tudi, da prehranski semafor brez besedila, ki dodatno razlaga barve, nekateri porabniki razumejo napačno. Pogosto si porabniki rdeče barve ne razlagajo kot »visoka vrednost«, temveč zmotno mislijo, da je na primer kategorija »nasičene maščobe« vedno rdeča, saj so te slabe za zdravje. Ker imajo proizvajalci pri uporabi prehranskega semaforja proste roke glede oblike, velikokrat vsebnost sestavin prikazujejo v krogu. V teh primerih si pogosto porabniki napačno razlagajo velikost sekcije posamezne kategorije v krogu kot odstotek te kategorije v izdelku (Clegg & Lawless, 2008, str. 18).

5.2.2 Označbe GDA

Rezultati raziskovalnega projekta FLABEL kažejo, da sta med označbami FOP najpogostejši označba GDA in simboli, vsaka je navedena v povprečju na 25% opazovanih izdelkov (EUFIC, 2010).

Zadnja izmed štirih raziskav, ki so bile izvedene po naročilu podjetij, članic Zveze za hrano in pijačo (angl. *Food and Drink Federation* – v nadaljevanju FDF) v ZDA, je pokazala, da 76% intervjuvancev ve, kaj pomeni pojem GDA, 83% pa jih označbo prepozna na videz. Označba GDA je 87% sodelujočim v tej raziskavi razumljiva, 63% jih je povedalo, da označbo uporabljajo pri nakupnih odločitvah, 84% anketirancev pa si jo želi na več izdelkih. V štirih letih so bile izvedene štiri raziskave in rezultati kažejo, da uporaba označb GDA konstantno raste (Seven voices, b.l., str. 8).

Slovenska raziskava avtorjev Černič in Makarovič (2008, str. 5) ugotavlja, da je od 721 anketirancev označbo GDA v povprečju opazila slaba polovica (49%). Pri tem igra veliko vlogo starost. V starostni skupini od 18 do 30 let je označbo GDA opazilo 65%, med starejšimi od 56 let pa le še 34% anketirancev.

Dodatno avtorji Grunert, Wills in Fernández-Celemín (2010) na podlagi raziskave, izvedene na vzorcu šestih evropskih držav navajajo, da se stopnja uporabe označbe GDA med državami sicer razlikuje, vendar pa porabniki v povprečju na podlagi informacij na označbi lahko pravilno presodijo zdravost posameznega izdelka. V prid predpostavki, da označevanje GDA ni primerno za vse demografske in ekonomske razrede, govori ugotovitev raziskave, da razumljivost označbe GDA pada s starostjo in družbenim razredom. Kot ključno pomanjkljivost označbe GDA avtorji navajajo, da na prvi pogled porabnik ne more presoditi, ali so posamezne vrednosti v živilih visoke, srednje ali nizke. Slednjo problematiko označbe GDA uspešno rešujejo kombinirane označbe, kot je na primer označba MTL, ki jo opisujem v nadaljevanju.

5.2.3 Kombinirane oz. hibridne označbe

Glede na ugotovitve raziskovalne hiše British Market Research Bureau so porabniki kombinirane označbe opisali kot razumljive. Po mnenju anketirancev kombinirane označbe z besednimi navedbami in barvami vsebujejo vse potrebne informacije ter so primerne tudi za porabnike, ki imajo manj znanja s področja prehrane (Clegg & Lawless, 2008, str. 19).

Ena izmed oblik kombiniranega označevanja je označba MTL, ki se od navadnega prehranskega semaforja razlikuje po tem, da prehranske vrednosti označuje s kombinacijo barv, besedila in orientacijskih vrednosti hranil na enak način kot označba GDA (Tymms, 2011, str. 10). Mnoge raziskave, ki jih navajam v nadaljevanju, kažejo na to, da je po mnenju porabnikov MTL najboljše oblika prehranske označbe.

Hawley et al. (2012, str. 433) v globalnem pregledu raziskav na temo označb FOP navajajo, da je označba MTL najljubša Novozelancem, kot najbolj informativno jo je navedlo 58% anketiranih Korejcev. V raziskavi v Nemčiji, ki je primerjala označbi MTL in GDA, so sodelujoči preferirali označbo MTL, ker se jim je zdelo lažje razumljiva in bolj verodostojna. Nasprotno je bila Belgijcem ljubša označba GDA, kar verjetno izhaja iz dejstva, da je tam zelo razširjena. V povzetku ugotovitev isti avtorji navajajo, da ima označba MTL med porabniki največjo podporo. Sodeč po raziskavah želijo porabniki iz označbe razbrati kalorijsko vrednost in orientacijsko dnevno kalorijsko vrednost za odraslega človeka, poleg tega pa želijo, da so barvno in tekstovno navedene tudi vrednosti posameznih sestavin, in sicer po lestvici: »visoko« (rdeče), »srednje« (rumeno), »nizko« (zeleno).

Raziskava, ki je bila izvedena pod okriljem britanske agencije FSA in je vključevala različne kvalitativne in kvantitativne metode raziskovanja (med drugim anketo skoraj 3.000 porabnikov), je pokazala, da je razumevanje označb FOP v Veliki Britaniji visoko (od 58% do 71%). Porabniki menijo, da je označb FOP preveč, kar lahko povzroči zmedenost, zato je smiselno zaključiti, da bi bila najbolj primerna le ena oblika označbe. Raziskava je pokazala tudi, da porabniki najboljše razumejo označbo MTL, saj ta združuje elemente prehranskega semaforja in označbe GDA, vse skupaj pa razloži tudi v besedilu. Označba MTL je bila razumljiva kar 70% anketirancev (Malam et al., 2009, str. 3–4).

Po drugi strani pa raziskave podjetij članic FDF nakazujejo pomanjkljivosti označbe MTL. Ta je sicer razumljiva kar 76% intervjuvancem, ki pravijo, da iz nje hitro razberejo informacijo, vendar pa je le 10% intervjuvancev vedelo, da se navedbe nanašajo na 100 g in ne na porcijo. To lahko vodi do napačne interpretacije posameznih vrednosti hranil. Prav tako raziskava kaže, da bi se porabniki pri primerjavi dveh izdelkov velikokrat odločili za manj zdravo alternativo, če bi bile vrednosti posameznih sestavin v prehranskem semaforju enako obarvane (Seven voices, b.l., str. 11).

5.2.4 Slikovne označbe (simboli)

Raziskava splošnih preferenc prehranskega označevanja porabnikov s pomočjo fokusnih skupin v Nemčiji, Franciji, Veliki Britaniji in na Nizozemskem razkriva, da po mnenju porabnikov označbe, ki vsebujejo informacije glede kalorij, telesne dejavnosti in odstotka dnevne vrednosti, vsebujejo preveč informacij. Intervjuvanci bi želeli enostavnejši način označevanja. To potrjuje tudi ameriška raziskava, kjer so intervjuvanci povedali, da jim je najljubše označevanje v obliki simbola, ki dokazuje, da izdelek ustreza kriterijem Uprave za živila in zdravila (angl. *Food and Drug Administration* – FDA) (Hawley et al., 2012, str. 431).

Nasprotno raziskava Malam et al. (2009) razkriva, da je simbol premalo in porabnikom ne nudi vseh informacij, ki jih želijo. Po raziskavah sodeč namreč porabniki želijo na označbi informacije o nasičenih maščobah, energijski vrednosti in vsebnosti soli.

Na evropskem trgu je sicer raba simbolov, povezanih z zdravjem, na živilih dokaj redka, v povprečju 2% (Storcksdieck et al., 2010). V Sloveniji simboli prav tako niso pogosti. Simbol »Varuje zdravje« se je pojavil le na 2% izdelkov, ki so bili vključeni v raziskavo Inštituta za nutricionistiko (Pravst et al., 2013, str. 15).

6 EMPIRIČNA RAZISKAVA: VPLIV PREHRANSKIH OZNAČB NA NAKUPNO ODLOČITEV

V nadaljevanju bom predstavila rezultate kvantitativne raziskave, pri kateri sem uporabila anketni vprašalnik. Za namen celovite raziskave sem najprej opredelila raziskovalni problem in cilje raziskave, izhajajoč iz tega sem predlagala raziskovalni koncept, na podlagi katerega sem oblikovala raziskovalne hipoteze. V nadaljevanju bom podrobno opisala načrt raziskave, predstavila rezultate ter povzela glavne ugotovitve raziskave.

6.1 Opredelitev raziskovalnega problema in ciljev raziskave

Zaradi vse večjega zavedanja in medijske izpostavljenosti pomena zdrave prehrane na eni strani ter vse večje problematike bolezni, ki so povezane z nepravilno in nezdravo prehrano v zadnjih letih na drugi, prehranske označbe pridobivajo pomen. Polemike glede vpliva prehranskih označb na nakupno odločitev porabnika so spodbudile raziskovalce z vsega sveta k ugotavljanju

pomena prehranskih označb pri nakupni odločitvi. Pri raziskovanju sekundarnih virov s področja prehranskega označevanja sem ugotovila, da je bilo v Sloveniji izvedenih le malo raziskav na temo prehranskih označb, zato sem se odločila, da podrobneje raziščem to področje.

Glavni **namen raziskave** je celovito raziskati področje prehranskih označb v Sloveniji ter ugotoviti, kako različni demografski dejavniki, znanje s področja prehrane in zdravje porabnika vplivajo na uporabo prehranskih označb. Ugotoviti želim tudi, kakšno je stališče do označb FOP in BOP in katero izmed označb FOP preferirajo porabniki glede na kriterije za določanje stališč glede posamezne označbe. Na podlagi rezultatov bom oblikovala smernice za nadaljnje označevanje oz. predlagala najboljšo označbo glede na kriterije, ki vplivajo na porabnikova stališča do označb (Slika 3).

Cilj raziskave je ugotoviti, kako različne demografske značilnosti porabnikov, njihov življenjski slog in znanje s področja prehrane vplivajo na branje prehranskih označb, kakšno je njihovo splošno stališče do prehranskih označb, katere sestavine najpogosteje pogledajo, kako ocenjujejo posamezno prehransko označbo glede na različne kriterije ter katera označba jim je najljubša. S primerjavo različnih lastnosti označb bom ocenila, katere so najpomembnejše za nakupno odločitev, in na podlagi primerjave označb ocenila, katera označba je najprimernejša za slovenske porabnike. Pri tem bom najprej primerjala izmerjena stališča do označb FOP in BOP, nato pa preverila tezo, da jim je najljubša oz. imajo porabniki najbolj pozitivna stališča do kombinirane označbe. Kjer bo mogoče, bom ugotovitve raziskave povezala tudi z ugotovitvami raziskav ostalih avtorjev in na podlagi tega ugotovila, kakšno je stališče slovenskih porabnikov do prehranskih označb v primerjavi z drugimi porabniki.

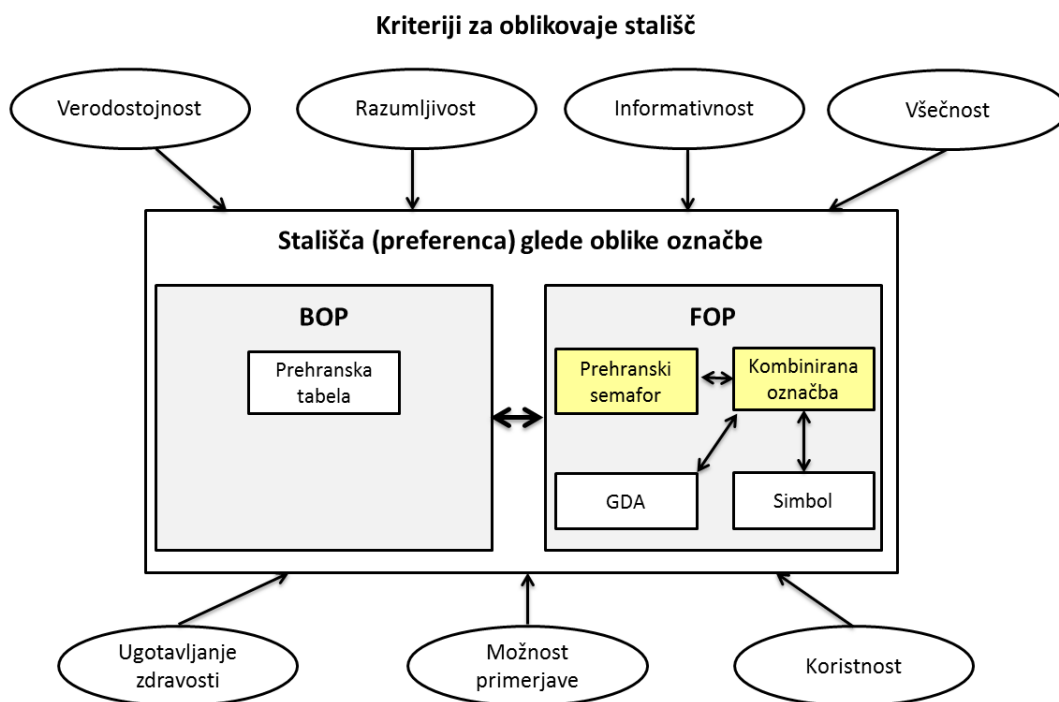
6.2 Raziskovalne hipoteze in koncept raziskave

Na podlagi teoretičnih izhodišč s področja prehranskih označb in dosedanjih raziskav na tem področju sem oblikovala raziskovalni koncept in hipoteze, ki jih predstavljam v nadaljevanju.

6.2.1 Raziskovalni koncept

Raziskovalni koncept sem razvila sama za potrebe raziskave in ga prikazujem na Sliki 3. Prikazuje temeljni del raziskave, kjer sem ugotavljala, katero prehransko označbo porabniki preferirajo. V ta namen sem najprej preverila, ali preferirajo označbe FOP v primerjavi z označbami BOP, nato pa sem preverila še, katero izmed označb FOP porabniki preferirajo. Pri tem sem izhajala iz teorije in dosedanjih raziskav, ki nakazujejo, da je porabnikom izmed označb FOP najljubša kombinirana označba, ker vsebuje elemente označbe GDA ter barve iz prehranskega semaforja (Chen & Verdict, 2013, str. 14; Synovate, 2005, str. 9). Nadalje sem preverila, kako barve na označbi vplivajo na všečnost in razumevanje označbe. Poleg temeljnih hipotez sem s pomočjo statističnih testov preverila še vpliv demografskih dejavnikov, znanja in zdravstvenega stanja na uporabo in branje označb.

Slika 3: Raziskovalni koncept za preverjanje temeljnih hipotez glede preference oblik prehranskih označb



Legenda: * rumeno obarvane oblike prehranskih označb prikazujejo vsebnost posameznih sestavin z barvami, ostale ne vsebujejo barvnih prikazov

6.2.2 Raziskovalne hipoteze

Z raziskovalnimi hipotezami sem preverjala različne vidike branja, uporabe, vpliva na nakupno odločitev ter preference prehranskih označb. V Tabeli 1 v Prilogi 2 navajam hipoteze po različnih področjih preučevanja (demografske značilnosti, nakupne navade, znanje in zdravje, primerjava označb FOP in BOP ter primerjava stališč oz. preferenc pri posameznih oblikah označb FOP), uporabljeno metodo statističnega preverjanja, vprašanja iz spletnega vprašalnika, na podlagi katerih sem posamezno hipotezo preverila, ter avtorje, ki so v svojih raziskavah preverjali enake ali podobne hipoteze. V nadaljevanju argumentiram posamezne hipoteze z ugotovitvami avtorjev, ki so raziskovali podobne domneve.

• Demografski dejavniki in uporaba prehranskih označb

H1a: Člani majhnih gospodinjstev pogosteje berejo prehranske označbe kot člani velikih gospodinjstev.

Glede uporabe prehranskih označb v povezavi z velikostjo gospodinjstva sekundarni viri navajajo različne ugotovitve, zato sem se odločila, da raziščem, kako velikost gospodinjstva vpliva na branje prehranskih označb v moji raziskavi. Nayga (1996) ugotavlja, da večja gospodinjstva pogosteje berejo prehranske označbe, po drugi strani pa so Drichoutis et al. (2006) v raziskavi ugotovili, da se verjetnost branja prehranskih označb zmanjšuje z večanjem gospodinjstva. Na podlagi slednje raziskave, ki je novejša in torej aktualnejša, sem se odločila,

da raziščem, ali tudi člani majhnih gospodinjstev v Sloveniji pogosteje berejo prehranske označbe kot člani velikih gospodinjstev.

H1b: Pri razumevanju prehranskih označb obstajajo razlike med porabniki z višjo stopnjo izobrazbe in porabniki z nižjo stopnjo izobrazbe.

Campos et al. (2010, str. 1499) povzemajo rezultate raziskav glede razumevanja prehranskih označb in navajajo, da porabniki z višjo stopnjo izobrazbe bolj razumejo navedbe na prehranski označbi. Enako sem preverila tudi v svoji raziskavi, pri čemer sem ugotavljala, kako stopnja izobrazbe vpliva na povprečno razumevanje označb, ki sem jih vključila v raziskavo.

• **Nakupno vedenje in odločanje in uporaba prehranskih označb**

S spodaj naštetimi hipotezami sem preverjala, kakšno je nakupno vedenje porabnikov pri branju prehranskih označb in na podlagi katerih dejavnikov se porabniki odločijo za nakup. Hipoteze sem razvila na podlagi predhodnih raziskav različnih avtorjev. Chen in Verdict (2013, str. 35) ugotavljata, da je okus pomembnejši od prehranske označbe, kar v svoji raziskavi potrjujeta tudi Grunert in Wills (2007, str. 389). Nadalje avtorja navajata, da porabniki bolj verjetno uporabijo prehransko označbo pri prvem nakupu, kar potrjuje tudi raziskava avtorja Aygena (2012, str. 62). Z zadnjo hipotezo v tem sklopu sem preverjala, ali je razumljivost označbe pomembnejša za nakupno odločitev kot njena všečnost. Na podlagi pregleda podatkov, ki so nakazovali na to, da je za moj vzorec razumevanje pomembnejše od všečnosti, sem se odločila, da bom z raziskavo poskušala dokazati ravno nasprotno, kot v svoji raziskavi ugotavljata Grunert in Wills (2007, str. 387), ki pravita, da všečnost označbe lahko vpliva na nakup izdelka bolj kot razumevanje označbe. Prav tako je hipoteza nasprotna ugotovitvam raziskave avtorjev Hoefkens, Pieniak, Van Camp in Verbeke (2012, str. 6), ki na podlagi svoje raziskave ocenjujejo, da všečnost označbe bolj vpliva na branje prehranske označbe kot razumevanje označbe.

H2a: Okus izdelka bolj vpliva na nakupno odločitev porabnika kot navedbe na prehranski označbi.

H2b: Porabniki prehranske označbe pogosteje preverijo v trgovini kot doma.

H2c: Porabniki prehranske označbe pogosteje preverijo pri prvem nakupu izdelka kot pri ponavljajočih se nakupih.

H2d: Razumljivost prehranske označbe bolj vpliva na nakup izdelka kot oblikovna všečnost označbe.

• **Vpliv znanja na področju prehrane in zdravja na uporabo prehranskih označb**

Različni avtorji v raziskavah ugotavljajo, da znanje na področju prehrane pozitivno vpliva na razumevanje prehranskih označb. Grunert et al. (2010, str. 10) so denimo v raziskavi ugotovili, da boljše poznavanje področja prehrane vpliva na večje razumevanje prehranskih označb. Slednje bom s spodnjo hipotezo H3a preverjala tudi v svoji raziskavi.

H3a: Osebe, ki so dobro informirane o zdravi prehrani, v povprečju bolj razumejo navedbe na prehranskih označbah kot osebe, ki so slabo informirane.

Hipotezo H3b sem prav tako oblikovala na podlagi predhodnih raziskav. Drichoutis et al. (2006, str. 4) namreč v svojem povzetku raziskav predhodnih dveh desetletij navajajo, da porabniki, ki morajo zaradi zdravstvenih težav slediti posebni dieti, pogosteje berejo prehranske označbe in navedbe na prehranski označbi vplivajo na nakup izdelka. Slednje potrjuje tudi raziskava avtorjev Szykman, Bloom in Levy (1997, str. 235).

H3b: Navedbe na prehranski označbi bolj vplivajo na nakupno odločitev tistih porabnikov, ki morajo (ali mora kateri izmed članov družine) zaradi zdravstvenih razlogov slediti posebni dieti.

- **Primerjava označb na zadnji strani embalaže (BOP) z označbami na sprednji strani embalaže (FOP)**

V tem sklopu sem s hipotezami preverjala, ali obstajajo razlike med stališči do označb FOP (tj. prehranski semafor, kombinirana označba, označba GDA in simbol »Varuje zdravje«) in BOP (tj. prehranska tabela). Pri oblikovanju hipotez sem izhajala iz dosedanjih raziskav drugih avtorjev. Chen in Verdict (2013, str. 20) pravita, da porabniki preferirajo označbe FOP, ker te hitro vzbudijo pozornost, vsebujejo le bistvene podatke in ker porabnik vloži manj truda v iskanje informacij. V splošnem na podlagi raziskav sklepajo, da porabniki želijo zbirne podatke in ne podrobnih podatkov, ki jih vsebujejo prehranske tabele. Prav tako porabniki preferirajo grafične in barvne prehranske označbe, ki jih lažje razumejo.

H4a: Obstaja razlika med razumevanjem označb FOP in BOP.

H4b: Obstaja razlika med hitrostjo ugotavljanja, kako zdrav je izdelek, na podlagi označb FOP in BOP.

H4c: Obstaja razlika med stališčem do označb FOP in BOP.

- **Primerjava označb na sprednji strani embalaže (FOP)**

Z zadnjim sklopom hipotez sem raziskovala, katera prehranska označba na sprednji strani embalaže je porabnikom najljubša in kako barvni prikazi vsebnosti posamezne sestavine vplivajo na všečnost in razumljivost označb. Številne študije kažejo, da porabniki z vidika razumevanja in všečnosti preferirajo kombinirano označbo, ki združuje elemente označbe GDA in barve prehranskega semaforja. Študija Synovate (2005, str. 9) je razkrila, da je kombinirana označba najboljša za primerjanje izdelkov, prav tako so anketiranci v raziskavi kot najljubšo označbo FOP izbrali kombinirano označbo. Chen in Verdict (2013, str. 14) navajata rezultate raziskave FLABEL, v kateri so avtorji med drugim raziskovali tudi preference glede označb FOP v 27. članicah EU in v Turčiji. Rezultati razkrivajo, da so porabniki kot najbolj uporabno in všečno označbo ocenili kombinirano označbo. Chen in Verdict (2013, str. 20) v povzetku raziskav navajata, da uporaba barv za označevanje vsebnosti posamezne sestavine pozitivno vpliva na všečnost označbe. Cowburn in Stockley (2005, str. 23) ugotavljata, da so porabnikom bolj razumljive prehranske označbe z grafičnimi in barvnimi prikazi, ki vsebujejo manj tehničnih in kvantitativnih podatkov. Prav tako najnovejša raziskava avtorjev Antúnez, Ares, Giménez in Maiche (2014), v kateri so s pomočjo tehnike sledenja očem ugotavljali, kako barve na označbi vplivajo na razumevanje in hitrost interpretacije podatkov, razkriva, da barvne

označbe občutno zmanjšajo čas interpretacije. Rezultati so na splošno pokazali, da sta prehranski semafor in kombinirana označba, ki uporabljata barve, z vidika razumevanja in hitrosti interpretacije učinkovitejša kot označba GDA.

H5a: Barve povečujejo všečnost označbe FOP.

H5b: Barve povečujejo razumevanje označbe FOP.

H5c: Porabniki imajo pozitivnejše stališče do kombinirane označbe kot do označbe GDA.

H5d: Porabniki imajo pozitivnejše stališče do kombinirane označbe kot do prehranskega semaforja.

H5e: Porabniki imajo pozitivnejše stališče do kombinirane označbe kot do simbola »Varuje zdravje«.

6.2.3 Načrt raziskave

Burns in Bush (2005, str. 27–28) proces raziskovanja delita na 11 korakov, in sicer je treba najprej zaznati potrebo po raziskavi, sledijo opredelitev problema, oblikovanje raziskovalnih ciljev, opredelitev vira podatkov, opredelitev metode za pridobivanje podatkov, oblikovanje raziskovalnega instrumenta, vzorčenje, zbiranje podatkov in nazadnje še analiza podatkov ter priprava in predstavitev končnih ugotovitev raziskave.

Tudi v svoji raziskavi sem šla čez te korake in jih tekom magistrskega dela opisala, preostale pa podrobneje opisujem tudi v nadaljevanju.

- **Viri podatkov**

Kotler (2004, str. 131) pravi, da lahko za namen trženjske raziskave zbiramo primarne podatke, kjer gre za podatke, ki jih na novo zberemo za določen namen, ali sekundarne podatke, ki že obstajajo in so bili zbrani v druge namene. Pri pisanju magistrskega dela sem si pri pisanju teoretičnih izhodišč pomagala s sekundarnimi podatki, ki sem jih črpala iz raziskav drugih avtorjev. Na podlagi pridobljenega znanja iz sekundarnih podatkov sem oblikovala raziskovalne hipoteze in spletni vprašalnik, ki mi je služil kot orodje za zbiranje primarnih podatkov.

- **Raziskovalna metoda**

Primarne podatke sem pridobila s pomočjo spletne ankete. Anonimni spletni vprašalnik sem sestavila na podlagi pridobljenega znanja iz sekundarnih virov. Spletni vprašalnik je oblika samoanketiranja, pri kateri anketiranci sami s pomočjo osebnega ali tabličnega računalnika ali pametnega telefona z internetno povezavo izpolnijo vprašalnik (Renko, 2005, str. 16). Za spletni vprašalnik sem se odločila, ker zajame širok nabor anketirancev, zbiranje podatkov je hitrejše in cenejše, anketiranci pa so zaradi zasebnosti iskrenejši. Slabosti tovrstnega zbiranja kvantitativnih podatkov pa so posploševanje, možne težave z vzorčenjem, možnost tehničnih težav ipd. (Burns & Bush, 2005, str. 254–255).

- **Raziskovalni instrument**

Anketni vprašalnik sem oblikovala po Churchillovem postopku razvijanja vprašalnika (Churchill, 1996, str. 342). Na podlagi prebrane literature s področja preučevanja sem oblikovala hipoteze, nato pa oblikovala vprašanja tako, da sem pri anketiranju pridobila relevantne podatke za raziskavo zastavljenih hipotez.

Skupno vprašalnik (Priloga 3) zajema 27 vprašanj, ki si po sklopih sledijo v logičnem sosledju. V prvem sklopu vprašanj sem anketirance spraševala o njihovih nakupnih navadah (vprašanja 1 do 4), nadaljevala sem z vprašanji o nakupnih navadah in branju prehranskih označb (vprašanja 5 do 8), nato pa sem preverjala poznavanje in stališča do posamezne oblike prehranske označbe (vprašanja 9 do 17). Za namen preverjanja povezave med prehranskimi označbami in življenjskim slogom in zdravjem sem proti koncu vprašalnika zastavila nekaj vprašanj s tega področja (vprašanja 18 in 19) ter na koncu zastavila še nekaj sociodemografskih vprašanj, ki so mi pomagala pri analizi rezultatov (vprašanja 20 do 27). S pomočjo spletnega orodja za oblikovanje spletnih anket »1ka spletne ankete« sem postavila tudi določene pogoje za preskakovanje vprašanj ter s tem zagotovila, da so pridobljeni odgovori kar se da relevantni. Vprašanja so pretežno zaprtega tipa, vprašanja 2 in 21 sta odprtega tipa in predvidevata lasten odgovor, vprašanja 7 in 27 pa sta delno zaprtega tipa, saj porabniki pod »Drugo« lahko vnesejo odgovor, ki ni zajet med predvidenimi odgovori.

Pred javno objavo vprašalnika sem naredila pilotno raziskavo na sedmih osebah in na podlagi ugotovitev prestrukturirala določena vprašanja tako, da sem se izognila dvoumnosti pri odgovorih. Prav tako sem na podlagi informacij anketirancev, ki so sodelovali v pilotni raziskavi, v anketo vključila več slik. K vprašanju 7 sem poleg izraza »sol« dodala še izraz »natrij«, ki se prav tako pogosto pojavlja na prehranskih označbah.

- **Načrt vzorčenja**

Ker je bila kot raziskovalni instrument uporabljena spletna anketa, so v raziskavi sodelovali posamezniki, ki so imeli v času od 27. julija do 18. avgusta dostop do računalnika, tablice ali pametnega telefonoma s spletno povezavo. Za potrebe raziskave sem uporabila priložnostni vzorec, ki sem ga pridobila z objavo povezave do spletnega vprašalnika na družbenih omrežjih Facebook in Twitter, spletnih forumih in prek pošiljanja povezave do spletnega vprašalnika po elektronski pošti. Na nagovor ankete je kliknilo 788 posameznikov, od tega je bilo 464 oz. 59% delno izpolnjenih vprašalnikov, anketo pa je do konca izpolnilo 291 oz. 37% posameznikov. V analizo raziskave sem vključila samo končane vprašalnike, torej odgovore 291 posameznikov.

6.3 Analiza podatkov

Pri analizi podatkov so mi bila v pomoč orodja SPSS za Windows, programski paket Microsoft Office Excel 2007 in spletno orodje »1ka spletne ankete«. Orodja so mi pomagala pri opisni, tabelarični in grafični predstavitvi podatkov, ki sledi v nadaljevanju. Prav tako mi je bila pri uporabi orodja SPSS in pri interpretaciji rezultatov v pomoč literatura avtorjev Burns in Bush (2005), Bryman in Cramer (2001) ter Rovin in Turk (2001).

Analizo podatkov sem smiselno razdelila v tri podpoglavja, pri čemer sem pri analizi prvega in drugega podpoglavja uporabila opisne statistične analize oz. deskriptivne statistike, katerih ključna lastnost je, da ne vključujejo statističnega sklepanja in posploševanja iz vzorca na populacijo (Kovač, 2012, str. 19). Kjer sem želela poročati o sestavi posamezne spremenljivke, sem uporabila univariatno analizo, ki prav tako sodi med opisne statistične analize. Pri vprašanjih, pri katerih je bila za podajanje odgovorov predvidena večstopenjska merska lestvica, sem podrobneje analizirala podatke tako, da sem poleg povprečja, ki ga kot mero srednje vrednosti uporabljamo pri intervalnih lestvicah, dopisala še mediano in modus, ki sta srednji vrednosti, ki ju najpogosteje uporabljamo pri ordinalnih lestvicah. Dodatno sem predstavila tudi % odgovorov pri posamezni stopnji v večstopenjski lestvici in s tem bralcu omogočila natančnejšo interpretacijo rezultatov. V literaturi se namreč pojavljajo različna mnenja avtorjev glede tega, ali so večstopenjske lestvice, kot je denimo Likertova lestvica, ordinalne ali intervalne ter posledično, katere srednje vrednosti so primerne za analizo rezultatov (Brown, 2011, str. 11).

V nadaljevanju zaradi lažje interpretacije rezultatov podajam razlage srednjih vrednosti, ki sem jih uporabila pri analizi.

Modus je vrednost spremenljivke, ki se v populaciji oziroma vzorcu najpogosteje pojavlja. **Mediana** je mera centralne tendence, ki predstavlja vrednost, ki je na sredini vseh vrednosti statističnih enot oz. vzorca oz. pomeni, da je 50% vrednosti nižjih od te vrednosti, 50% vrednosti pa višjih. **Aritmetična sredina ali povprečje** je povprečna vrednost, ki jo izračunamo tako, da vsoto vseh posamičnih vrednosti delimo s številom enot v vzorcu, ki ga opazujemo (Burns & Bush, 2005, str. 437–438).

V tretjem podpoglavju sem za ocenjevanje parametrov in preverjanje hipotez uporabila inferenčne statistične analize oz. sklepno statistiko, ki jo uporabimo takrat, kadar želimo na podlagi podatkov iz vzorca oceniti parametre celotne populacije (Kovač, 2012, str. 18).

6.3.1 Opis vzorca

Pri opisu vzorca sem zajela sociodemografske podatke o spolu, starosti anketirancev, otrocih, otrocih, ki živijo v gospodinjstvu, velikosti gospodinjstva, izobrazbi, kraju bivanja in zaposlitvenem statusu.

Spol anketirancev: med posamezniki, ki so končali anketo (N=291), je bilo 28% (N=82) moških in 72% (209) oseb ženskega spola.

Starost anketirancev: na vprašanje o starosti so anketiranci odgovarjali prosto, tako da so vpisali svojo starost v letih. Starost je torej razmernostna spremenljivka. Najmlajši anketiranec je bil star 16 let, najstarejši pa 63 let, povprečna starost anketirancev je bila 32,3 leta (SD=8,79).

Starševstvo in število otrok v gospodinjstvu: Na vprašanje, ali imajo otroke, je 38% anketirancev (N=112) odgovorilo pritrdilno, 62% anketirancev (N=179) pa otrok nima. Nadalje je 10% anketirancev odgovorilo, da z otroki ne živijo v skupnem gospodinjstvu, 46% anketirancev deli gospodinjstvo z enim otrokom, 39% z dvema in 4% s tremi, 1% pa s štirimi ali več otroki. V povprečju živi v gospodinjstvu anketiranih posameznikov 2,4 otroka, standardni odklon znaša 0,8.

Velikost gospodinjstva: Na vprašanje o številu oseb v gospodinjstvu je 10% anketirancev odgovorilo, da živijo sami, po 29% anketirancev živi v gospodinjstvih, ki skupno štejejo 2 in 3 člane, 23% jih živi v štiričlanskih gospodinjstvih, 9% pa v gospodinjstvih s petimi ali več člani. V povprečju šteje gospodinjstvo 2,9 člana (SD=1,1).

Izobrazba anketirancev: Na vprašanje o najvišji doseženi formalni izobrazbi je odgovorilo vseh 291 anketirancev. Spremenljivka je merjena na ordinalni lestvici. Največ anketirancev (44%) ima dokončano univerzitetno izobrazbo ali bolonjsko drugo stopnjo (bolonjski magisterij), 27% jih je dokončalo štiriletno srednjo šolo, 13% jih ima dokončano visoko šolo. Sledi višja šola, ki jo je končalo 7% anketirancev, znanstveni magisterij ali doktorat je končalo 4% anketirancev, 2% anketirancev ima končano osnovno šolo ali manj, 2% pa poklicno 2- ali 3-letno strokovno šolo.

Kraj bivanja: pri vprašanju o kraju bivanja so lahko anketiranci izbirali med tremi odgovori na nominalni merski lestvici. Med 291 anketiranci, ki so odgovorili na to vprašanje, jih 53% živi v mestu, 25% v okolici mesta, 22% pa na podeželju.

Zaposlitveni status: tudi na vprašanje o zaposlitvenem statusu je odgovorilo 291 anketirancev. Kar 70% anketirancev je zaposlenih ali samozaposlenih, 19% je študentov ali dijakov, 9% je brezposelnih, 1% je upokojeincev, 1% anketiranih pa je na porodniškem dopustu.

6.3.2 Nakupne navade anketirancev v povezavi s prehranskimi označbami

V tem sklopu opisujem nakupne navade anketirancev v povezavi s prehranskimi označbami po posameznih vprašanjih.

Prvo vprašanje v anketi se je nanašalo na **pogostost nakupovanja hrane** za njihovo gospodinjstvo. Vprašanje je bilo izločitveno, pri čemer je 8 anketirancev, ki so odgovorili, da nikoli ne kupujejo hrane za gospodinjstvo, prešlo neposredno na zadnji sklop vprašanj, ki so se nanašala na demografske podatke, ostali anketiranci pa so nadaljevali z izpolnjevanjem vprašalnika. Anketiranci pa so na vprašanje odgovarjali na ordinalni lestvici. Večina (34%) anketirancev nakupuje hrano v več kot polovici primerov, 29% anketiranih vedno nakupuje hrano za njihovo gospodinjstvo, 20% jih kupuje hrano v polovici primerov, 15% v manj kot polovici primerov, 3% pa nikoli.

Z naslednjim vprašanjem sem anketirance spraševala, **koliko denarja (v EUR) mesečno člani gospodinjstva skupno porabijo za nakupovanje hrane in pijače (vprašanje 2)**. Vprašanje je odprtega tipa, anketiranci so odgovarjali tako, da so v predvideno polje vpisali številko, ki je predstavljala skupne mesečne izdatke njihovega gospodinjstva za nakup hrane in pijače. Vprašanje, ki je bilo postavljeno na razmernostni lestvici, je bilo navzgor in navzdol omejeno, s čimer sem se izognila vpisovanju ekstremnih vrednosti. Z namenom večje zgovornosti podatkov sem pri tem vprašanju znesek skupnih izdatkov gospodinjstva za hrano in pijačo delila s številom članov gospodinjstva in tako ugotovila, koliko denarja mesečno posamezen član gospodinjstva porabi za nakupovanje hrane in pijače. Anketiranec, ki na člana svojega gospodinjstva porabi najmanj denarja, porabi 17 €, največ pa 400 €. V povprečju član gospodinjstva porabi za nakup hrane in pijače 112 €.

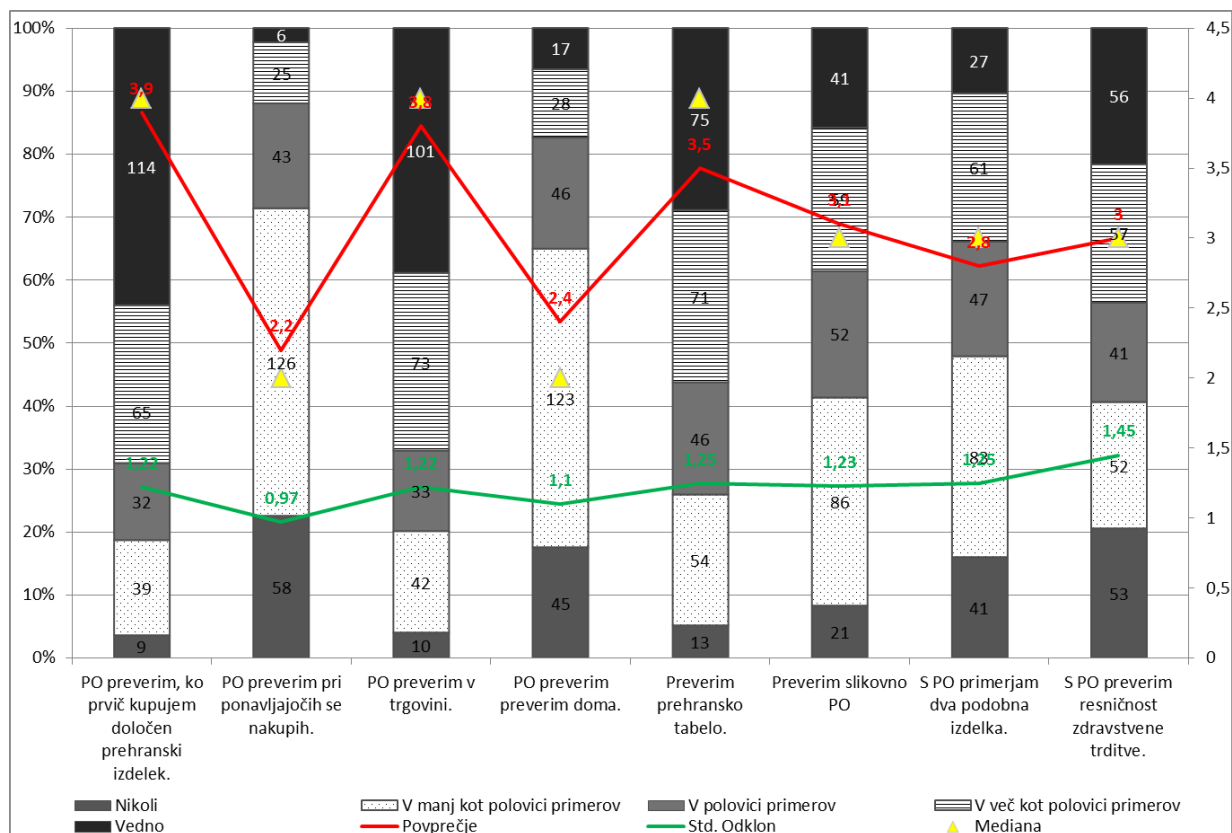
Pri naslednjem vprašanju me je zanimalo, **koliko časa se anketiranec povprečno zadrži v trgovini, ko kupuje prehranske izdelke (vprašanje 3)**. Anketiranci so na vprašanje odgovarjali na ordinalni merski lestvici. Na vprašanje je odgovorilo 283 anketirancev. Dobra polovica anketirancev (51%) se pri kupovanju prehranskih izdelkov v trgovini zadrži od vključno 15 do 30 minut, 25% od vključno 30 do 60 minut, 20% od vključno 5 do 15 minut, 2% anketirancev porabi več kot 60 minut, 1% pa manj kot 5 minut.

Nadalje sem anketirance spraševala po tem, **kako pogosto pri nakupovanju prehranskih izdelkov berejo prehranske označbe (vprašanje 4)**. Na vprašanje, ki je bilo zastavljeno na ordinalni merski lestvici, je kar 92% anketirancev odgovorilo, da berejo prehranske označbe. Od vseh anketirancev jih je 30% odgovorilo, da prehranske označbe berejo v manj kot polovici primerov, 27% jih bere v več kot polovici primerov, v polovici primerov prehranske označbe bere 17% anketiranih, enak odstotek (17%) anketirancev pravi, da prehranske označbe berejo vedno. Anketiranci, ki so odgovorili, da prehranskih označb nikoli ne berejo (N= 24 oz. 8%), so preskočili vprašanja, vezana na prehranske označbe, in nadaljevali neposredno z zadnjim sklopom vprašanj, ki so vezana na sociodemografske podatke.

Pri naslednjem vprašanju (**vprašanje 5**) so anketiranci na petstopenjski merski lestvici označili, **v kolikšni meri posamezne trditve glede nakupov, pri katerih preverijo prehransko označbo, veljajo za njih**. Kot pomoč pri odgovarjanju na ta vprašanja sem v vprašalnik vključila sliko, ki je prikazovala različne oblike prehranskih označb. Kot sem uvodoma omenila, se mnenja avtorjev glede tega, ali so te merske lestvice ordinalne ali intervalne ter posledično, katere srednje vrednosti so primerne za analizo rezultatov, razlikujejo, zato sem v Tabeli 2 v Prilogi 4 poleg povprečja dodala tudi % odgovorov po posamezni stopnji ter mediano in modus, ki bralcu omogočata dodatno interpretacijo rezultatov. Anketiranci so s številko 1 označili trditve, ki so se nanašale na aktivnosti v povezavi s prehranskimi označbami, ki jih nikoli ne naredijo, z 2 aktivnosti, ki za njih veljajo v manj kot polovici primerov, s 3 aktivnosti, ki veljajo v polovici primerov, številko 4 so izbrali, če aktivnost, na katero se je nanašala trditev, za njih velja v več kot polovici primerov, 5 pa, če trditev pri njih velja vedno. Trditve je mogoče razdeliti v več vsebinskih sklopov, in sicer sem s trditvami poizvedovala, kdaj in kje anketiranci preverijo prehransko označbo, kje na embalaži se nahaja prehranska

označba, ki jo preverijo, in zakaj jo preverijo. Ugotovitve prikazuje Slika 4, v nadaljevanju pa podrobneje interpretiram rezultate.

Slika 4: Strinjanje s trditvami o vedenju porabnikov pri branju prehranskih označb

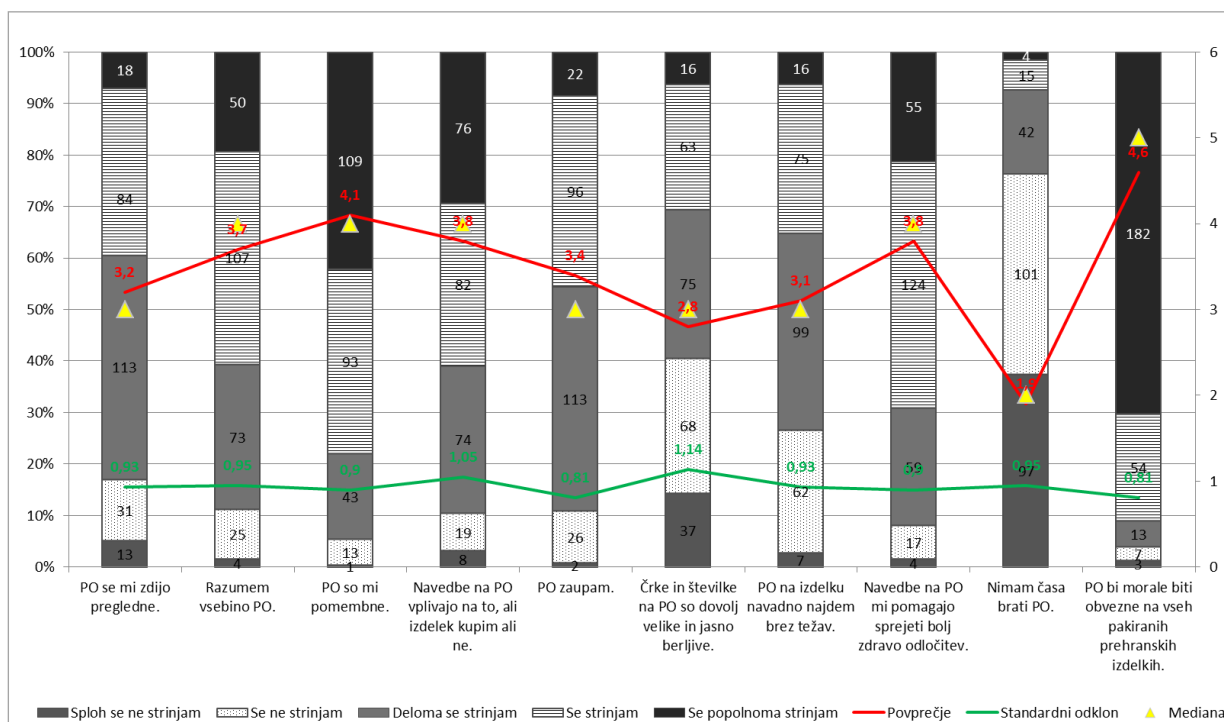


Povprečne ocene se gibljejo med 2,2 (SD=0,97) in 3,9 (SD=1,22). Glede na lokacijo preverjanja prehranske označbe so anketiranci s povprečno oceno 3,8 (SD=1,22) ocenili trditev, da označbo preverijo v trgovini, pri čemer je bil najpogosteje izbran odgovor »Vedno« (39%), mera centralne tendence (mediana) pa je bila 4. S povprečno oceno 2,4 (SD=1,10) so ocenili, da prehransko označbo preverijo doma, in sicer je največ anketirancev (47%) navedlo, da prehranske označbe doma preverijo v manj kot polovici primerov. Iz podatkov lahko razberemo, da v povprečju anketiranci prehranske označbe berejo pogosteje, ko prvič kupujejo določen izdelek (to trditev so v povprečju ocenili s 3,9, SD=1,22; Mo=5; Me=4), kar 44% anketiranih je odgovorilo, da vedno preberejo prehransko označbo, ko prvič kupujejo izdelek. Pogostost branja prehranskih označb pri ponavljajočih se nakupih so anketiranci v povprečju ocenili z 2,2 (SD=0,97), 49% anketirancev bere prehranske označbe pri ponavljajočih se nakupih v manj kot polovici primerov (Mo=2). Anketiranci v povprečju najpogosteje preverijo prehranske označbe v prehranski tabeli (t. i. označba BOP), to trditev so v povprečju ocenili s 3,5 (SD=1,25), največ anketiranih (29%) pa je odgovorilo, da prehransko tabelo vedno pogledajo. Nekoliko manj pogosto pogledajo slikovne prehranske označbe, pri tej trditvi so anketiranci povprečno odgovorili s 3,1 (SD=1,23). V povprečju v polovici primerov porabniki prehransko označbo preverijo, kadar želijo preveriti resničnost zdravstvene trditve na embalaži (povprečna ocena znaša 3,0 s SD=1,45). Trditev o pogostosti uporabe prehranske označbe za

primerjavo dveh podobnih izdelkov so v povprečju ocenili z 2,8 (SD=1,25), pri čemer 32% anketirancev v manj kot polovici primerov uporabi prehransko označbo za primerjavo dveh podobnih izdelkov.

Pri **vprašanju 6** sem anketirance spraševala po strinjanju s trditvami, ki se nanašajo na njihovo **splošno stališče do prehranskih označb**. Svoje (ne)strinjanje so izrazili s trditvami na Likertovi petstopenski merski lestvici, kjer je odgovor 1 pomenil, da se sploh ne strinjajo s trditvijo, odgovor 5 pa, da se popolnoma strinjajo s trditvijo. Podrobnejšo analizo z % strinjanja s posamezno trditvijo, srednjimi vrednostmi (povprečje, mediana in modus) ter standardnim odklonom predstavljam v Tabeli 3 v Prilogi 4, v nadaljevanju pa povzemam le bistvene ugotovitve, ki sem jih predstavila tudi na Sliki 5 spodaj.

Slika 5: Stališča anketirancev do prehranskih označb in povprečja odgovorov ter standardni odklon

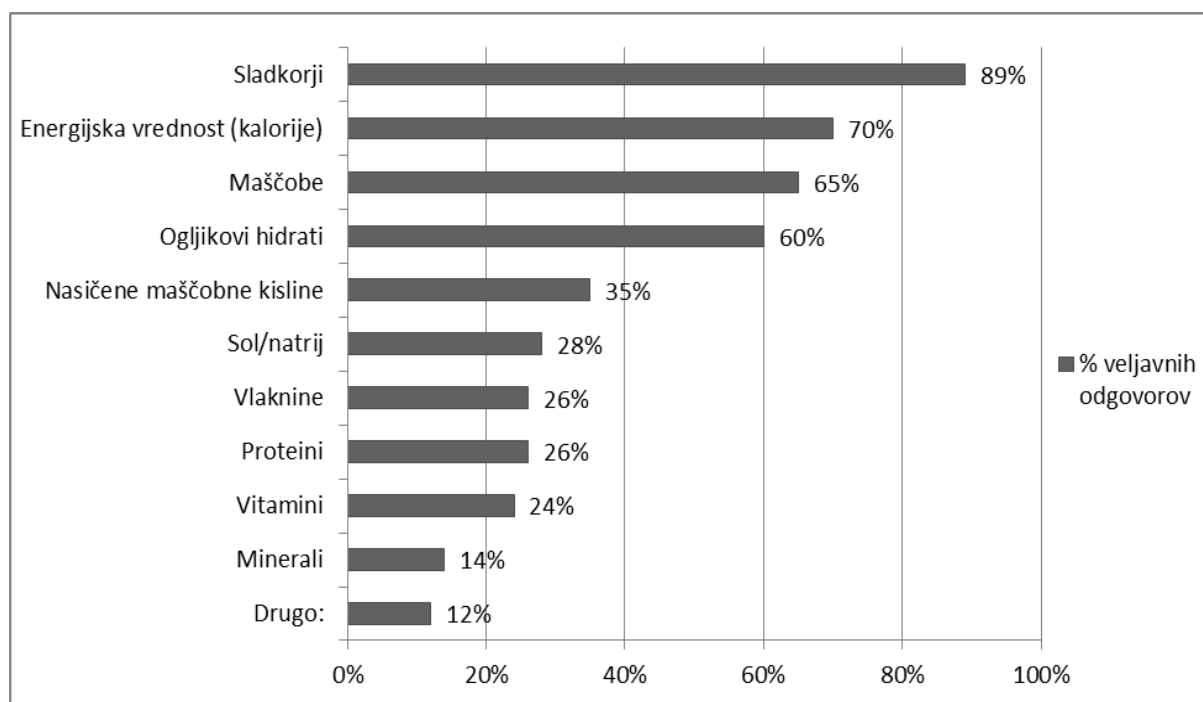


Povprečne ocene strinjanja s posamezno trditvijo glede stališča do prehranskih označb se gibljejo od 1,9 (SD=0,95) do 4,6 (SD=0,81). Anketiranci se torej v povprečju najmanj strinjajo s trditvijo, da nimajo časa brati prehranskih označb, pri čemer se kar 76% anketirancev popolnoma ne strinja ali ne strinja s to trditvijo. V povprečju se najbolj strinjajo s trditvijo, da bi morale biti prehranske označbe obvezne na vseh pakiranih prehranskih izdelkih, pri čemer se je s to trditvijo strinjalo ali popolnoma strinjalo skupno kar 91% anketirancev. S trditvijo, da so prehranske označbe pomembne, se je strinjalo ali popolnoma strinjalo kar 78% vprašanih, povprečje znaša 4,1, modus 5, mediana pa 4. V povprečju se anketiranci deloma strinjajo s trditvijo, da so prehranske označbe pregledne (povprečje=3,2; SD=0,93), za to stopnjo na merski lestvici se je odločilo največ (44%) anketirancev. Največ anketirancev se strinja s trditvijo, da razumejo vsebino prehranskih označb (41%), s trditvijo »Prehranskim označbam

zaupam« pa se največ anketirancev strinja le deloma (44%). Največ anketirancev (29%) se prav tako deloma strinja s trditvama, da so številke in črke na prehranskih označbah dovolj velike in jasno berljive (povprečje=2,8; SD=1,14), ter s trditvijo, da prehransko označbo najdejo brez težav (38%, povprečje=3,1; SD=0,93). Pomembna informacija je tudi, da se skupno kar 61% anketirancev strinja ali popolnoma strinja s trditvijo, da prehranska označba vpliva na njihov nakup izdelka. V povprečju so se porabniki s to trditvijo strinjali (povprečje=3,8; SD=1,05). Prav tako so se porabniki v povprečju strinjali s trditvijo, da jim navedbe na embalaži pomagajo sprejeti bolj zdravo odločitev (povprečje=3,8; SD=0,9).

Nadalje me je zanimalo tudi, **katere sestavine anketiranci na prehranski označbi običajno pogledajo (vprašanje 7)**. Slika 6 prikazuje vse sestavine, v interpretaciji rezultatov pa povzemam le bistvene.

Slika 6: Vsebnost sestavin, ki jih anketiranci pogledajo pri kupovanju prehranskih proizvodov

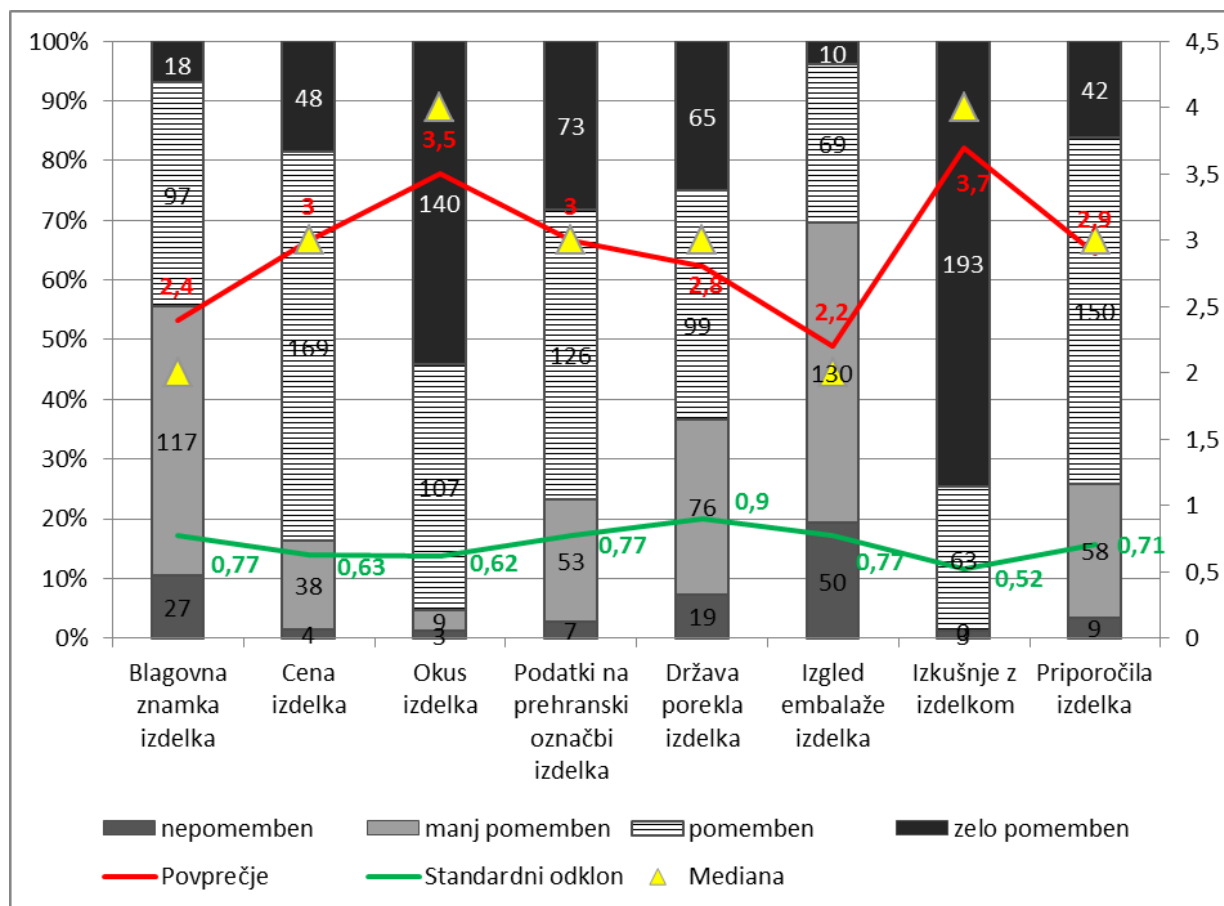


Na vprašanje je odgovorilo 259 anketirancev, ki so izbirali med 10 sestavinami in so lahko izbrali več kot eno možnost, prav tako pa je vprašanje dovoljevalo prost vnos pod »Drugo«. Anketiranci največkrat (89%) preverijo vsebnost sladkorja, sledijo vsebnost kalorij s 70%, maščobe s 65% in ogljikovi hidrati s 60%. Pod »Drugo« so anketiranci navedli še vsebnost emulgatorjev, barvil, glutena, genetsko spremenjenih organizmov (GSO), laktoze, alergenov, umetnih sladil, konzervansov, ojačevalcev okusa, vsebnost živalskih proizvodov in arom.

Z **vprašanjem 8** sem anketirance spraševala o **pomembnosti posameznega dejavnika pri njihovi nakupni odločitvi za prehranske izdelke**. V ta namen sem uporabila štiristopenjsko lestvico z odgovori »nepomemben«, »manj pomemben«, »pomemben« in »zelo pomemben«. Podrobnejšo analizo predstavljam v Tabeli 4 v Prilogi 4, v nadaljevanju pa povzemam le

bistvene ugotovitve glede pomembnosti posameznih dejavnikov ter na Sliki 7 prikazujem odgovore anketirancev, povprečje, standardne odklone od povprečja in mediano po posamezni trditvi.

Slika 7: Pomembnost dejavnikov pri nakupni odločitvi, % odgovorov anketirancev, povprečja, standardni odkloni in mediane



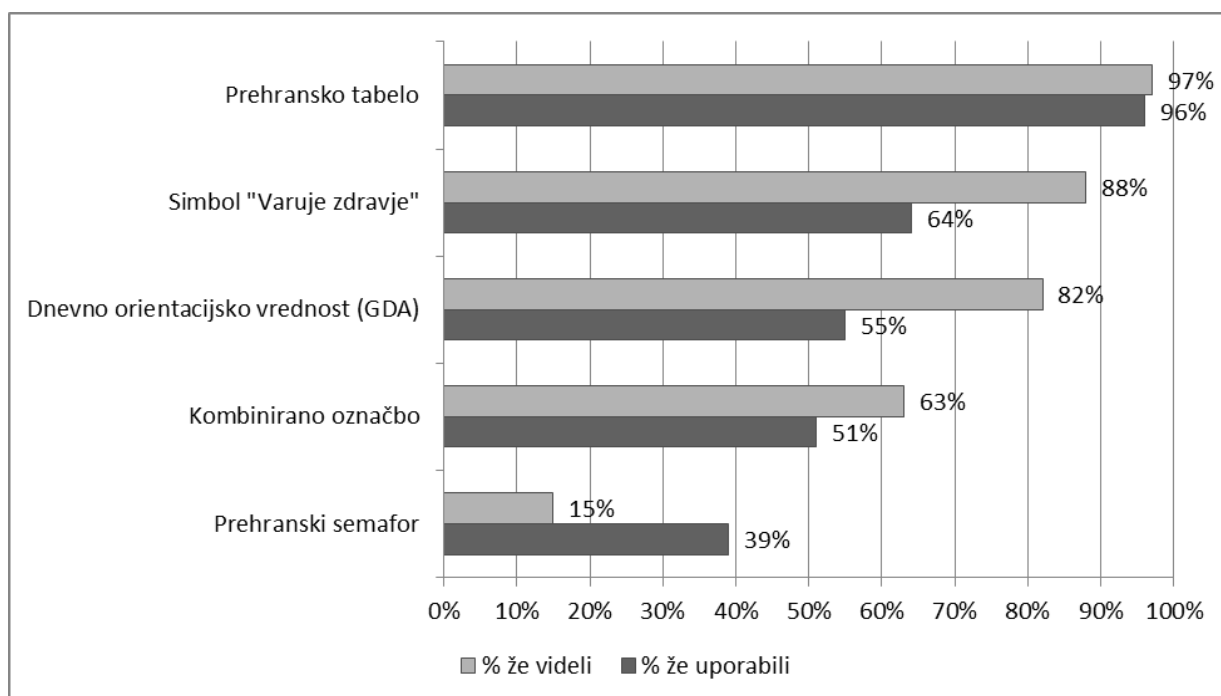
Na vprašanje je skupno odgovorilo 259 anketirancev. Povprečne vrednosti pomembnosti posameznih dejavnikov se gibljejo od 2,2 (SD=0,77) do 3,7 (SD=0,52). Za nakupno odločitev anketirancev so torej v povprečju najbolj pomembne njihove izkušnje z izdelkom, ta dejavnik je kot zelo pomemben označilo kar 75% anketirancev, najmanj pa videz embalaže izdelka, ki ga je največ anketirancev (50%) označilo kot manj pomemben dejavnik. Anketiranci so podatke na prehranski označbi izdelka v povprečju označili kot pomemben dejavnik (povprečje=3; SD=0,77).

Z vprašanjema 9 in 10 sem preverjala, katere oblike prehranskih označb so porabniki pri nakupovanju že videli in katere so že uporabili pri nakupni odločitvi. Vprašanja sta bili zaprtega tipa, anketiranci so lahko izbrali več oblik prehranskih označb. V pomoč pri odgovarjanju na ti dve vprašanji sem poleg vprašanja prikazala še slike prehranskih označb, po katerih sem spraševala. Na prvo vprašanje je odgovorilo 259 anketirancev, na drugo pa 240 anketirancev, saj so bili anketiranci, ki pri prvem vprašanju niso prepoznali nobene prehranske označbe, s pogojem izločeni in so vprašanje 10 preskočili. Na vprašanje, ali so že uporabili

prehransko označbo, so torej odgovarjali le anketiranci, ki so že videli posamezno prehransko označbo, na podlagi tega pa je izračunan tudi delež anketirancev, ki so že uporabili posamezno prehransko označbo.

Kot je razvidno iz spodnje Slike 8, je največ anketirancev že videlo prehransko tabelo (97%), od teh jo je 96% uporabilo pri nakupni odločitvi. Sledi simbol »Varuje zdravje«, ki ga je že videlo 88% anketirancev, 64% pa ga je uporabilo pri nakupu. Prehransko označbo GDA je videlo 82% anketiranih, uporabilo pa 55%. Najmanj anketiranih je videlo kombinirano prehransko označbo in prehranski semafor, kar je pričakovano, saj se slednji označbi v Sloveniji na izdelkih ne pojavljata. Predpostavljam, da so anketiranci omenjeni označbi videli v tujini ali pa so označbo videli kje drugje (splet, mediji ipd.).

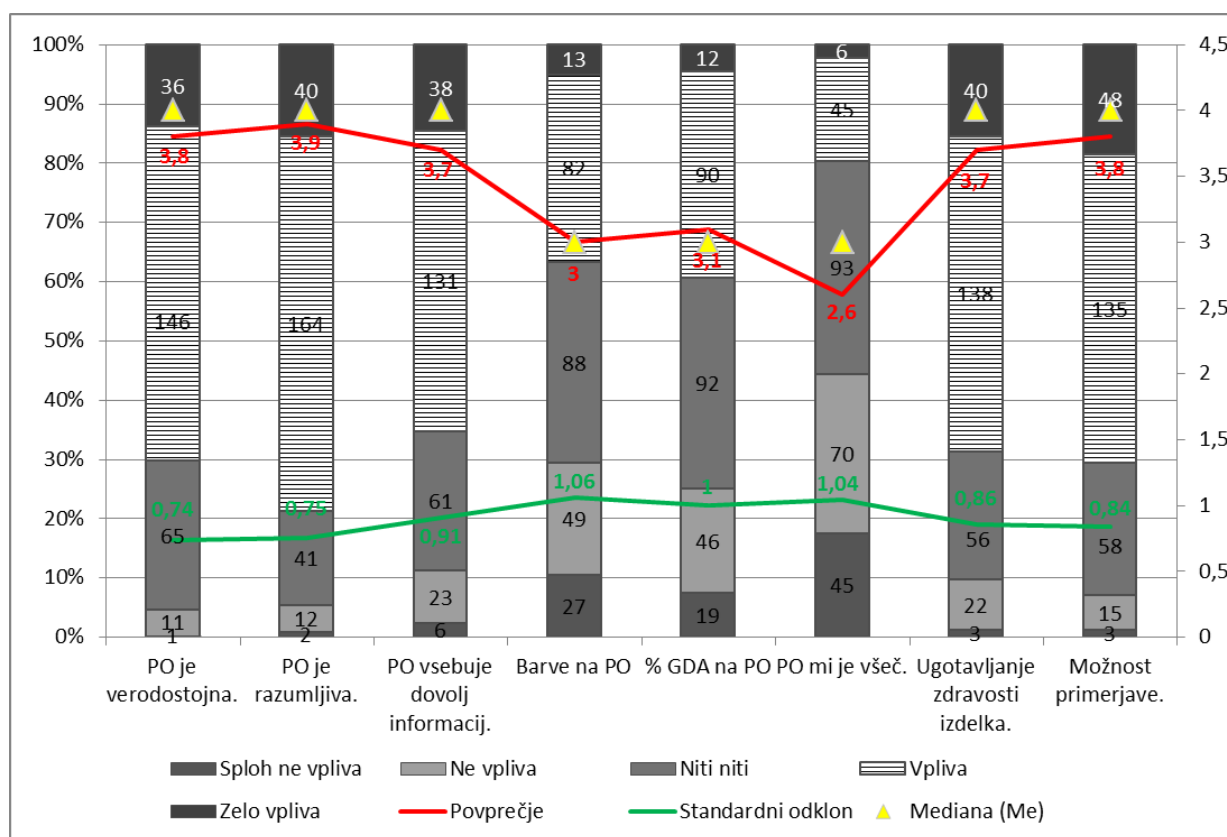
Slika 8: Odstotek anketirancev, ki so že videli in uporabili posamezno prehransko označbo pri nakupni odločitvi



Z naslednjim vprašanjem (**vprašanje 11**) sem preverjala, **kako posamezne lastnosti prehranske označbe vplivajo na nakup izdelka**. Vprašanja sem zastavila na petstopenjski merski lestvici, pri čemer je odgovor 1 pomenil »Sploh ne vpliva«, odgovor 5 pa »Zelo vpliva«. Na vprašanje je odgovorilo 259 anketirancev. Podrobnejše statistike po posameznih trditvah so v Tabeli 5 v Prilogi 4, v nadaljevanju pa povzemam bistvene ugotovitve. Dodatno na Sliki 9 prikazujem odgovore, srednje vrednosti in standardni odklon po posameznih trditvah. Povprečne ocene vpliva posamezne lastnosti označbe so precej visoke. Z najnižjo povprečno oceno 2,6 (SD=1,04) so anketiranci ocenili vpliv oblikovne vsečnosti označbe, z najvišjo povprečno oceno 3,9 (SD=0,75) pa vpliv razumljivosti označbe. Pri slednji je kar 63% anketirancev odgovorilo, da razumljivost označbe vpliva na njihov nakup (Mo=4), pri 15% pa razumljivost zelo vpliva. S povprečnima ocenama 3,8 tesno sledita vpliv verodostojnosti označbe (SD=0,74) in vpliv možnosti enostavne primerjave z ostalimi izdelki (SD=0,84). V

splošnem lahko iz rezultatov ankete sklepam, da najbolj na nakupno odločitev porabnikov vplivajo razumljivost in verodostojnost prehranske označbe ter možnost primerjanja z ostalimi izdelki, nekoliko manj vplivata zadostnost informacij na označbi in možnost ocenitve, kako zdrav je izdelek na podlagi označbe. Najmanj na nakup izdelka vplivajo prikaz % dnevne orientacijske vrednosti na označbi, barve in oblikovna vsečnost.

Slika 9: Vpliv posamezne lastnosti prehranske označbe (PO) na nakup izdelka s prikazom strukture odgovorov anketirancev, povprečij, standardnih odklonov in median



Z vprašanji 12 do 16 sem preverjala **strinjanje anketirancev s trditvami glede posamezne prehranske označbe**. Vsako izmed vprašanj se je nanašalo na eno izmed prehranskih označb, in sicer prehransko tabelo, prehranski semafor, kombinirano označbo, ki združuje označbo GDA in barve prehranskega semaforja, označbo GDA in simbol »Varuje zdravje«. Vsako označbo sem prikazala na sliki, nato pa sem anketirance vprašala, v kolikšni meri se strinjajo s posamezno trditvijo (razumljivost, verodostojnost, informativnost, vsečnost, možnost primerjanja z ostalimi izdelki, možnost ugotavljanja, kako zdrav je izdelek, in koristnost posamezne označbe). Vprašanja sem anketirancem zastavila na petstopenjski Likertovi merski lestvici, kjer so svoje (ne)strinjanje izrazili z odgovori na lestvici od 1 »Sploh se ne strinjam« do 5 »Se popolnoma strinjam«. Podrobnejšo analizo rezultatov ankete s srednjimi vrednostmi (povprečnimi vrednostmi, modusi in medianami), standardnimi odkloni ter številom odgovorov in odstotki za posamezno trditev prilagam v Tabelah 6 do 10 v Prilogi 4, prav tako v Prilogi 4 na Slikah 11 do 15 grafično prikazujem odgovore na posamezna vprašanja. V nadaljevanju povzemam ključne ugotovitve, najprej za posamezno označbo, nato pa sem primerjala še posamezne trditve in ugotovila, katera označba prednjači pri posamezni trditvi.

- **Strinjanje s trditvami v povezavi s prehransko tabelo (vprašanje 12)**

Na vprašanje je odgovorilo 259 anketirancev. Skupna povprečna ocena strinjanja s trditvami glede prehranske tabele je 3,76. V povprečju se anketiranci najmanj strinjajo, da jim je označba v obliki prehranske tabele všeč (povprečna ocena=3,3; SD=0,94). Po drugi strani se anketiranci v povprečju strinjajo s trditvijo, da je prehranska tabela razumljiva, saj povprečje znaša 4,1 (SD=0,73). Pri tem je 60% anketirancev odgovorilo, da se strinjajo s trditvijo, da je prehranska označba razumljiva (Mo=4), 25% pa se jih s trditvijo povsem strinja. Prav tako se anketiranci v povprečju strinjajo s trditvami, da prehranska označba vsebuje dovolj informacij (povprečje=3,9; SD=0,79), da je prehranska tabela koristna (povprečje=3,8; SD=0,87), da prehranska označba omogoča enostavno primerjavo z ostalimi izdelki (povprečje=3,8; SD=0,87), prav tako se v povprečju strinjajo, da lahko prehranski označbi zaupajo (povprečje=3,8; SD=0,76). Podrobnejši vpogled v strinjanje s trditvami glede prehranske tabele je v Prilogi 4 v Tabeli 6 in Sliki 11.

- **Strinjanje s trditvami v povezavi s prehranskim semaforjem (vprašanje 13)**

Tudi na trditve glede prehranskega semaforja je odgovarjalo 259 anketirancev, skupna povprečna ocena vseh trditvev je 3,31. V povprečju se anketiranci najmanj oz. le delno strinjajo s trditvijo, da označba vsebuje dovolj informacij (povprečje=2,9; SD=0,98), najbolj pa se strinjajo s trditvijo, da je označba razumljiva. V povprečju so namreč to trditve ocenili s 3,6 (SD=0,96) na Likertovi lestvici. S to trditvijo se strinja 52%, povsem pa se z njo strinja 15% anketirancev. Podrobnejše informacije glede strinjanja s trditvami glede prehranskega semaforja so v Prilogi 4 v Tabeli 7 in Sliki 12.

- **Strinjanje s trditvami v povezavi s kombinirano označbo (vprašanje 14)**

Pri tem vprašanju sem zbrala odgovore 259 anketirancev, ki so trditve glede kombinirane označbe ocenili s skupno povprečno oceno 3,47. Pri vseh trditvah se je največ anketirancev strinjalo (Mo vseh trditvev=4), prav tako je pri vseh trditvah mediana 4, kar pomeni, da se polovica anketirancev povsem strinja s trditvami, polovica pa se bodisi sploh ne strinja, ne strinja ali pa se niti ne strinja niti strinja. V povprečju (3,7) se anketiranci najbolj strinjajo, da je kombinirana označba razumljiva (SD=0,85), bolj pa se strinjajo kot ne s trditvami, da označba vsebuje dovolj informacij (povprečna ocena=3,4; SD=0,98), da jim je oblikovno všeč (povprečna ocena=3,4; SD=0,98), da lahko s pomočjo kombinirane označbe hitro ugotovijo, kako zdrav je izdelek (povprečna ocena=3,4; SD=0,99) in da jim označba omogoča enostavno primerjavo z drugimi izdelki (povprečna ocena=3,4; SD=1,01). Podrobnejša analiza strinjanja s trditvami glede kombinirane označbe je v Prilogi 4 v Tabeli 8 in Sliki 13.

- **Strinjanje s trditvami v povezavi z označbo GDA (vprašanje 15)**

Anketiranci so trditve, vezane na označbo GDA, na Likertovi lestvici ocenili s skupno povprečno oceno 3,10, kar pomeni, da se v povprečju bolj strinjajo kot ne s trditvami, vezanimi na to označbo. S povprečno oceno 3,4 (SD=0,85) se najbolj strinjajo z verodostojnostjo označbe, s povprečno oceno 2,7 (SD=0,94) pa se v povprečju najmanj strinjajo s trditvijo, da jim je označba všeč. Nekoliko bolj se strinjajo tudi s trditvijo, da je označba GDA razumljiva (povprečna ocena=3,3; SD=0,94), z ostalimi trditvami glede označbe GDA pa se v povprečju

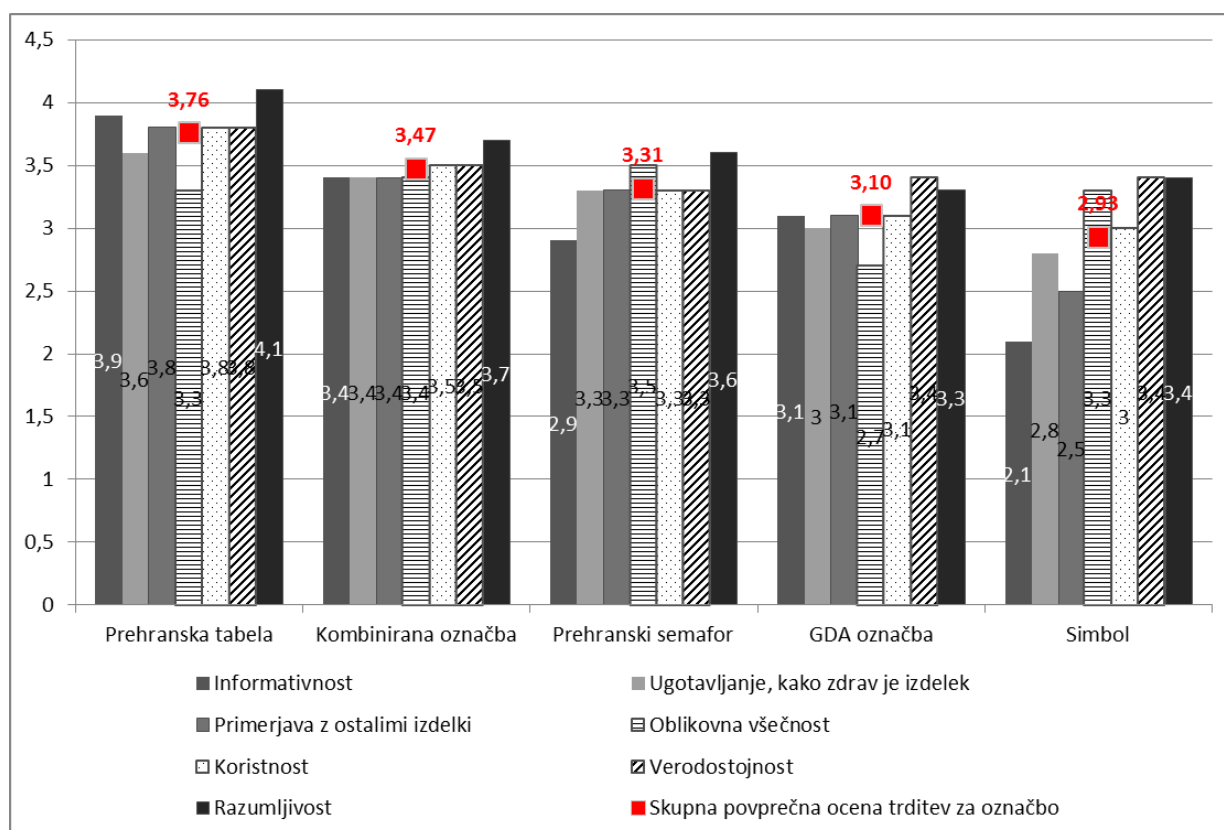
anketiranci niti ne strinjajo niti strinjajo. Podrobnejša analiza strinjanja s trditvami glede označbe GDA je v Prilogi 4 v Tabeli 9 in Sliki 14.

• **Strinjanje s trditvami v povezavi s simbolom »Varuje zdravje« (vprašanje 16)**

Zadnjo označbo, po kateri sem spraševala anketirance, so ocenili s povprečno oceno 2,93. Pri tem so najslabše ocenili trditev, da označba vsebuje dovolj informacij (povprečna ocena=2,1; SD=1,09), večina (36% anketirancev) se namreč s to trditvijo sploh ne strinja, 30% pa se jih ne strinja. Prav tako se v povprečju bolj ne strinjajo s trditvama, da jim simbol »Varuje zdravje« omogoča enostavno primerjavo z ostalimi izdelki (povprečna ocena=2,5; SD=1,23; Mo=1) in da lahko na podlagi tega simbola hitro ugotovijo, kako zdrav je izdelek (povprečna ocena=2,8; SD=1,19). Podrobnejša analiza strinjanja s trditvami glede simbola »Varuje zdravje« je v Prilogi 4 v Tabeli 10 in Sliki 15.

Spodnja Slika 10 prikazuje povprečne skupne ocene trditev za posamezno označbo ter povprečja za posamezno trditev.

Slika 10: Skupna povprečna ocena strinjanja s trditvami glede posamezne prehranske označbe



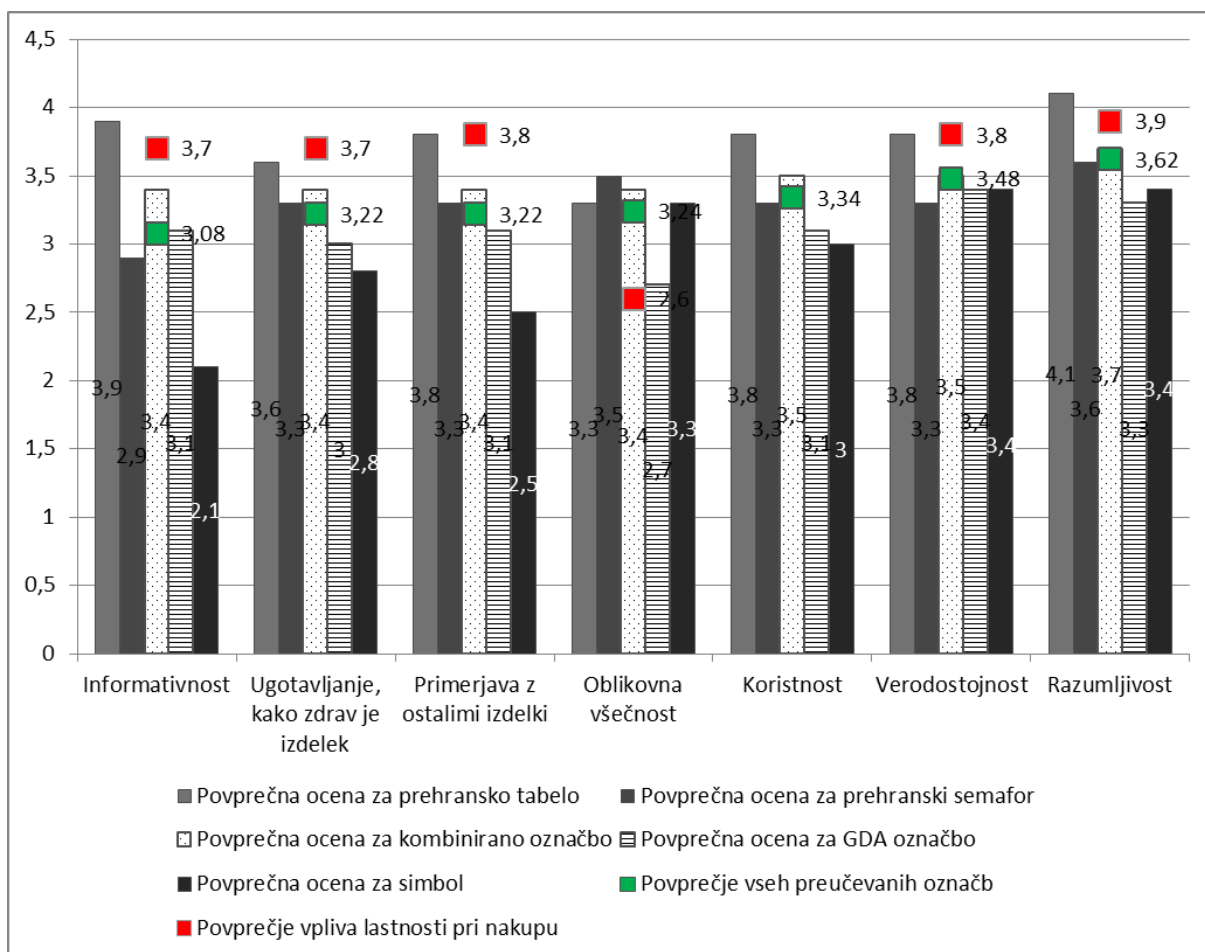
Če primerjamo skupne povprečne ocene za posamezno označbo, se anketiranci najbolj strinjajo s trditvami glede prehranske tabele (skupna povprečna ocena=3,76), sledijo kombinirana označba s skupno povprečno oceno 3,47, prehranski semafor s skupno povprečno oceno 3,31 in GDA s skupno povprečno oceno 3,10. Najmanj se anketiranci strinjajo s trditvami v povezavi s simbolom »Varuje zdravje«, pri katerem skupna povprečna ocena znaša 2,93, kar pomeni, da se

anketiranci s trditvami glede simbola »Varuje zdravje« bolj ne strinjajo kot strinjajo. Iz slednjega bi lahko sklepali, da je porabnikom najljubša prehranska tabela, najmanj priljubljen pa je simbol »Varuje zdravje« oz. v splošnem simboli, saj je se je vprašanje nanašalo na vse označbe v obliki simbolov.

• **Primerjava strinjanja s trditvami glede lastnosti prehranskih označb in vplivom posamezne lastnosti na nakup izdelka**

Kjer je bilo mogoče, sem povprečne ocene trditev na temo vpliva posamezne lastnosti prehranske označbe na nakup primerjala tudi s povprečji odgovorov za posamezno označbo in skupnim povprečjem za vse prehranske označbe, po katerih sem spraševala anketirance (Slika 11). Ta vidik se mi je zdel zelo pomemben, saj sem na podlagi tega ugotovila, v kolikšni meri v povprečju lastnosti konkretne prehranske označbe dosegajo povprečno oceno vpliva lastnosti na nakup izdelka.

Slika 11: Povprečne ocene strinjanja glede lastnosti posamezne označbe, povprečje vseh preučevanih označb in povprečje vpliva na nakup

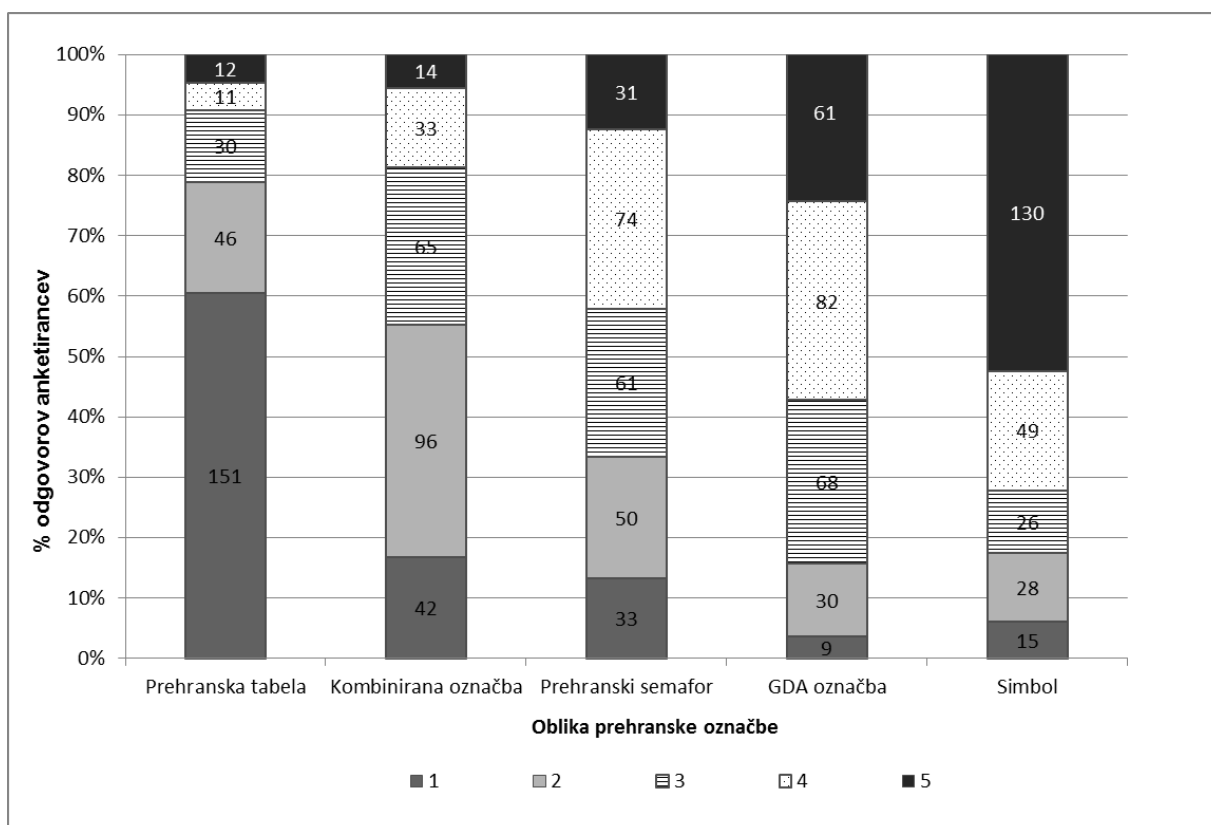


Iz rezultatov lahko sklepamo, da je povprečna ocena strinjanja s posamezno lastnostjo prehranskih označb pri večini lastnosti (informativnost, ocenjevanje zdravosti izdelka, možnost primerjave z ostalimi izdelki, verodostojnost in razumljivost) nižja od povprečne ocene vpliva te lastnosti na nakup izdelka. Obratno je samo pri povprečni oceni vsečnosti označbe, kjer so

anketiranci vpliv všečnosti na nakup ocenili s povprečno oceno 2,6, všečnost konkretnih označb pa so ocenili s povprečno oceno 3,24, kar pomeni, da se bolj strinjajo kot ne, da so jim označbe všeč. Po koristnosti označbe pri nakupovanju sem spraševala le pri konkretnih označbah. S povprečno oceno 3,34 so se anketiranci bolj strinjali kot ne s trditvijo, da so prehranske označbe koristne pri nakupovanju. Z najvišjo povprečno oceno (3,8) so anketiranci ocenili prehransko tabelo, najnižjo povprečno oceno (3) pa so namenili simbolu »Varuje zdravje«, kar pomeni, da se s trditvijo niso strinjali niti ne strinjali.

Priljubljenost posamezne prehranske označbe sem nadalje preverjala z vprašanjem 17, pri katerem sem anketirance prosila, naj **po vrstnem redu od 1 do 5 razdelijo prehranske označbe**, pri čemer je na prvem mestu označba, ki jim je najljubša oz. bi jo najraje uporabljali pri kupovanju prehranskih izdelkov, na zadnjem mestu pa tista, ki jim je najmanj ljuba. Slika 12 prikazuje odstotke odgovorov anketirancev glede priljubljenosti prehranske označbe.

Slika 12: Odstotki odgovorov anketirancev glede priljubljenosti posamezne označbe (1 – najljubša označba, 5 – najmanj ljuba označba)



Prehranska tabela se je uvrstila na prvo mesto, pri tem pa jo je 60% anketirancev uvrstilo na prvo mesto, 18% pa na drugo mesto. Na drugem mestu sledi kombinirana označba, ki jo je 17% anketirancev uvrstilo na prvo mesto, največ, tj. 38%, pa na drugo mesto. Na tretje mesto so anketiranci uvrstili prehranski semafor, na četrto mesto označbo GDA, najmanj pa bi želeli anketiranci pri kupovanju prehranskih izdelkov uporabljati simbol »Varuje zdravje«. Na podlagi odgovorov na to vprašanje lahko ugotovim, da so ti skladni s povprečno oceno strinjanja s posamezno trditvijo glede prehranskih označb pri vprašanjih 12 do 16.

6.3.3 Analiza povezav med spremenljivkami – preizkušanje hipotez

V tem podglavju sem navedla rezultate preizkušanja hipotez, ki sem jih za potrebe raziskave predhodno oblikovala. V nadaljevanju povzemam bistvene ugotovitve po posameznih sklopih (demografski dejavniki, nakupno vedenje in odločanje, vpliv znanja in zdravja, primerjava označb FOP in BOP in primerjava označb FOP) in posameznih hipotezah znotraj sklopov, podrobnejše razlage hipotez in tabele statističnih analiz pa prikazujem v Prilogi 5.

Hipoteze H1a, H1b, H3a in H3b sem preizkušala s postopkom **preizkušanja hipoteze o enakosti dveh aritmetičnih sredin za neodvisna vzorca oz. s t-testom za neodvisna vzorca**. Za potrebe analize sem postavila ničelno hipotezo $H_0: \mu_1 = \mu_2$ ter alternativno hipotezo $H_1: \mu_1 > \mu_2$, v nekaterih primerih pa sem z alternativno hipotezo $H_1: \mu_1 \neq \mu_2$ preverila le statistično značilne razlike med neodvisnima spremenljivkama. Hipoteza za statistično preizkušanje je postavljena kot alternativna hipoteza, ničelna hipoteza pa predpostavlja enakost aritmetičnih sredin. Najprej sem z Levenovim preizkusom preizkusila domnevo o enakosti varianc, pri čemer bi v primeru značilne razlike za preizkus uporabila predpostavko neenakosti varianc. Značilna razlika je takrat, kadar ne moremo potrditi ničelne hipoteze o enakosti varianc. V tem primeru je kritična stopnja značilnosti (P-vrednost) nižja od 0,05 ($P < 0,05$).

Pri ostalih hipotezah sem želela raziskati, ali je ena odvisna spremenljivka statistično značilno različna ali pomembnejša od druge. Uporabila sem **t-test za analizo dveh odvisnih vzorcev (angl. Paired T-test)**, s katerim primerjamo aritmetični sredini dveh spremenljivk in preizkušamo domnevo, da je povprečna razlika različna od 0 (Rovan & Turk, 2001, str. 157). Značilnost razlike sem preverjala pri 95-odstotnem intervalu zaupanja ($\alpha=0,05$). V ta namen sem pri določenih hipotezah postavila ničelno hipotezo $H_0: \mu_1 = \mu_2$ in alternativno hipotezo $H_1: \mu_1 > \mu_2$ ter za potrjevanje hipotez uporabila enostranski test, pri določenih pa ničelno hipotezo $H_0: \mu_1 = \mu_2$ in alternativno hipotezo $H_1: \mu_1 \neq \mu_2$ ter za potrjevanje hipotez uporabila dvostranski test. V obeh primerih velja, da v primeru, ko je $\text{Sig}_{(1)} > 0,05$, razlika med aritmetičnima sredinama odvisnih spremenljivk ni statistično značilna in H_0 ne moremo zavrniti. Kadar je $\text{Sig}_{(1)} < 0,05$, je razlika statistično značilna in hipotezo H_0 lahko zavrnemo in zaključimo, da je absolutno višja statistična vrednost dejavnika statistično pomembnejša.

- **Demografski dejavniki in uporaba prehranskih označb**

Hipotezi v nadaljevanju sem testirala s postopkom **preizkušanja hipoteze o enakosti dveh aritmetičnih sredin za neodvisna vzorca**. Stopnja tveganja je $\alpha=0,05$.

H1a: Člani majhnih gospodinjstev pogosteje berejo prehranske označbe kot člani velikih gospodinjstev.

S hipotezo sem preverjala odvisnost pogostosti branja prehranskih označb od velikosti gospodinjstva, pri čemer sem gospodinjstva razdelila na dve skupini, in sicer majhna gospodinjstva, ki štejejo do 3 člane, ter velika gospodinjstva, v katerih bivajo 4 člani ali več. Hipotezo sem preverjala na podlagi vprašanj 4 in 24, pri čemer je velikost gospodinjstva neodvisna spremenljivka, pogostost branja prehranskih označb pa odvisna spremenljivka.

Hipotezo sem preverila s postopkom preizkušanja hipoteze o enakosti dveh aritmetičnih sredin za neodvisna vzorca.

Levenov preizkus enakosti varianc (Priloga 5, Tabela 12) kaže, da so variance enake. Na podlagi analize vzorčnih podatkov sem ugotovila, da pri stopnji tveganja $\alpha=0,05$, ne morem zavreči ničelne domneve ($(P = 0,2015) > (\alpha = 0,05)$) in ne morem trditi, da člani majhnih gospodinjstev pogosteje berejo prehranske označbe kot člani velikih gospodinjstev (Priloga 5, Tabela 12).

H1b: Pri razumevanju prehranskih označb obstajajo razlike med porabniki z višjo stopnjo izobrazbe in porabniki z nižjo stopnjo izobrazbe.

S hipotezo sem preverjala povezavo med stopnjo izobrazbe in razumevanjem prehranskih označb. Za namen testiranja te hipoteze sem spremenljivko »razumevanje« zdužila iz odgovorov glede strinjanja s trditvami o razumevanju označb pri posamezni obliki prehranske označbe (trditve »Označba je razumljiva« pri vprašanjih 12 do 16). Spremenljivka »stopnja izobrazbe« vsebuje dve vrednosti, in sicer »Nižja izobrazba«, kamor sodijo anketiranci, ki imajo manj kot višjo šolo, ter »Višja izobrazba«, kamor so se uvrstili vsi anketiranci, ki imajo končano višjo šolo ali več. Hipotezo sem preverila s postopkom preizkušanja hipoteze o enakosti dveh aritmetičnih sredin za neodvisna vzorca. Pri tem je bila odvisna spremenljivka razumljivost označbe, neodvisna pa stopnja izobrazbe.

Z Levenovim preizkusom enakosti varianc sem ugotovila, da velja predpostavka o enakosti varianc. S statističnim preizkusom lahko na podlagi vzorčnih podatkov zavrnem ničelno hipotezo ($(P = 0,013) < (\alpha = 0,05)$) in lahko pri 5-odstotnem tveganju trdim, da obstajajo statistično značilne razlike v razumevanju prehranskih označb, ki so bile vključene v raziskavo, med porabniki z višjo stopnjo izobrazbe in porabniki z nižjo stopnjo izobrazbe (Priloga 5, Tabela 14). Glede na primerjavo povprečnih vrednosti lahko predpostavim, da uporabniki z nižjo stopnjo izobrazbe bolj razumejo prehranske označbe (povprečna vrednost=3,76) kot tisti z višjo stopnjo izobrazbe (povprečna vrednost=3,56) (Priloga 5, Tabela 13).

• Nakupno vedenje in odločanje in uporaba prehranskih označb

Hipoteze sem preverjala s pomočjo **t-testa za analizo dveh odvisnih vzorcev (angl. Paired T-test)**, s katerim primerjamo aritmetični sredini dveh spremenljivk. Hipoteze so enostranske, stopnja tveganja je $\alpha=0,05$.

H2a: Okus izdelka bolj vpliva na nakupno odločitev porabnika kot navedbe na prehranski označbi.

Hipotezo sem preverjala na podlagi vprašanja 8 v spletnem vprašalniku, kjer sem anketirance prosila, naj ocenijo posamezne dejavnike po pomembnosti vpliva na njihovo nakupno odločitev. Vprašanje je bilo zastavljeno na štiristopenjski merski lestvici.

Na podlagi vzorčnih podatkov lahko pri stopnji tveganja $\alpha=0,05$ zavrnem ničelno domnevo (($P = 0,000$) < ($\alpha = 0,05$)) in lahko trdim, da okus izdelka bolj vpliva na nakupno odločitev porabnika kot navedbe na prehranski označbi (Priloga 5, Tabela 16).

H2b: Porabniki prehranske označbe pogosteje preverijo v trgovini kot doma.

H2c: Porabniki prehranske označbe pogosteje preverijo pri prvem nakupu izdelka kot pri ponavljajočih se nakupih.

Zgornji hipotezi sem preverjala na podlagi vprašanja 5 v spletnem vprašalniku, v katerem so anketiranci na petstopenjski merski lestvici odgovorili, v kolikšni meri zanje velja posamezna trditev glede branja prehranskih označb.

Na podlagi vzorčnih podatkov lahko pri stopnji tveganja $\alpha=0,05$ zavrnem ničelno domnevo (($P = 0,000$) < ($\alpha = 0,05$)) in lahko trdim, da porabniki prehranske označbe pogosteje preverijo v trgovini kot doma (Priloga 5, Tabela 18).

Prav tako lahko na podlagi vzorčnih podatkov pri stopnji tveganja $\alpha=0,05$ zavrnem ničelno domnevo (($P = 0,000$) < ($\alpha = 0,05$)) in lahko trdim, da porabniki prehranske označbe pogosteje preverijo pri prvem nakupu izdelka kot pri ponavljajočih se nakupih (Priloga 5, Tabela 20).

H2d: Razumljivost prehranske označbe bolj vpliva na nakup izdelka kot oblikovna vsečnost označbe.

Hipotezo sem preverjala na podlagi vprašanja 11 v spletnem vprašalniku, v katerem so anketiranci na petstopenjski merski lestvici odgovarjali, v kolikšni meri posamezna lastnost prehranske označbe vpliva na njihov nakup izdelka.

Na podlagi vzorčnih podatkov lahko pri stopnji tveganja $\alpha=0,05$ zavrnem ničelno domnevo (($P = 0,000$) < ($\alpha = 0,05$)) in lahko trdim, da razumljivost prehranske označbe bolj vpliva na nakup izdelka kot oblikovna vsečnost označbe (Priloga 5, Tabela 22).

• **Vpliv znanja na področju prehrane in zdravja na uporabo prehranskih označb**

Hipotezi v nadaljevanju sem testirala s postopkom **preizkušanja hipoteze o enakosti dveh aritmetičnih sredin za neodvisna vzorca**. Stopnja tveganja je $\alpha=0,05$, hipotezi sta enostranski.

H3a: Osebe, ki so dobro informirane o zdravi prehrani, v povprečju bolj razumejo navedbe na prehranskih označbah kot osebe, ki so slabo informirane.

S hipotezo sem preverjala odvisnost razumevanja prehranskih označb od porabnikovega znanja s področja prehrane, pri čemer sem postavila alternativno hipotezo, da je razumevanje prehranskih označb večje, če je porabnik bolje informiran o zdravi prehrani. Spremenljivko »Dobro sem informiran/a o zdravi prehrani«, ki sem jo preverjala v 18. vprašanju, sem za potrebe testa preoblikovala v dve vrednosti, in sicer »Dobro sem informiran/a o zdravi prehrani«, ki zajema anketirance, ki so odgovorili, da se strinjajo ali pa se povsem strinjajo s trditvijo, da so dobro informirani o zdravi prehrani, in »Slabo sem informiran/a o zdravi prehrani«, ki zajema ostale anketirance (se popolnoma ne strinjajo, ne strinjajo ali pa se niti ne strinjajo niti strinjajo s trditvijo, da so dobro informirani o zdravi prehrani). Odvisna

spremenljivka »Razumevanje označb« je izračunana kot povprečje razumevanja vseh označb, po katerem sem anketirance spraševala v vprašanjih 12 do 16.

Z Levenovim preizkusom enakosti varianc sem ugotovila, da velja predpostavka o enakosti varianc. S statističnim preizkusom lahko na podlagi vzorčnih podatkov zavrnem ničelno hipotezo ($(P = 0,000) < (\alpha = 0,05)$) in lahko pri 5-odstotnem tveganju trdim, da porabniki, ki so dobro informirani o zdravi prehrani, v povprečju bolj razumejo prehranske označbe kot porabniki, ki so slabo informirani o zdravi prehrani (Priloga 5, Tabela 24).

H3b: Navedbe na prehranski označbi bolj vplivajo na nakupno odločitev tistih porabnikov, ki morajo (ali mora kateri izmed članov družine) zaradi zdravstvenih razlogov slediti posebni dieti.

Hipotezo sem oblikovala na podlagi vprašanja 6, kjer sem spraševala, v kolikšni meri se anketiranci strinjajo z navedbo, da prehranska označba vpliva na to, ali izdelek kupijo ali ne, in vprašanja 19, kjer sem jih spraševala, ali morajo sami ali kateri izmed članov družine zaradi zdravstvenih razlogov slediti posebni dieti.

Levenov preizkus potrjuje predpostavko o enakosti varianc. S statističnim preizkusom lahko na podlagi vzorčnih podatkov zavrnem ničelno hipotezo ($(P = 0,0045) < (\alpha = 0,05)$) in lahko pri 5-odstotnem tveganju trdim, da navedbe na prehranski označbi v večji meri vplivajo na nakup izdelka tistih porabnikov, ki morajo sami ali mora kateri izmed članov družine zaradi zdravstvenih razlogov slediti posebni dieti (Priloga 5, Tabela 26).

- **Primerjava označb na zadnji strani embalaže (BOP) z označbami na sprednji strani embalaže (FOP).**

Hipoteze sem testirala s pomočjo **t-testa za analizo dveh odvisnih vzorcev (angl. Paired T-test)**, s katerim primerjamo aritmetični sredini dveh spremenljivk. Hipoteze so dvostranske ($H_1: \mu_1 \neq \mu_2$), stopnja tveganja je $\alpha=0,05$. Rezultate statističnih obdelav v programskem orodju SPSS navajam v Prilogi 5.

Hipoteze sem preverjala na podlagi vprašanj 12 do 16 v spletnem vprašalniku, pri katerih so anketiranci na petstopenjski Likertovi merski lestvici za posamezno označbo označili svoje strinjanje s sedmimi trditvami. Na podlagi rezultatov pri vsaki označbi sem izračunala stališče anketirancev pri vsaki trditvi in stališče do označbe v celoti. Stališče do označb FOP sem izračunala kot povprečje stališč do označb: prehranski semafor, kombinirana označba, označba GDA in simbol »Varuje zdravje«.

H4a: Obstaja razlika med razumevanjem označb FOP in BOP.

Na podlagi vzorčnih podatkov pri stopnji tveganja $\alpha=0,05$ lahko zavrnem ničelno domnevo ($(P = 0,000) < (\alpha = 0,05)$) in lahko trdim, da obstaja statistično značilna razlika med razumevanjem označb FOP in BOP (Priloga 5, Tabela 28). Glede na primerjavo povprečnih vrednosti lahko predpostavim, da porabniki bolj razumejo označbe BOP (povprečna vrednost=4,07) kot označbe FOP (povprečna vrednost=3,51) (Priloga 5, Tabela 27).

H4b: Obstaja razlika med hitrostjo ugotavljanja, kako zdrav je izdelek, na podlagi označb FOP in BOP.

Na podlagi vzorčnih podatkov pri stopnji tveganja $\alpha=0,05$ lahko zavrnem ničelno domnevo ($(P = 0,000) < (\alpha = 0,05)$) in lahko trdim, da obstaja statistično značilna razlika med hitrostjo ugotavljanja zdravosti izdelka na podlagi označb FOP in BOP (Priloga 5, Tabela 30). Glede na primerjavo povprečnih vrednosti lahko predpostavim, da porabniki hitreje ugotovijo, kako zdrav je izdelek, z uporabo označb BOP (povprečna vrednost=3,59) kot z uporabo označb FOP (povprečna vrednost=3,12) (Priloga 5, Tabela 29).

H4c: Obstaja razlika med stališčem do označb FOP in BOP.

Na podlagi vzorčnih podatkov pri stopnji tveganja $\alpha=0,05$ lahko zavrnem ničelno domnevo ($(P = 0,000) < (\alpha = 0,05)$) in lahko trdim, da obstaja statistično značilna razlika med stališči do označb FOP in BOP (Priloga 5, Tabela 32). Glede na primerjavo povprečnih vrednosti lahko predpostavim, da imajo porabniki pozitivnejše stališče do označb BOP (povprečna vrednost=3,77) kot do označb FOP (povprečna vrednost=3,21) (Priloga 5, Tabela 31).

Hipoteze v tem sklopu sem oblikovala na podlagi ugotovitev drugih avtorjev, ki trdijo, da porabniki preferirajo označbe FOP in da porabniki na podlagi označb FOP hitreje ugotovijo, kako zdrav je izdelek (Chen & Verdict, 2013, str. 20). Kot je razvidno iz zgornjih ugotovitev, na podlagi svoje raziskave ugotavljam ravno nasprotno: porabniki preferirajo oz. imajo bolj pozitivno stališče do označb BOP, hkrati pa se jim te označbe zdijo bolj razumljive in z njimi lažje ugotovijo, kako zdrav je izdelek.

- **Primerjava označb na sprednji strani embalaže (FOP)**

Hipoteze sem testirala s pomočjo **t-testa za analizo dveh odvisnih vzorcev (angl. *Paired T-test*)**, s katerim primerjamo aritmetični sredini dveh spremenljivk. Hipoteze so enostranske ($H1: \mu_1 > \mu_2$), stopnja tveganja je $\alpha=0,05$.

Hipoteze sem preverjala na podlagi vprašanj 12 do 16 v spletnem vprašalniku, pri katerih so anketiranci na petstopenjski Likertovi merski lestvici za posamezno označbo označili svoje strinjanje s trditvami. Za testiranje hipotez glede vpliva barv na razumevanje in všečnost (hipotezi H5a in H5b) sem izračunala povprečno razumevanje in povprečno všečnost označb FOP z barvami (prehranski semafor in kombinirana označba) in označb FOP, ki ne vsebujejo barvnih prikazov vsebnosti sestavin (označba GDA in simbol »Varuje zdravje«). Pri zadnjih treh hipotezah (H5c, H5d in H5e) sem primerjala stališča do posameznih označb, pri čemer sem želela potrditi ugotovitve ostalih avtorjev (Antúnez et al., 2014; Chen & Verdict, 2013, str. 20; Synovate, 2005, str. 9), da imajo porabniki najbolj pozitivno stališče do kombinirane označbe. Stališče do posamezne označbe sem izračunala kot povprečje strinjanja s trditvami pri posameznem vprašanju (vprašanja 12 do 16).

H5a: Barve povečujejo všečnost označbe FOP.

Na podlagi vzorčnih podatkov lahko pri stopnji tveganja $\alpha=0,05$ zavrnem ničelno domnevo ($(P = 0,000) < (\alpha = 0,05)$) in lahko trdim, da barve povečujejo všečnost označbe FOP (Priloga 5, Tabela 34).

H5b: Barve povečujejo razumevanje označbe FOP.

Na podlagi vzorčnih podatkov lahko pri stopnji tveganja $\alpha=0,05$ zavrnem ničelno domnevo ($(P = 0,000) < (\alpha = 0,05)$) in lahko trdim, da barve povečujejo razumevanje označbe FOP (Priloga 5, Tabela 36).

H5c: Porabniki imajo pozitivnejše stališče do kombinirane označbe kot do označbe GDA.

Na podlagi vzorčnih podatkov lahko pri stopnji tveganja $\alpha=0,05$ zavrnem ničelno domnevo ($(P = 0,000) < (\alpha = 0,05)$) in lahko trdim, da imajo porabniki pozitivnejše stališče do kombinirane označbe kot do označbe GDA (Priloga 5, Tabela 38).

H5d: Porabniki imajo pozitivnejše stališče do kombinirane označbe kot do prehranskega semaforja.

Na podlagi vzorčnih podatkov lahko pri stopnji tveganja $\alpha=0,05$ zavrnem ničelno domnevo ($(P = 0,000) < (\alpha = 0,05)$) in lahko trdim, da imajo porabniki pozitivnejše stališče do kombinirane označbe kot do prehranskega semaforja (Priloga 5, Tabela 40).

H5e: Porabniki imajo pozitivnejše stališče do kombinirane označbe kot do simbola »Varuje zdravje«.

Na podlagi vzorčnih podatkov lahko pri stopnji tveganja $\alpha=0,05$ zavrnem ničelno domnevo ($(P = 0,000) < (\alpha = 0,05)$) in lahko trdim, da imajo porabniki pozitivnejše stališče do kombinirane označbe kot do simbola »Varuje zdravje« (Priloga 5, Tabela 42).

Na podlagi zgornjih ugotovitev lahko sklepam, da med označbami FOP porabniki preferirajo kombinirano označbo in da barvni prikazi vsebnosti posameznih sestavin izdelka vplivajo na večje razumevanje in všečnost prehranskih označb.

6.4 Ugotovitve raziskave in priporočila

V tem poglavju povzemam bistvene ugotovitve raziskave glede uporabe prehranskih označb in vpliva na nakupno odločitev porabnikov.

Raziskavo sem izvedla na podlagi spletnega vprašalnika, na katerega je v celoti odgovorilo 291 oseb, od tega je bilo 72% oseb ženskega spola, 28% pa je bilo moških. Anketiranci so bili v povprečju stari 32,3 leta in so bili večinoma višje izobraženi, saj je imelo kar 69% anketirancev dokončano višjo ali visoko šolo, univerzitetno izobrazbo, znanstveni magisterij ali doktorat. Večina anketirancev živi v mestu (53%), 25% jih živi v okolici mesta, 22% pa na podeželju.

Poglavitni namen magistrskega dela je bil ugotoviti, kakšno je stališče slovenskih porabnikov do prehranskih označb, v kolikšni meri jih uporabljajo, kdaj in kje jih uporabljajo, katere označbe so jim najljubše in kako ocenjujejo posamezno prehransko označbo glede na različne kriterije ocenjevanja. Na podlagi tega sem želela predlagati najboljši način označevanja, ki bo porabnika pritegnil in mu na razumljiv, všečen in verodostojen način predstavil sestavine določenega izdelka. Bolj kot je zadoščeno tem kriterijem, večja je namreč verjetnost, da bo porabnik prehransko označbo uporabil in posledično začel pri nakupovanju prehranskih izdelkov sprejemati bolj zdrave nakupne odločitve.

Analiza je pokazala kar nekaj presenetljivih in zanimivih rezultatov. Razveseljiv je podatek, da kar 92% vseh anketirancev bere prehranske označbe, pri tem pa jih 17% trdi, da jih berejo vedno, 27% jih bere v več kot polovici primerov, 17% v polovici primerov in 30% v manj kot polovici primerov. Iz hipotez, s katerimi sem preverjala uporabo in razumevanje prehranskih označb glede na demografske dejavnike, lahko zaključim, da višja izobrazba ne vpliva na večje razumevanje prehranskih označb, prav tako ne morem trditi, da manjša gospodinjstva pogosteje uporabljajo prehranske označbe kot velika gospodinjstva. Z vidika zdravja porabnikov sem potrdila hipotezo, da navedbe na prehranski označbi bolj vplivajo na nakupno odločitev tistih porabnikov, ki morajo (ali mora kateri izmed članov družine) zaradi zdravstvenih razlogov slediti posebni dieti. Prav tako lahko na podlagi statističnega sklepanja trdim, da porabniki, ki so dobro informirani o zdravi prehrani, bolj razumejo navedbe na prehranski označbi kot porabniki z manj znanja s področja zdrave prehrane.

S pomočjo vprašalnika sem preverjala tudi nakupno vedenje in odločanje v povezavi s prehranskimi označbami. Na podlagi predhodnih raziskav ostalih avtorjev sem razvila hipoteze, s katerimi sem preverjala, kdaj, kako, kje in zakaj porabniki berejo prehranske označbe. S statističnim testom za primerjanje dveh odvisnih vzorcev sem potrdila hipotezi, da porabniki pogosteje berejo prehranske označbe v trgovini kot doma in da pogosteje berejo prehranske označbe pri prvem nakupu kot pri ponavljajočih se nakupih. S tem sem potrdila ugotovitve raziskav ostalih avtorjev s področja prehranskih označb (Aygen, 2012, str. 62; Chen & Verdict, 2013, str. 35; Grunert & Wills, 2007, str. 389). S pomočjo univariatne analize sem ugotovila, da se anketiranci nadpovprečno strinjajo (povprečna ocena=3,8) s trditvijo, da berejo prehranske označbe v trgovini, podpovprečno (povprečna ocena=2,4) pa s trditvijo, da berejo prehranske označbe doma. Enako se anketiranci nadpovprečno (povprečna ocena 3,9) strinjajo s trditvijo, da preberejo prehransko označbo pri prvem nakupu, in podpovprečno (povprečna ocena=2,2) s trditvijo, da berejo prehranske označbe pri ponavljajočih se nakupih. Zanimiv je odgovor na vprašanje, ki se navezuje na to, katere prehranske označbe porabniki pogledajo. V nasprotju z ugotovitvami tujih avtorjev, ki pravijo, da porabniki pogosteje pogledajo označbe FOP (Chen & Verdict, 2013, str. 20), so anketiranci s povprečno oceno 3,5 ocenili, da preverijo prehransko tabelo, nekoliko nižje, s povprečno oceno 3,1, pa so ocenili, da pogledajo označbo FOP. S pomočjo statističnih analiz sem preverila tudi hipoteze, na podlagi katerih sem primerjala označbe FOP z označbami BOP. Rezultati so zanimivi in nasprotujoči dosedanjim rezultatom raziskav, saj kažejo, da porabniki bolj razumejo označbe BOP kot označbe FOP, prav tako pa na podlagi označb BOP hitreje ugotovijo, kako zdrav je izdelek. Prav tako imajo porabniki s

skupno povprečno oceno 3,77 pozitivnejše stališče do označb BOP kot do označb FOP (skupna povprečna ocena=3,21). Pri razlagi teh rezultatov se lahko opremo na izhodišče avtorjev Hawley et al. (2012) ki trdijo, da je preferenca prehranske označbe močno povezana s poznavanjem oz. izpostavljenostjo prehranski označbi. V Sloveniji na pakiranih izdelkih po izsledkih raziskave avtorjev Storcksdieck et al. (2010) in Pravst et al. (2013) prevladuje prehranska tabela, zato se to zelo verjetno kaže tudi pri izsledkih moje raziskave. V nadaljevanju sem preverjala, zakaj anketiranci uporabljajo prehranske označbe. Rezultati kažejo, da 24% anketirancev v več kot polovici primerov prehransko označbo uporabi za primerjanje dveh izdelkov, večina (32%) pa jo za to uporabi v manj kot polovici primerov. Povprečna ocena te trditve je 2,8, iz česar lahko sklepam, da anketiranci podpovprečno uporabljajo prehransko označbo za primerjavo dveh podobnih izdelkov. Nadalje anketiranci v povprečju v polovici primerov (povprečna ocena=3) s prehransko označbo preverijo resničnost zdravstvene trditve na izdelku, pri čemer so se odgovori anketirancev dokaj enakomerno porazdelili po vseh petih kategorijah odgovorov na večstopenjski lestvici (okoli 20% pri vsakem odgovoru). V tem sklopu sem s pomočjo statističnega sklepanja tudi potrdila hipotezo, da okus bolj vpliva na nakup izdelka kot navedbe na prehranski označbi, s čimer sem potrdila ugotovitve raziskav avtorjev Chen in Verdict (2013, str. 35) ter Grunert in Wills (2007, str. 389).

Na podlagi vprašanja 6, pri katerem so porabniki označili svoja stališča do prehranskih označb, lahko zaključim, da se porabniki v povprečju strinjajo s trditvijo, da so jim prehranske označbe pomembne, skoraj popolnoma pa se strinjajo s trditvijo (povprečna ocena=4,6), da bi morale biti prehranske označbe na vseh pakiranih izdelkih. V povprečju se porabniki strinjajo tudi s trditvijo, da navedbe na prehranski označbi vplivajo na to, ali izdelek kupijo ali ne. Iz rezultatov torej lahko zaključim, da so anketirancem prehranske označbe pomembne in bi jih želeli videti na več prehranskih izdelkih, rezultati pa kažejo možnost za izboljšave pri razumljivosti označb (povprečna ocena=3,7), preglednosti označb, kjer se porabniki z navedbami le deloma strinjajo, verodostojnosti označb, predvsem pa pri obliki označb, saj se anketiranci le deloma strinjajo, da so črke in številke dovolj velike in jasno berljive. Glede na rezultate se anketiranci v povprečju ne strinjajo z navedbo, da nimajo časa brati prehranskih označb, iz česar lahko sklepam, da porabniki kažejo interes za prehranske označbe in bi lahko s preiščeno oblikovanimi prehranskimi označbami vplivali na bolj zdrave nakupne odločitve porabnikov.

Anketiranci najpogosteje na prehranski označbi pogledajo količino sladkorja, energijsko vrednost, vsebnost maščob, ogljikovih hidratov, nasičenih maščobnih kislin in soli. Iz tega lahko sklepam, da bi bilo smiselno na označbe FOP dodati še kategorijo »ogljikovi hidrati«, saj to sestavino pogleda kar 60% anketirancev. Tako bi označbe FOP porabnikom nudile vse bistvene informacije, ki jih pogledajo na prehranskih označbah.

Ključni del raziskave se je nanašal na dejansko in želeno uporabo prehranskih označb. Zanimalo me je, katere označbe so anketiranci že videli, katere so že uporabili, kakšna so stališča do posamezne označbe in katere bi želeli uporabljati pri prihodnjih nakupih. Na podlagi raziskave lahko ugotovim, da so anketiranci najpogosteje videli in uporabili prehransko tabelo, sledijo simbol »Varuje zdravje«, označba GDA, kombinirana označba in prehranski semafor.

Na podlagi vprašanj glede posamezne prehranske označbe, s katerimi sem dobila vpogled v stališča in želeno stanje na področju prehranskih označb, lahko zaključim, da imajo porabniki v povprečju najbolj pozitivno stališče do prehranske tabele, sledita kombinirana označba in prehranski semafor, najslabše stališče pa imajo do simbola »Varuje zdravje«. Iz teh rezultatov lahko sklepam, da trenutna struktura prehranskih označb ni optimalna. Posledično podajam priporočilo, da bi morali izdelki glede na želje porabnikov in njihova stališča poleg prehranske tabele vsebovati kombinirano označbo, ki jo porabniki preferirajo pred ostalimi označbami FOP. Slednje sem dokazala tudi s hipotezami, s katerimi sem ugotovila, da imajo porabniki med označbami FOP, ki so bile vključene v raziskavo, najbolj pozitivno stališče do kombinirane označbe. Nadalje sem s pomočjo statističnega sklepanja ugotovila, da barve povečujejo všečnost in razumevanje označb FOP, zato lahko na podlagi tega oblikujem priporočilo, naj FOP za namen boljšega razumevanja in všečnosti vsebujejo barve. Zgornje ugotovitve sem potrdila tudi z vprašanjem, v katerem sem anketirance spraševala, katero označbo bi najraje uporabili pri kupovanju prehranskih izdelkov. Na prvo mesto so anketiranci uvrstili prehransko tabelo, med označbami FOP pa so izbrali kombinirano označbo, sledijo ji prehranski semafor, označba GDA in simbol »Varuje zdravje«. Na podlagi tega lahko zaključim, da trenutne označbe, ki jih vsebuje večina prehranskih izdelkov (GDA in simboli), niso optimalne za zagotavljanje čim višje stopnje uporabe označb.

V nadaljevanju povzemam bistvene ugotovitve raziskave: Večina anketirancev (92%) bere prehranske označbe. V povprečju se strinjajo, da so prehranske označbe pomembne, in bi želeli, da bi bile zakonsko obvezne na vseh pakiranih prehranskih izdelkih. Poleg prehranske tabele, ki jo najpogosteje videvajo in uporabljajo in bi jo najraje uporabljali pri nakupovanju tudi naprej, bi od označb FOP želeli videti kombinirano označbo, do katere imajo v primerjavi z ostalimi označbami FOP tudi najbolj pozitivna stališča. Ustreznost kombinirane označbe potrjujeta tudi hipotezi glede vpliva barv na razumevanje in všečnost prehranskih označb, na podlagi katerih lahko sklepam, da barve povečujejo razumevanje in všečnost prehranskih označb.

6.5 Omejitve raziskave

Raziskava je bila izvedena na relativno majhnem vzorcu (N=291), zato rezultatov ni mogoče posploševati na celotno populacijo. Pri izbiri raziskovalne metode sem se odločila za spletni vprašalnik, katerega slabost je, da z njegovo pomočjo ni mogoče zajeti celotne populacije. Ljudje, ki nimajo dostopa do interneta, računalnika, tablice ali pametnega telefona, in posamezniki, ki niso računalniško pismeni, namreč niso mogli odgovarjati na vprašanja. Raziskavo bi bilo z vidika reprezentativnosti podatkov smiselno dopolniti tudi z drugimi kvantitativnimi metodami (terensko anketiranje, računalniško podprto telefonsko anketiranje ipd.), s čimer bi zagotovili večji vzorec ter večjo raznolikost z vidika socioekonomskih in demografskih dejavnikov. Dodatna omejitev raziskave je tudi, da so bila vprašanja zastavljena tako, da so anketirani sami ocenili, v kolikšni meri npr. razumejo prehranske označbe. Z vidika celovitega vpogleda v problematiko prehranskih označb priporočam nadaljnjo raziskavo, na podlagi katere bi preverjali dejansko branje, uporabo in razumevanje prehranskih označb ter

ustreznost nakupnih odločitev na podlagi različnih prehranskih označb. V ta namen predlagam dopolnitev raziskave z opazovanjem porabnikov v trgovini (ali gledajo prehranske označbe, koliko časa jih gledajo, katere označbe gledajo) ter intervjujem opazovanih porabnikov takoj po nakupu izdelkov. Prav tako bi bilo smiselno preveriti dejansko razumevanje prehranskih označb (ali pravilno interpretirajo, kako zdrav je izdelek na podlagi prehranske označbe) ter preveriti, ali se porabniki na podlagi prehranskih označb pri primerjanju izdelkov dejansko odločijo za bolj zdravo alternativo. V kolikor bi nadaljnje raziskave potrdile, da je kombinirana označba dejansko najučinkovitejša z vidika sprejemanja zdravih nakupnih odločitev, bi bilo treba obstoječe označbe FOP, ki jih v Sloveniji vsebuje okoli 38% pakiranih izdelkov (Storcksdieck et al., 2010), nadgraditi z barvnim prikazom vsebnosti posameznih sestavin. Tako bi povečali verjetnost branja prehranskih označb, zaradi večje vsečnosti in razumljivosti pa tudi njihovo uporabo pri nakupovanju prehranskih izdelkov in verjetnost, da bi se porabnik na podlagi prehranske označbe odločil za bolj zdravo alternativo.

SKLEP

V zadnjih letih se porabniki vse bolj zavedajo pomena zdrave prehrane in njenega vpliva na kakovost življenja. V medijih na primer lahko vsak dan zasledijo prispevke o zdravi prehrani in boleznih, ki so posledica neaktivnega življenjskega sloga in nepravilne prehrane. Svetovna zdravstvena organizacija v svojih priporočilih izpostavlja pomen zdrave prehrane za zdravo življenje. Zdrava prehrana namreč človeka krepí, preprečuje bolezni, povečuje storilnost in vodi k dobremu počutju. Vsak posameznik lahko torej z znanjem in ozaveščenostjo o pomenu pravilne prehrane prispeva k boljšemu zdravju in počutju (Suwa Stanojević, 2010, str. 3). Na žalost svetovne statistike kažejo skrb zbujujočo sliko glede prehrane svetovnega prebivalstva in bolezni, ki izhajajo iz nepremišljenih nakupnih odločitev pri kupovanju prehranskih izdelkov. Leta 2013 je imelo kar 2,1 milijarde svetovnega prebivalstva prekomerno telesno težo, kar predstavlja kar 28-odstotno povečanje med odraslimi v zadnjih 33 letih, število otrok s prekomerno telesno težo pa se je povečalo za kar 47% (The Lancet, 2014).

Številke so skrb zbujujoče, vseeno pa menim, da je mogoče z intenzivnim izobraževanjem in informiranjem porabnikov o pravilni prehrani zaježiti to epidemijo. Pomemben korak k rešitvi trenutnega stanja so prav gotovo tudi ustrezne prehranske označbe, s katerimi lahko proizvajalci neposredno na prodajnem mestu informirajo porabnike o sestavi živil ter tako vplivajo na njihovo nakupno odločitev. V magistrskem delu sem se posvetila prav vplivu prehranskih označb na nakupno odločitev porabnika. Te označbe namreč v zadnjih letih pridobivajo pomen, saj novodobni porabniki vsak dan izbirajo med številnimi izdelki, brez ustreznih informacij pa mnogokrat ne znajo sprejeti najbolj zdrave odločitve. Hiter življenjski slog in nenehno pomanjkanje časa porabnikom po eni strani onemogočata, da bi podrobno preučili sestavo živil in na podlagi informacij sprejeli najbolj zdravo nakupno odločitev, po drugi strani pa jih medijska izpostavljenost pomena zdravega življenja in problematike nepravilne prehrane in bolezni sili k temu, da se informirajo o tem, kaj kupujejo. Rešitev na videz kompleksnega problema so prehranske označbe, ki pa morajo biti oblikovane tako, da jih porabniki razumejo, jim zaupajo, omogočajo, da porabniki hitro ugotovijo, kako zdrav je določen izdelek, in jim

tako pomagajo, da tudi v časovni stiski hitro izberejo zase najustreznejši oz. najbolj zdrav izdelek.

Kot v svojem modelu za preučevanje vpliva prehranskih označb na porabnike navajata Grunert in Wills (2007), morajo biti porabniki prehranskim označbam najprej izpostavljeni, če jih želijo uporabiti pri svoji nakupni odločitvi. Izsledki raziskave FLABEL (Storecksdieck et al., 2010), ki je bila izvedena v 27 državah EU in Turčiji, kažejo, da je opremljenost pakiranih izdelkov s prehranskimi označbami v EU visoka. Prehranske označbe na zadnji strani embalaže (BOP) vsebuje kar 85% izdelkov, ki so bili vključeni v raziskavo, označbe na sprednji strani embalaže (FOP) pa kar 48% izdelkov. Podatki iste raziskave za Slovenijo na žalost razkrivajo, da smo pod evropskim povprečjem, saj je imelo označbo BOP v Sloveniji manj kot 70%, označbo FOP pa samo 38% izdelkov, ki so bili vključeni v raziskavo. Izpostavljenost prehranski označbi je prvi pogoj za to, da jo porabnik lahko uporabi pri nakupni odločitvi. V naslednjem koraku je treba zagotoviti, da prehranska označba pritegne pozornost porabnika in mu nudi informacije, ki so predstavljene razumljivo, verodostojno in lahko porabnik z njihovo pomočjo hitro ugotovi, ali je izdelek zanj primeren ali ne. Vse to namreč vpliva na verjetnost branja prehranske označbe in njene uporabe. Menim, da bomo visoko uporabo prehranskih označb zagotovili le tako, da bomo pri oblikovanju najprimernejše oblike upoštevali želje porabnikov. Pri tem se bom navezala na mnenje avtorjev Blackwell et al. (2001, str. 9), ki pravijo, da porabniki s svojim vedenjem »volimo« izdelke in storitve, ki so na trgu, prav tako pa narekujemo tudi, kako bomo informirani o področjih, ki so za naše življenje in zdravje ključnega pomena. Nadaljnji razvoj prehranskih označb je torej v veliki meri odvisen od želja porabnikov in raziskave so pomembna pot k oblikovanju optimalne označbe, ki bo porabnikom omogočala sprejemanje zdravih nakupnih odločitev. Prav zaradi slednjega je bila osrednji del mojega magistrskega dela empirična raziskava, s pomočjo katere sem preverila, v kolikšni meri porabniki berejo prehranske označbe, kako prehranske označbe vplivajo na nakupno odločitev porabnika, kakšno je stališče porabnikov do označb BOP in FOP ter katere označbe so jim najljubše in jih najraje uporabljajo pri nakupovanju. Sodeč po raziskavi kar 92% anketirancev bere prehranske označbe, prav tako pa anketiranci v večini menijo, da so označbe pomembne in bi morale biti na vseh pakiranih prehranskih izdelkih. Presenetljiv je podatek, da jim je najljubša prehranska tabela, med označbami FOP pa prednjačijo tiste označbe, ki z barvami prikazujejo vsebnost posameznih sestavin. Prvo mesto med označbami FOP je po mnenju anketirancev zasedla kombinirana označba, drugi najljubši pa jim je prehranski semafor.

Raziskava ponuja mnogo izhodišč za nadaljnje raziskave, s katerimi bi bilo mogoče preveriti, ali kombinirana označba dejansko vpliva na bolj zdravo izbiro živil. V kolikor bi se izkazalo, da je z vseh preučevanih vidikov kombinirana označba najprimernejša, pa bi bil to jasen signal porabnikov, da »volijo« boljše, jasnejšo in razumljivejšo označbo: **kombinirano označbo**.

Prepričati ljudi, naj jedo zdravo, ni lahka naloga. V preteklosti se je izkazalo, da ljudje kljub temu da jim je zdravje ena najpomembnejših stvari v življenju, le težka spremenijo svoje nakupne navade. Pa vendar je mogoče. S pozornim poslušanjem porabnikov ter z upoštevanjem njihovih želja in potreb pri oblikovanju prehranskih označb lahko naredimo prvi korak k

odpravljanju problema globalne problematike bolezni, ki so posledica nepravilne prehrane in prekomerne telesne teže, ter jim tako zagotovimo bolj zdravo, kvalitetnejše in daljše življenje.

LITERATURA IN VIRI

1. *About the Keyhole*. Najdeno 26. julija 2014 na spletnem naslovu <http://www.norden.org/en/nordic-council-of-ministers/council-of-ministers/council-of-ministers-for-fisheries-and-aquaculture-agriculture-food-and-forestry-mr-fjls/keyhole-nutrition-label>
2. Academy of Nutrition and Dietetics. (2013). The Basics of the Nutrition Facts Panel. Najdeno 25. avgusta 2014 na spletnem naslovu <http://www.eatright.org/Public/content.aspx?id=10935>
3. Adamowicz, W. L., & Swait, J. D. (2013). Are food choices really habitual? Integrating habits, variety-seeking, and compensatory choice in a utility-maximizing framework. *American Journal of Agricultural Economics*, 95(1), 1–39.
4. Addy, R. (2012, 3. julij). Nutrient profiling debate reignites. *Food navigator*. Najdeno 26. julija 2014 na spletnem naslovu <http://www.foodnavigator.com/Legislation/Nutrient-profiling-debate-reignites>
5. Anderson, D. J., & Coertze, D. J. (2001). Recommendations for an educational programme to improve consumer knowledge of and attitudes towards nutritional information on food labels. *South African Journal of Clinical Nutrition*, 14(1), 28–35.
6. Anderson, J., Young, L., & Perryman, S. (2012). Understanding the Food Label. *Food and Nutrition Series, No. 9.365*. Najdeno 15. junija 2014 na spletnem naslovu <http://www.ext.colostate.edu/pubs/foodnut/09365.html>
7. Antúnez, L., Ares G., Giménez, A., & Maiche, A. (2014). Attentional capture and understanding of front-of-pack nutrition labels: Insights from visual search and eye-tracking. *Food Research International*, 64, 701–710.
8. Arnould, E. J., Price, L. L., & Zinkman, G. M. (2004). *Consumers* (2nd ed.). New York: McGraw-Hill/Irwin.
9. Aygen, G. (2012). Determinants of Nutrition Label Use among Turkish Consumers. *International Journal of Humanities and Social Science*, 2(7), 53–70.
10. Baltas, G. (2001). Nutrition Labelling: Issues and policies. *European Journal of Marketing*, 35(5/6), 708–721.
11. Banjanac Lubej, S. (2013, 3. julij). Slovenski sedemletniki med najbolj ogroženimi zaradi debelosti v EU-ju. *RTV SLO*. Najdeno 15. junija 2014 na spletnem naslovu <http://www.rtv slo.si/zdravje/novice/slovenski-sedemletniki-med-najbolj-ogrozenimi-zaradi-debelosti-v-eu-ju/312351>
12. Barclay, C. (2012, 5. januar). Food Labelling Nutrition – Voluntary Schemes. *Science and Environment Section*. Najdeno 26. julija 2014 na spletnem naslovu <http://webcache.googleusercontent.com/search?q=cache:r47iV5Ojn2wJ:www.parliament.uk/briefing-papers/sn04019.pdf+&cd=2&hl=sl&ct=clnk&gl=si>
13. Barreiro-Hurlé, J., Gracia, A., & de-Magistris, T. (2010). Does nutrition information on food products lead to healthier food choices? *Food Policy*, 35, 221–229.
14. Belch, G. E., & Belch, M. A. (1999). *Advertising and Promotion. An integrated Marketing Communications Perspective* (4th ed.). Boston: Irwin/McGraw-Hill.

15. Bennion, M., & Scheule, B. (2010). *Introductory Foods* (13th ed.). New York: Prentice-Hall.
16. Blackwell, R. D., Miniard, P. W., & Engel, J. F. (2001). *Consumer behavior* (9th ed.). Fort Worth: Harcourt College Publ.
17. Blaylock, J., Smallwood, D., & Variyam, J. N. (1996). Dietary fiber: Is information the key? *FoodReview*, 19(1), 24–30.
18. Bone Fitzgerald, P., & Russo France, K. (2001). Package graphics and consumer product beliefs. *Journal of Business and Psychology*, 15(3), 467–489.
19. Brassington, F., & Pettitt, S. (2006). *Principles of marketing* (4th ed.). Harlow: Prentice Hall.
20. Brown, J. D. (2011, marec). Likert items and scales of measurement? *JALT Testing & Evaluation SIG Newsletter*, 15(1) 10–14.
21. Bruner, G. C., & Pomazal, R. J. (1988). Problem recognition: The crucial first stage of the consumer decision process. *Journal of Consumer Marketing*, 5(1), 43–53.
22. Bryd-Bredbenner, S. C., Alfieri, L., & Kiefer, L. (2000). The nutrition label knowledge and usage behaviours of women in the US. *British nutritional foundation*, 25, 315–322.
23. Bryman, A., & Cramer, D. (2001). *Quantitative data analysis with SPSS release 8 for Windows: a guide for social scientists*. London; New York: Routledge.
24. Burns, A. C., & Bush, R. F. (2005). *Marketing Research* (4th ed.). New Jersey: Upper Saddle River.
25. Bussell, G. (2007, april). The Case for Guideline Daily Amounts: So what's all the fuss? *Functional Nutrition*, 7(2), 35–37.
26. Campos, S., Doxey, J., & Hammond, D. (2011). Nutrition labels on pre-packaged foods: A systematic review. *Public Health Nutrition*, 14(8), 1496–1506.
27. 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.
28. Chen, V., & Verdict, L. (2013). From nutrition label to nutrition path: An integrative review of consumer nutritional information processing. Najdeno 30. avgusta 2014 na spletnem naslovu <http://lem.cnrs.fr/LinkClick.aspx?fileticket=txvGlt49tm4%3D&tabid=1198&language=fr-FR>
29. Churchill, A. G. (1996). *Basic Marketing Research* (3rd ed.). Forth World: The Dryden Press.
30. Clegg, S., & Lawless, S. (2008, september). Comprehension and use of UK nutrition signpost labelling schemes. Najdeno 20. aprila 2014 na spletnem naslovu <http://multimedia.food.gov.uk/multimedia/pdfs/quantannexa.pdf>
31. Cowburn, G., & Stockley, L. (2005). Consumer understanding and use of nutrition labeling: a systematic review. *Public Health Nutrition*, 8(1), 21–28.
32. Černič, M., & Makarovič, M. (2008, oktober). Raziskava javnega mnenja o odnosu državljanov do označevanja hranilnih vrednosti na prehrabnih izdelkih in do živil iz genetsko spremenjenih organizmov. Najdeno 19. maja 2014 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
33. Čuk, M. (2009, september). Graphic alternatives to numerical representation of nutrition facts on food labels. Najdeno 19. aprila 2014 na spletnem naslovu <http://arhiv.dmagazin.si/Nutrition%20labelling.pdf>
 34. Damjan, J., & Možina, S. (2002). *Obnašanje potrošnikov*. Ljubljana: Ekonomska fakulteta.
 35. Department of health. (2013, 19. junij). Technical guidance on nutrition labelling. Najdeno 3. junija 2014 na spletnem naslovu <http://www.reading.ac.uk/foodlaw/pdf/uk-13016-nutrition-lab-tech-guidance.pdf>
 36. Drichoutis A., & Lazaridis, P. (2005). Nutrition knowledge and consumer use of nutritional food labels. *European Review of Agricultural Economics* 32(1), 93–118.
 37. Drichoutis, A. C., Lazaridis, P., & Nayga, R. M. (2006). Consumers' use of nutritional labels: A review of research studies and issues. *Academy of Marketing Science Review*, 2006(9), 1–22.
 38. *Društvo za zdravje srca in ožilja*. (2011, 23. december). Najdeno 25. avgusta 2014 na spletnem naslovu http://zasrce.si/clanek/znak_varovalna_zivila/
 39. Du Plessis, P. J., & Rousseau, G. G. (2003). *Buyer behaviour: a multi-cultural approach* (3rd ed.). Cape Town. Oxford University Press.
 40. Erasmus, A. C., Boshoff, E., & Rousseau, G. G. (2001). Consumer decision making models within the discipline of consumer science: a critical approach. *Journal of Family Ecology and Consumer Services*, 29, 82–90.
 41. European community of consumer cooperatives. (b.l.). Euro Coop comments on nutrition labelling. Najdeno 3. junija 2014 na spletnem naslovu http://ec.europa.eu/food/food/labellingnutrition/nutritionlabel/euro_coop_en.pdf
 42. European Food Information Council. (2012). Food Labelling to Advance Better Education for Life. Najdeno 20. junija 2014 na spletnem naslovu http://flabel.org/en/upload/EUFIC_FLABEL_ResultsFlyer.pdf
 43. Evans, L. (2010, 1. januar). After criticism, food industry abandons Smart Choices Program. Najdeno 26. julija 2014 na spletnem naslovu <http://corporationsandhealth.org/2010/01/01/after-criticism-food-industry-abandons-smart-choices-program/>
 44. Faupel, U., Haselhoff, V., Ziesak, M., & Holzmüller, H.,H. (2014). Social standing and quality labels - what influences parental decision-making? *Young Consumers*, 15(1), 68–83.
 45. Fletcher, A. (2006). CIAA to launch new voluntary labelling scheme. *Food navigator*. Najdeno 10. junija 2014 na spletnem naslovu <http://www.foodnavigator.com/Market-Trends/CIAA-to-launch-new-voluntary-labelling-scheme>
 46. *Front of pack food labelling system given green light*. Najdeno 26. julija 2014 na spletnem naslovu <http://www.talkingretail.com/category-news/supermarket/front-of-pack-food-labelling-system-given-green-light/>
 47. Gabriels, G., & Lambert, M. (2013). Nutritional supplement products: does the label information influence purchasing decisions for the physically active? *Nutrition Journal*, 12(133), 1–8.

48. Godwin, S. L., Speller-Henderson, L., & Thompson, C. (2006). Evaluating the nutrition label: Its use in and impact on purchasing decisions by consumers. *Food Distribution Research*, 37(1), 77–79.
49. Gospodarska Zbornica Slovenije. (b.l.). Označevanje hranilne vrednosti: razumevanje informacij na označbah živil. Najdeno 21. junija 2014 na spletnem naslovu http://tradicionalni-zajtrk.si/media/uploads/public/document/45-brosura_2_sl.pdf
50. Graham, D. J., & Jeffery, R. W. (2012). Predictors of nutrition label viewing during food purchase decision making: An eye tracking investigation. *Public Health Nutrition*, 15(2), 189–197.
51. Grunert, G. K., Bolton, L. E., & Raats, M. M. (b.l.). Processing and acting upon nutrition labeling on food: The state of knowledge and new directions for transformative consumer research. Najdeno 16. junija 2014 na spletnem naslovu [http://epubs.surrey.ac.uk/763277/1/Grunert%20et%20al%20\(2012\)%20Processing%20and%20acting%20upon%20nutrition%20labeling%20on%20food.%20The%20state%20of%20knowledge%20and%20new%20directions%20for%20transformative%20consumer%20research.pdf](http://epubs.surrey.ac.uk/763277/1/Grunert%20et%20al%20(2012)%20Processing%20and%20acting%20upon%20nutrition%20labeling%20on%20food.%20The%20state%20of%20knowledge%20and%20new%20directions%20for%20transformative%20consumer%20research.pdf)
52. 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, 385–399
53. Grunert, K. G., Fernández-Celemín, L., Wills, J. M., Storcksdieck, G. B., & Nureeva, L. (2010). Use and understanding of nutrition information on food labels in six european countries. *Zeitschrift Für Gesundheitswissenschaften*, 18(3), 261–277.
54. Grunert, K. G., Wills, J. M., & Fernández-Celemín, L. (2010). Nutrition knowledge, and use and understanding of nutrition information on food labels among consumers in the UK. *Appetite*, 992, 1–13.
55. Hawley, K. L., Roberto, C. A., Bragg, M. A., Liu, P. J., Schwartz, M. B., & Brownell, K. D. (2012). The science on front-of-package food labels. *Public Health Nutrition*, 16(3), 430–439.
56. Hoefkens, C., Pieniak, Z., Van Camp, J., & Verbeke, W. (2012). Explaining the effects of a point-of-purchase nutrition-information intervention in university canteens: A structural equation modelling analysis. *International Journal of Behavioral Nutrition and Physical Activity*, 9(111), 1–10.
57. Hofer, d. o. o. Najdeno 26. julija 2014 na spletnem naslovu <http://topics.hofer.si/topics/kakovost/html/238.htm>
58. House of Lords Science and Technology Select Committee. (2011). Behaviour Change. Najdeno 10. junija 2014 na spletnem naslovu <http://www.publications.parliament.uk/pa/ld201012/ldselect/ldsctech/179/179.pdf>
59. Jabir, A., Kapoor, S., & Moorthy, J. (2010). Buying behaviour of consumers for food products in an emerging economy. *British Food Journal*, 112(2), 109–124.
60. Jacobs, S. A., de Beer, H., & Larney, M. (2011). 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), 510–522.
61. Jukes, D. (2000). Key issues in food labelling. Najdeno 19. junija 2014 na spletnem naslovu <http://www.studymode.com/essays/Key-Issues-In-Food-Labelling-43162846.html>

62. Klein, R. (2005). *A South African Study of Consumers' Perceptions of Food Labels and Its Relevance to Their Purchasing Behaviour* (magistrsko delo). Potchefstroom: North-West University.
63. Kotler, P. (2004). *Management trženja* (11th ed.). Ljubljana: GV založba.
64. Kovač, T. (2012, september). *Priročnik za študente in mentorje: Kako do diplome?* Celje: Fakulteta za komercialne in poslovne vede.
65. Kumanyika, S., Libman, K., & Garcia, A. (2013). Obesity. Strategic action to combat the obesity epidemic. Najdeno 26. julija 2014 na spletnem naslovu <http://www.wish-qatar.org/app/media/383>
66. Lamb, C. W., Hair, J. F., McDaniel, C., Boshoff, C., & Terblance, N. S. (2010). *Marketing*. (4th ed). Cape Town: Oxford.
67. Levy, A. S., & Fein, S. B. (1998). Consumers' ability to perform tasks using nutrition labels. *Journal of Nutritional Education*, 30(4), 210–217.
68. Levy, S. J. (1991). President's Column: A Brief History. *Association for Consumer Research Newsletter*, 3–6.
69. Malam, S., Clegg, S., Kirwan, S., & McGinival, S. (2009). Comprehension and use of UK nutrition signpost labelling schemes. Najdeno 10. junija 2014 na spletnem naslovu <http://multimedia.food.gov.uk/multimedia/pdfs/pmpreport.pdf>
70. McEachern, M. G., & Warnaby, G. (2008). Exploring the relationship between consumer knowledge and purchase behaviour of value-based labels. *International Journal of Consumer Studies*, 32(5), 414–426.
71. Ministrstvo za kmetijstvo in okolje. (2013, 10. september). Označbe živil. Najdeno 16. junija 2014 na spletnem naslovu <http://lokalna-kakovost.si/oznacbe-zivil/>
72. Ministrstvo za zdravje. (b.l.). Označevanje. Najdeno 16. junija 2014 na spletnem naslovu http://www.mz.gov.si/si/delovna_podrocja/javno_zdravje/sektor_za_varnost_in_zdravstveno_ustreznost_hrane/podrocja_varne_hrane_splosno/oznacevanje/
73. Mowen, J. C., & Minor, M. S. (2001). *Consumer behaviour: a framework*. New York: Prentice-Hall.
74. Nayga, R. M. (1996). Determinants of consumers' use of nutritional information on food packages. *Journal of Agricultural and Applied Economics*, 28(2), 303–312.
75. Nayga, R. M. (2000). Nutritional knowledge, gender, and food label use. *Journal of Consumer Affairs*, 34(1), 97–112.
76. Ng, M. et al. (2014). Global, regional, and national prevalence of overweight and obesity in children and adults during 1980–2013: A systematic analysis for the global burden of disease study 2013. *The Lancet*, 384(9945), 766–781.
77. Organizacija za gospodarsko sodelovanje in razvoj – OECD. (2014, junij). OBESITY Update. Najdeno 15. junija 2014 na spletnem naslovu <http://www.oecd.org/els/health-systems/Obesity-Update-2014.pdf>.
78. Peter, J. P., & Olson, J. C. (2008). *Consumer Behaviour and Marketing Strategy* (8th ed.). Boston: Irwin McGraw-Hill.
79. Pravno-informacijski sistem. (b.l.). Pravilnik o označevanju hranilne vrednosti živil. Najdeno 16. junija 2014 na spletnem naslovu <http://www.pisrs.si/Pis.web/pregledPredpisa?id=NEZN111>

80. Pravst, I., Kušar, A., Pohar, J., & Klopčič, M. (2013). *Prehranske in zdravstvene trditve na živilih v Sloveniji*. Ljubljana: Inštitut za nutricionistiko.
81. Prinsloo, N., van der Merwe, D., Bosman M., & Erasmus, A. (2012). A critical review of the significance of food labelling during consumer decision. *Journal of Family Ecology and Consumer Sciences*, 40, 83–98.
82. Raats, M. (b.l.). Nutrition labelling in Europe. First results from the FLABEL project. Najdeno 26. junija 2014 na spletnem naslovu http://www.sge-ssn.ch/media/medialibrary/pdf/700-veranstaltungen_ausbildung/20-archiv_sge_veranstaltungen/90-Lebensmittelkennzeichnung/Praesentation_Raats.pdf
83. Renko, E. (2005). *Uporabnost spletnega anketiranja v trženjskem raziskovanju* (magistrsko delo). Ljubljana: Ekonomska fakulteta.
84. Rodolfo M., & Nayga, Jr. (1999). Toward an Understanding of Consumers' Perceptions of Food Labels. *International Food and Agribusiness Management Review*, 2(1), 29–45.
85. Rovan, J., & Turk, T. (2001). *Analiza podatkov s SPSS za Windows*. Ljubljana: Ekonomska fakulteta.
86. Sacks, G., Rayner, M., & Swinburn, B. (2009). Impact on front-of-pack 'traffic-light' nutrition labelling on consumer food purchases in the UK, *Health Promotion International*, 24(4), 344–352.
87. Sanitarium Health & Wellbeing. (2011). FRONT-OF-PACK LABELLING: Which Traffic Lights? Najdeno 15. junija 2014 na spletnem naslovu <http://www.sanitarium.com.au/~media/sanitarium/about-us/traffic-light-report.ashx>
88. Schiffman, L. G., & Kanuk, L. L. (2010). *Consumer behavior*. (10th ed.). New York: Pearson Prentice Hall.
89. Scott, V., & Worsley, A. (1997). Consumer view on nutrition labels in New Zealand. *Australian Journal of nutrition & dietetics*, 54(1), 1–14
90. Seven voices. (b.l.). GDA labels making a real difference...a review of their impact. Najdeno 25. junija 2014 na spletnem naslovu http://www.fdf.org.uk/corporate_pubs/sevenvoices.pdf
91. Silayoi, P., & Speece, M. (2004). Packaging and purchase decisions: an exploratory study on the impact of involvement level and time pressure. *British Food Journal*, 106(8), 607–628.
92. Solomon, M. R., Bemossy, G. J., Askegaard, S. T., & Hogg, M., K. (2013). *Customer Behaviour: a European perspective* (5th ed.). Harlow: Prentice-Hall.
93. Storcksdieck, G. B., Celemín, L. F., Larrañaga, A., Egger, S., Wills, J. M., Hodgkins, C., & Raats, M. M. (2010). Penetration of nutrition information on food labels across the EU-27 plus Turkey. *European Journal of Clinical Nutrition*, 64(12), 1379–1385.
94. Sung-Yong, K., Nayga, R. M., & Capps, O. (2001). Food label use, self-selectivity, and diet quality. *The Journal of Consumer Affairs*, 35(2), 346–363.
95. Suwa Stanojević, M. (2010). *Prehrana in zdravje*. Ljubljana: Biotehniški izobraževalni center.
96. Swinburn, B. A., Sacks, G., Hall, K. D., McPherson, K., Finegood, D. T., Moodie, M. L., & Gortmaker, S. L. (2011). Obesity 1: The global obesity pandemic: Shaped by global drivers and local environments. *The Lancet*, 378(9793), 804–814.

97. Synovate. (2005). Qualitative Signpost Labelling Refinement Research. Najdeno 15. junija 2014 na spletnem naslovu <http://multimedia.food.gov.uk/multimedia/pdfs/signpostqualresearch.pdf>
98. Szykman, L. R., Bloom, P. N., & Levy, A. S. (1997). A proposed model of the use of package claims and nutrition labels. *Journal of Public Policy & Marketing*, 16(2), 228–241.
99. Š. Z. (2013, oktober). Vse več slovenskih otrok je predebelih. *24 ur*. Najdeno 15. junija 2014 na spletnem naslovu <http://www.24ur.com/vse-vec-je-predebelih-slovenskih-otrok.html>
100. Tarabella, A., & Voinea, L. (2013). Advantages and limitations of the front-of-package (FOP) labeling systems in guiding the consumers' healthy food choice. *Amfiteatru Economic*, 15(33), 198–209.
101. The European Food Information Council – EUFIC. (2010). Nutrition labels everywhere in Europe. *Food today*. Najdeno 21. junija 2014 na spletnem naslovu <http://www.eufic.org/article/en/artid/Nutrition-labels-everywhere-Europe/>
102. The Lancet. (2014, 28. maj). Obesity rates climbing worldwide, most comprehensive global study to date shows. *ScienceDaily*. Najdeno 25. junija 2014 na spletnem naslovu www.sciencedaily.com/releases/2014/05/140528204215.htm
103. Tymms, S. (2011). Design, format and impact of front-of-pack nutrition labelling: An independent review of refereed literature. Najdeno 25. junija 2014 na spletnem naslovu <http://webcache.googleusercontent.com/search?q=cache:BMLBv4SVSW0J:www.afgc.org.au/doc-library/category/12-member-only-publications.html%3Fdownload%3D619%253Adesign-format-and-impact-of-front-of-pack-labelling-suzannah-tymms+&cd=1&hl=sl&ct=clnk&gl=si>
104. U. S. Food and Drug Administration. (1995). Guide to Nutrition Labeling and Education Act (NLEA) requirements. Najdeno 3. junija 2014 na spletnem naslovu <http://www.fda.gov/iceci/inspections/inspectionguides/ucm074948.htm>
105. Ule, M., & Kline, M. (1996). *Psihologija tržnega komuniciranja*. Ljubljana: Fakulteta za družbene vede.
106. Wang, G., Fletcher, S. M., & Carley, D. H. (1995). Consumer utilization of food labeling as a source of nutrition information. *The Journal of Consumer Affairs*, 29(2), 368–380.
107. Wartella E. A., Lichtenstein A. H., Yaktine, A., & Nathan, R. (2011). *Front-of-Package Nutrition Rating Systems and Symbols: Promoting Healthier Choices*. Washington, DC: The National Academies Press.
108. *What we're doing to help customers make healthy choices*. Najdeno 26. julija 2014 na spletnem naslovu <http://your.asda.com/health-matters/mission-statement>
109. World Health Organisation. (2014). *Obesity and overweight*. Najdeno 20. junija 2014 na spletnem naslovu <http://www.who.int/mediacentre/factsheets/fs311/en/>
110. Zakon o Varstvu Potrošnikov. *Uradni list RS št. 98/2004-UPB*.
111. Zarkin, G. A., Dean, N., Mauskopf, J., & Williams, R. (1993). Potential health benefits of nutrition label changes. *Public health*, 13, 717–724.

112.Znak »Varuje zdravje«. Najdeno 25. avgusta 2014 na spletnem naslovu
<http://www.najhrana.si/varujezdravje.html>

PRILOGE

KAZALO PRILOG

Priloga 1: Slikovni prikaz različnih prehranskih označb (FOP in BOP).....	1
Priloga 2: Hipoteze za statistično preizkušanje	6
Priloga 3: Anketni vprašalnik.....	8
Priloga 4: Obdelava posameznih vprašanj s SPSS programom: prikaz podatkov	16
Priloga 5: Prikaz testnih statistik za postavljene hipoteze.....	30

Priloga 1: Slikovni prikaz različnih prehranskih označb (FOP in BOP)

Slika 1: Prehranska tabela v ZDA

Nutrition Facts	
Serving Size 1 cup (228g)	
Servings Per Container 2	
Amount Per Serving	
Calories 250	Calories from Fat 110
% Daily Value*	
Total Fat 12g	18%
Saturated Fat 3g	15%
Trans Fat 1.5g	
Cholesterol 30mg	10%
Sodium 470mg	20%
Total Carbohydrate 31g	10%
Dietary Fiber 0g	0%
Sugars 5g	
Protein 5g	
Vitamin A	4%
Vitamin C	2%
Calcium	20%
Iron	4%

* Percent Daily Values are based on a 2,000 calorie diet. Your Daily Values may be higher or lower depending on your calorie needs:

	Calories:	2,000	2,500
Total Fat	Less than	65g	80g
Sat Fat	Less than	20g	25g
Cholesterol	Less than	300mg	300mg
Sodium	Less than	2,400mg	2,400mg
Total Carbohydrate		300g	375g
Dietary Fiber		25g	30g

Vir: Academy of Nutrition and Dietetics, *The Basics of the Nutrition Facts Panel*, 2014.

Slika 2: Prehranska tabela v EU

Durchschnittliche Nährwerte / Átlagos tápérték / Povprečna hranilna vrednost			
	Pro 100 g / 100 g termékben / Na 100 g	**Pro-Portion / Egy adagban / Na porciju (250 g)	% GDA* (250 g)
Brennwert / Energia tartalom / Energjska vrednost	266 kJ 63 kcal	665 kJ 158 kcal	8% 8%
Eiweiß / Fehérje / Beljakovine	2,9 g	7,3 g	15%
Kohlenhydrate / Szénhidrát / Oglikovni hidrati davon Zucker / ebből cukor / od teh sladkorji	11,8 g 11,7 g	29,5 g 29,3 g	11% 33%
Fett / Zsír / Maščoba davon gesättigte Fettsäuren / ebből telített zsírsavak / od te nasitene maščobne kisline	<0,1 g 0,1 g	0,3 g 0,3 g	<1% <1%
Ballaststoffe/ Eiemli rost / Prehranske vlaknine	0,1 g	0,3 g	1%
Natrium / Natrium / Natrij	0,05 g	0,13 g	5%

*GDA (Guideline Daily Amount) = Richtwert für die Tageszufuhr, basierend auf einer Ernährung von täglich 2000 kcal (Quelle: CIAA) / GDA (irányadó napi beviteli érték) napi 2000 kcal-ás tápanyagszükséglet esetén (Forrás: CIAA) / GDA (orientációs dnevna vrednost) = dnevna orientacijska vrednost za odrasle na osnovi 2000 kcal na dan (vir: CIAA).

- Hranilne snovi
- Povprečne hranilne vrednosti na 100 g ali 100 ml izdelka
- Povprečne hranilne vrednosti na porciju
- Odstotni delež priporočenega dnevnega vnosa (GDA) na porciju
- Razlaga in osnova za izračun GDA

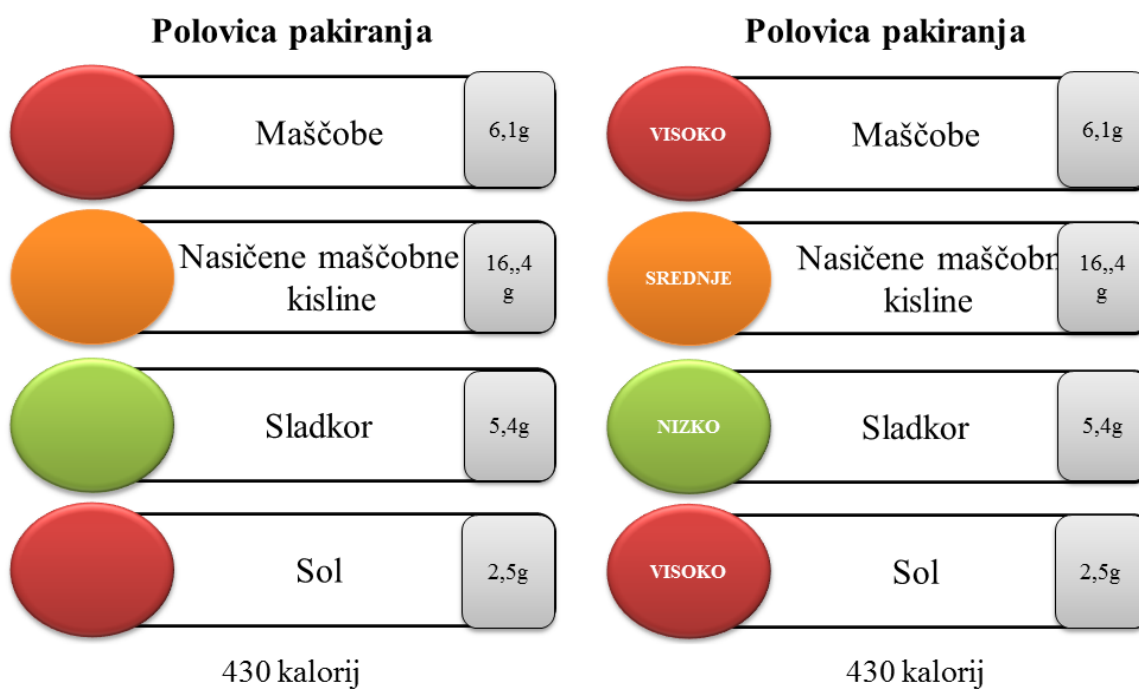
Vir: Hofer, d. o.o., 2014.

Slika 3: Kombinirani tabelarni prikaz z elementi prehranskega semaforja in označbe GDA

NUTRITION			GDA	
Typical values	per 100g	per pack	adult	per pack
Energy kJ	450	1345		
Energy kcal	105	315	2000	16%
Protein	7.9g	23.7g	45g	53%
Carbohydrate	8.8g	26.4g	230g	11%
of which sugars	1.2g	3.6g	90g	4%
Fat	4.2g	12.6g	70g	18%
of which saturates	2.7g	8.1g	20g	41%
Fibre.	1.2g	3.6g	24g	15%
Sodium	0.24g	0.72g	2.4g	30%
Equivalent as salt	0.60g	1.80g	6g	30%
GDA = Guideline daily amount				

Vir: R. Addy, Nutrient profiling debate reignites, 2014.

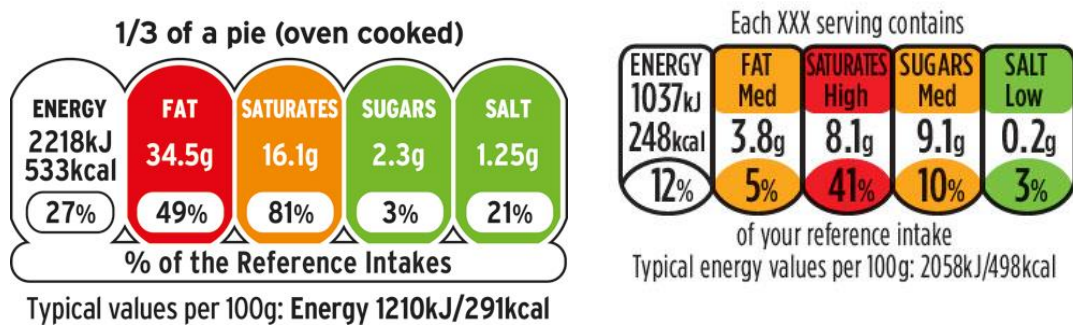
Slika 4: Prehranski semafor brez besednih navedb o vsebnosti hranil (levo) in z besednimi navedbami (desno)



Slika 5: Enobarvna označba GDA



Slika 6: Kombinacija označbe GDA in prehranskega semaforja brez besednih navedb o vsebnosti hranil (levo) in z besednimi navedbami (desno)



Vir: Front of pack food labelling system given green light, 2014; What we're doing to help customers make healthy choices; 2014.

Slika 7: Prehranska označba v restavraciji



Vir: M. Čuk, Graphic alternatives to numerical representation of nutrition facts on food labels 2009, str. 28.

Slika 8: Keyhole



Vir: About the Keyhole, 2014.

Slika 9: Smart choices simbol



Vir: L. Evans, After criticism, food industry abandons Smart Choices Program, 2014.

Slika 10: Simbol »Varuje zdravje«



Vir: Društvo za zdravje srca in ožilja, 2014.

Priloga 2: Hipoteze za statistično preizkušanje

Tabela 1: Prikaz hipotez, vprašanj v sklepnem vprašalniku, na katera se hipoteze nanašajo, literature in metode statističnega preverjanja

Področje preučevanja	Hipoteza		Vprašanja v spletnem vprašalniku	Osnova tujih avtorjev za preverjanje hipotez	Statistični test
Demografski dejavniki in uporaba prehranskih označb	H1a	Člani majhnih gospodinjstev pogosteje berejo prehranske označbe kot člani velikih gospodinjstev.	Vprašanja 4 in 24.	Nayga (1996) Drichoutis et al. (2006)	t-test za neodvisna vzorca
	H1b	Pri razumevanju prehranskih označb obstajajo razlike med porabniki z višjo stopnjo izobrazbe in porabniki z nižjo stopnjo izobrazbe.	Vprašanja 12, 13, 14, 15, 16 in 25.	Campos et al. (2010)	t-test za neodvisna vzorca
Nakupno vedenje in odločanje in uporaba prehranskih označb	H2a	Okus izdelka bolj vpliva na nakupno odločitev porabnika kot navedbe na prehranski označbi.	Vprašanje 8.	Chen in Verdict (2013) Grunert in Wills (2007)	t-test za analizo dveh odvisnih vzorcev
	H2b	Porabniki prehranske označbe pogosteje preverijo v trgovini kot doma.	Vprašanje 5.	Chen in Verdict (2013)	t-test za analizo dveh odvisnih vzorcev
	H2c	Porabniki prehranske označbe pogosteje preverijo pri prvem nakupu izdelka kot pri ponavljajočih se nakupih.	Vprašanje 5.	Grunert in Wills (2007) Aygen (2012)	t-test za analizo dveh odvisnih vzorcev
	H2d	Razumljivost prehranske označbe bolj vpliva na nakup izdelka kot oblikovna vsečnost označbe.	Vprašanje 11.	Grunert in Wills (2007) Hoefkens et al. (2012)	t-test za analizo dveh odvisnih vzorcev
Vpliv znanja na področju prehrane in zdravja na uporabo prehranskih označb	H3a	Osebe, ki so dobro informirane o zdravi prehrani, v povprečju bolj razumejo navedbe na prehranskih označbah, ki so bile vključene v raziskavo.	Vprašanja 12, 13, 14, 15, 16 in 18.	Grunert et al. (2010)	t-test za neodvisna vzorca
	H3b	Navedbe na prehranski označbi bolj vplivajo na nakupno odločitev tistih porabnikov, ki morajo (ali mora kateri izmed članov družine) zaradi zdravstvenih razlogov slediti posebni dieti.	Vprašanja 6 in 19.	Drichoutis et al. (2006) Szykman, Bloom in Levy (1997)	t-test za neodvisna vzorca

se nadaljuje

nadaljevanje

Področje preučevanja	Hipoteza		Vprašanja v spletnem vprašalniku	Osnova tujih avtorjev za preverjanje hipotez	Statistični test
Primerjava označb na zadnji strani embalaže (BOP) z označbami na sprednji strani embalaže (FOP)	H4a	Obstaja razlika med razumevanjem označb FOP in BOP.	Vprašanja 12, 13, 14, 15 in 16.	Chen in Verdict (2013)	t-test za analizo dveh odvisnih vzorcev
	H4b	Obstaja razlika med hitrostjo ugotavljanja, kako zdrav je izdelek, na podlagi označb FOP in BOP.	Vprašanja 12, 13, 14, 15 in 16.		t-test za analizo dveh odvisnih vzorcev
	H4c	Obstaja razlika med stališčem do označb FOP in BOP.	Vprašanja 12, 13, 14, 15 in 16.		t-test za analizo dveh odvisnih vzorcev
Primerjava označb na sprednji strani embalaže (FOP)	H5a	Barve povečujejo vsečnost označbe FOP.	Vprašanja 13, 14, 15 in 16.	Chen in Verdict (2013)	t-test za analizo dveh odvisnih vzorcev
	H5b	Barve povečujejo razumevanje označbe FOP.	Vprašanja 13, 14, 15 in 16.	Cowburn in Stockley (2005) Antúnez et al. (2014)	t-test za analizo dveh odvisnih vzorcev
	H5c	Porabniki imajo pozitivnejše stališče do kombinirane označbe kot do označbe GDA.	Vprašanja 14 in 15.	Synovate (2005)	t-test za analizo dveh odvisnih vzorcev
	H5d	Porabniki imajo pozitivnejše stališče do kombinirane označbe kot do prehranskega semaforja.	Vprašanja 13 in 14.	Chen in Verdict (2013) Cowburn in Stockley (2005)	t-test za analizo dveh odvisnih vzorcev
	H5e	Porabniki imajo pozitivnejše stališče do kombinirane označbe kot do simbola »Varuje zdravje«.	Vprašanja 14 in 16.	Cowburn in Stockley (2005)	t-test za analizo dveh odvisnih vzorcev

Priloga 3: Anketni vprašalnik

Pozdravljeni,

sem Tadeja Maržič, študentka Ekonomske fakultete v Ljubljani, in pripravljam magistrsko nalogo z naslovom **Vpliv označevanja prehranskih vrednosti živil na nakupno odločitev.**

Namen raziskave je ugotoviti, kakšno je splošno stališče do prehranskih označb in kako različne prehranske označbe na izdelkih vplivajo na nakupno odločitev porabnikov. S svojimi odgovori boste prispevali k razumevanju pomembnosti prehranskih označb pri nakupnem odločanju.

Anketa je anonimna, za izpolnjevanje pa boste potrebovali približno 10 minut časa. Zbrani podatki bodo obravnavani strogo zaupno in bodo uporabljeni izključno za pripravo te magistrske naloge.

Za vaše sodelovanje se vam najlepše zahvaljujem.

V prvem sklopu vas prosim, da odgovorite na nekaj vprašanj, vezanih na vaše nakupne navade pri kupovanju prehranskih izdelkov.

1. Kako pogosto vi kupujete hrano za vaše gospodinjstvo?

- a. Nikoli
- b. V manj kot polovici primerov
- c. V polovici primerov
- d. V več kot polovici primerov
- e. Vedno

2. Koliko denarja (v EUR) mesečno člani gospodinjstva skupaj porabite za nakupovanje hrane in pijače za vaše gospodinjstvo?

3. Koliko časa v povprečju traja obisk trgovine, ko greste nakupovat prehranske izdelke?

- a. Manj kot 5 minut
- b. Od vključno 5 do 15 minut
- c. Od vključno 15 do 30 minut
- d. Od vključno 30 do 60 minut
- e. Več kot 60 minut

4. Kako pogosto pri nakupovanju berete prehranske označbe?

- a. Vedno
- b. V več kot polovici primerov
- c. V polovici primerov
- d. V manj kot polovici primerov
- e. Nikoli

Naslednji sklop vprašanj se nanaša na prehranske označbe, vaše stališče do njih in njihov vpliv na vaš nakup pakiranih prehranskih izdelkov. Za lažje odgovarjanje na vprašanja v nadaljevanju si prosim najprej oglejte spodnje slike in opise posameznih prehranskih označb.

Povprečna hranilna vrednost	na 100 g	na porcijo (150 g)	% GDA* na porcijo (150 g)
energijska vrednost	172 kJ (41 kcal)	258 kJ (62 kcal)	3%
beljakovine	3,1 g	4,7 g	9%
ogljikovi hidrati	4,8 g	6,9 g	3%
od teh sladkorji	4,6 g	6,9 g	8%
maščobe	1,1 g	1,7 g	2%
od teh nasičene maščobne kisline	0,6 g	0,9 g	5%
prehranske vlaknine	0,0 g	0,0 g	0%
natrij	0,038 g	0,057 g	2%

* GDA = dnevna orientacijska vrednost za odrasle na osnovi 2000 kcal na dan. (Info: www.mercator.si/gda)



1. Prehranska tabela

Vsebuje podatke o vsebnosti sestavin izdelka na 100g in na porcijo ter podatek o % dnevne orientacijske vrednosti za odraslo osebo.

2. Prehranski semafor

Z barvami (redče – visoko; rumeno – srednje; zeleno – nizko) prikazuje vsebnost posamezne sestavine.

3. Kombinirana označba (prehranski semafor in GDA)

Kombinacija prehranskega semaforja in dnevne orientacijske vrednosti.

4. Dnevna orientacijska vrednost (GDA)

Prikazuje vsebnost posameznih sestavin v gramih in % priporočene dnevne vrednosti na porcijo za odraslo osebo, ki naj bi dnevno zaužila 2000 kcal.

5. Simbol »Varuje zdravje«

Simbol označuje pakirano hrano, ki velja za zdravo in varovalno

5. Spodnje trditve se nanašajo samo na nakupe, pri katerih pogledate prehransko označbo. Prosim, označite, v kolikšni meri posamezna trditev glede branja prehranskih označb velja za vas.

	Nikoli	V manj kot polovici primerov	V polovici primerov	V več kot polovici primerov	Vedno
Prehransko označbo preverim, ko prvič kupujem določen prehranski izdelek.					
Prehransko označbo preverim pri ponavljajočih se nakupih.					
Prehransko označbo preverim v trgovini.					
Prehransko označbo preverim doma.					
Preverim prehranske navedbe v prehranski tabeli (primer 1 na zgornji sliki).					
Kadar je na voljo, preverim eno izmed slikovnih prehranskih označb (primeri 2 - 5 na zgornji sliki).					
S prehransko označbo primerjam dva podobna izdelka.					
S prehransko označbo preverim resničnost zdravstvene trditve na embalaži (na primer: za diabetike, brez glutena, brez maščob, brez sladkorjev, visoka vrednost vlaknin ipd.).					

6. Spodnje trditve se nanašajo na vaše splošno stališče do prehranskih označb. Prosim, označite, v kolikšni meri se strinjate s posamezno trditvijo.

	Sploh se ne strinjam	Se ne strinjam	Deloma se strinjam	Se strinjam	Se popolnoma strinjam
Prehranske označbe se mi zdijo pregledne.					
Razumem vsebino prehranskih označb.					
Prehranske označbe so mi pomembne.					
Navedbe na prehranski označbi vplivajo na to, ali izdelek kupim ali ne.					
Prehranskim označbam zaupam.					
Črke in številke na prehranskih označbah so dovolj velike in jasno berljive.					
Prehransko označbo na izdelku navadno najdem brez težav (je jasno vidna).					
Navedbe na prehranski označbi mi pomagajo sprejeti bolj zdravo odločitev.					
Nimam časa brati prehranske označbe.					
Prehranske označbe bi morale biti obvezne na vseh pakiranih prehranskih izdelkih.					

7. Prosim, označite, vsebnost katere sestavine na prehranski označbi običajno pogledate. Možnih je več odgovorov

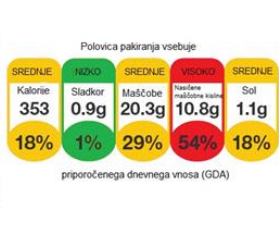
- Energijska vrednost (kalorije)
- Sol/natrij
- Maščobe
- Nasičene maščobne kisline
- Ogljikovi hidrati
- Sladkorji
- Proteini
- Vlaknine
- Vitamini
- Minerali
- Drugo _____

8. Prosim, označite pomembnost posameznega dejavnika za vašo nakupno odločitev pri nakupovanju prehranskih izdelkov.

	Nepomemben	Manj pomemben	Pomemben	Zelo pomemben
Blagovna znamka izdelka				
Cena izdelka				
Okus izdelka				
Podatki na prehranski označbi izdelka (označbe vsebnosti sestavin)				
Država porekla izdelka				
Izgled embalaže izdelka				
Vaše izkušnje z izdelkom				
Priporočila izdelka s strani prijateljev ali znancev				

9. Katere prehranske označbe s spodnjih slik ste že videli pri nakupovanju?

Povprečna hranilna vrednost	na 100 g	na porcijo (150 g)	% GDA*
energijska vrednost	172 kJ (41 kcal)	258 kJ (62 kcal)	3 %
beljakovine	3,1 g	4,7 g	9 %
ogljikovi hidrati	4,6 g	6,9 g	3 %
od teh sladkorji	4,6 g	6,9 g	8 %
maščobe	1,1 g	1,7 g	2 %
od teh nasičene maščobne kisline	0,6 g	0,9 g	5 %
prehranske vlaknine	0,0 g	0,0 g	0 %
natrij	0,038 g	0,057 g	2 %



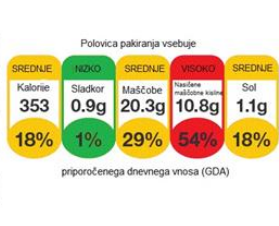
- Prehranska tabela
- Prehranski semafor
- Kombinirana označba (prehranski semafor in GDA)
- Dnevna orientacijska vrednost (GDA)
- Simbol »Varuje zdravje«

Možnih je več odgovorov

- a. Prehransko tabelo
- b. Prehranski semafor
- c. Kombinirano označbo
- d. Dnevno orientacijsko vrednost (GDA)
- e. Simbol "Varuje zdravje"

10. Katere prehranske označbe ste že uporabili pri nakupovanju prehranskih izdelkov?

Povprečna hranilna vrednost	na 100 g	na porcijo (150 g)	% GDA*
energijska vrednost	172 kJ (41 kcal)	258 kJ (62 kcal)	3 %
beljakovine	3,1 g	4,7 g	9 %
ogljikovi hidrati	4,6 g	6,9 g	3 %
od teh sladkorji	4,6 g	6,9 g	8 %
maščobe	1,1 g	1,7 g	2 %
od teh nasičene maščobne kisline	0,6 g	0,9 g	5 %
prehranske vlaknine	0,0 g	0,0 g	0 %
natrij	0,038 g	0,057 g	2 %



- Prehranska tabela
- Prehranski semafor
- Kombinirana označba (prehranski semafor in GDA)
- Dnevna orientacijska vrednost (GDA)
- Simbol »Varuje zdravje«

Možnih je več odgovorov

- a. Prehransko tabelo
- b. Prehranski semafor
- c. Kombinirano označbo
- d. Dnevno orientacijsko vrednost (GDA)
- e. Simbol "Varuje zdravje"

11. V kolikšni meri spodaj navedene lastnosti prehranskih označb vplivajo za vaš nakup izdelka?

	Sploh ne vpliva	Ne vpliva	Niti niti	Vpliva	Zelo vpliva
Označba je verodostojna, lahko ji zaupam.					
Označba je razumljiva.					
Označba vsebuje dovolj informacij.					
Barve na označbi mi povedo, kakšna je vsebnost posamezne sestavine.					
Označba vsebuje podatek o % orientacijske (priporočene) dnevne vrednosti posamezne sestavine.					
Označba mi je oblikovno všeč.					
Na podlagi označbe hitro ugotovim, kako zdrav je izdelek.					
Označba mi omogoča enostavno primerjavo z ostalimi izdelki.					

12. Na spodnji sliki je označba v obliki prehranske tabele. V kolikšni meri se strinjate s spodnjimi trditvami v povezavi s to označbo?

Povprečna hranilna vrednost	na 100 g	na porcijo (150 g)	% GDA* na porcijo (150 g)
energijska vrednost	172 kJ (41 kcal)	258 kJ (62 kcal)	3 %
beljakovine	3,1 g	4,7 g	9 %
ogljikovi hidrati	4,6 g	6,9 g	3 %
od teh sladkorji	4,6 g	6,9 g	8 %
maščobe	1,1 g	1,7 g	2 %
od teh nasičene maščobne kisline	0,6 g	0,9 g	5 %
prehranske vlaknine	0,0 g	0,0 g	0 %
natrij	0,038 g	0,057g	2 %

* GDA = dnevna orientacijska vrednost za odrasle na osnovi 2000 kcal na dan. (Info: www.mercator.si/gda)

	Sploh se ne strinjam	Se ne strinjam	Niti niti	Se strinjam	Povsem se strinjam
Označba je verodostojna, lahko ji zaupam.					
Označba je razumljiva.					
Označba vsebuje dovolj informacij.					
Označba mi je oblikovno všeč.					
Na podlagi označbe hitro ugotovim, kako zdrav je izdelek.					
Označba mi omogoča enostavno primerjavo z ostalimi izdelki.					
Označba je koristna (mi pomaga pri nakupni odločitvi).					

13. Na spodnji sliki je označba v obliki prehranskega semaforja. V kolikšni meri se strinjate s spodnjimi trditvami v povezavi s to označbo?



	Sploh se ne strinjam	Se ne strinjam	Niti niti	Se strinjam	Povsem se strinjam
Označba je verodostojna, lahko ji zaupam.					
Označba je razumljiva.					
Označba vsebuje dovolj informacij.					
Označba mi je oblikovno všeč.					
Na podlagi označbe hitro ugotovim, kako zdrav je izdelek.					
Označba mi omogoča enostavno primerjavo z ostalimi izdelki.					
Označba je koristna (mi pomaga pri nakupni odločitvi).					

14. Na spodnji sliki je kombinirana označba (prehranski semafor in GDA). V kolikšni meri se strinjate s spodnjimi trditvami v povezavi s to označbo?



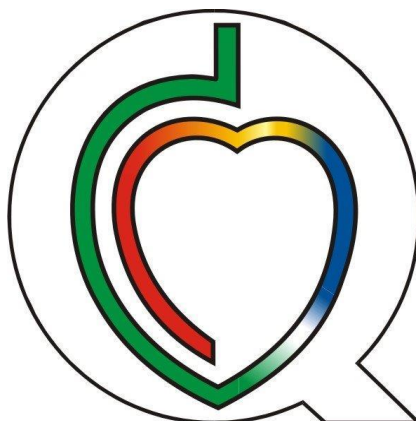
	Sploh se ne strinjam	Se ne strinjam	Niti niti	Se strinjam	Povsem se strinjam
Označba je verodostojna, lahko ji zaupam.					
Označba je razumljiva.					
Označba vsebuje dovolj informacij.					
Označba mi je oblikovno všeč.					
Na podlagi označbe hitro ugotovim, kako zdrav je izdelek.					
Označba mi omogoča enostavno primerjavo z ostalimi izdelki.					
Označba je koristna (mi pomaga pri nakupni odločitvi).					

15. Na spodnji sliki je označba orientacijske dnevne vrednosti (GDA). V kolikšni meri se strinjate s spodnjimi trditvami v povezavi s to označbo?



	Sploh se ne strinjam	Se ne strinjam	Niti niti	Se strinjam	Povsem se strinjam
Označba je verodostojna, lahko ji zaupam.					
Označba je razumljiva.					
Označba vsebuje dovolj informacij.					
Označba mi je oblikovno všeč.					
Na podlagi označbe hitro ugotovim, kako zdrav je izdelek.					
Označba mi omogoča enostavno primerjavo z ostalimi izdelki.					
Označba je koristna (mi pomaga pri nakupni odločitvi).					

16. Na spodnji sliki je primer simbola "Varuje zdravje". V kolikšni meri se strinjate s spodnjimi trditvami v povezavi z označbami v obliki simbola (stališče do označb brez količinskih vrednosti)?



	Sploh se ne strinjam	Se ne strinjam	Niti niti	Se strinjam	Povsem se strinjam
Označba je verodostojna, lahko ji zaupam.					
Označba je razumljiva.					
Označba vsebuje dovolj informacij.					
Označba mi je oblikovno všeč.					
Na podlagi označbe hitro ugotovim, kako zdrav je izdelek.					
Označba mi omogoča enostavno primerjavo z ostalimi izdelki.					
Označba je koristna (mi pomaga pri nakupni odločitvi).					

17. Katera označba vam je najljubša oziroma bi jo najraje uporabljali pri kupovanju prehranskih izdelkov? Prosim, da razvrstite označbe po vrstnem redu od 1 (označbo bi najraje uporabljali) do 5 (označbo bi najmanj radi uporabljali) tako, da vsak pravokotnik na levi prenesete na desno stran.



Prehranska tabela

Prehranski semafor

Kombinirana označba (prehranski semafor in GDA)

Dnevna orientacijska vrednost (GDA)

Simbol »Varuje zdravje«

- Prehranska tabela
- Prehranski semafor
- Kombinirana označba
- GDA označba
- Simbol

18. Prosim, navedite, v kolikšni meri spodnje karakteristike glede življenjskega sloga in zdravja veljajo za vas.

	Sploh se ne strinjam	Se ne strinjam	Niti niti	Se strinjam	Povsem se strinjam
Vsaj enkrat tedensko se ukvarjam s športom.					
Skrbim za svoje zdravje.					
Vedno mi primanjkuje časa.					
Dobro sem informiran/a o zdravi prehrani.					
Moja telesna teža mi je zelo pomembna.					

19. Ali morate vi ali kateri izmed članov vašega gospodinjstva zaradi zdravstvenih težav (npr. sladkorna bolezen, občutljivost na gluten, laktozo ipd.) slediti posebni dieti?

- a. Da
- b. Ne

20. Spol:

- a. Moški
- b. Ženski

21. Vaša dopolnjena starost v letih.

22. Ali imate otroke?

- a. Da
- b. Ne

23. Koliko otrok živi v vašem gospodinjstvu?

- a. Noben
- b. 1
- c. 2
- d. 3
- e. 4 ali več

24. Koliko članov (vključno z vami) šteje vaše gospodinjstvo?

- a. Živim sam/a
- b. 2
- c. 3
- d. 4
- e. 5 ali več

25. Kakšna je vaša najvišja dosežena formalna izobrazba?

- a. Osnovna šola ali manj
- b. Poklicna šola (2 ali 3 letna strokovna šola)
- c. Štiriletna srednja šola
- d. Višja šola
- e. Visoka šola
- f. Univerzitetna izobrazba ali bolonjska druga stopnja (bolonjski magisterij)
- g. Znanstveni magisterij ali doktorat

26. Kje živite?

- a. V mestu
- b. V okolici mesta
- c. Na podeželju

27. Kakšen je vaš zaposlitveni status?

- a. Brezposeln/-a
- b. Študent/ka ali dijak/inja
- c. Zaposlen/a ali samozaposlen/a
- d. Upokojenec/ka
- e. Drugo _____

Priloga 4: Obdelava posameznih vprašanj s programom SPSS: prikaz podatkov

Tabela 2: Odgovori anketirancev v številu in odstotkih, srednje vrednosti (aritmetična sredina, mediana in modus) in standardni odklon glede vedenja anketirancev pri branju prehranskih označb

Vprašanje 5: Spodnje trditve se nanašajo samo na nakupe, pri katerih pogledate prehransko označbo. Prosim, označite, v kolikšni meri posamezna trditev glede branja prehranskih označb velja za vas.										
Trditve	Odgovori						Aritmetična sredina (povprečje)	Standardni odklon	Mediana (Me)	Modus (Mo)
	Nikoli	V manj kot polovici primerov	V polovici primerov	V več kot polovici primerov	Vedno	Skupaj (N in %)				
Prehransko označbo preverim, ko prvič kupujem določen prehranski izdelek.	9	39	32	65	114	259	3,9	1,22	4	5
	3%	15%	12%	25%	44%	100%				
Prehransko označbo preverim pri ponavljajočih se nakupih.	58	126	43	25	6	258	2,2	0,97	2	2
	22%	49%	17%	10%	2%	100%				
Prehransko označbo preverim v trgovini.	10	42	33	73	101	259	3,8	1,22	4	5
	4%	16%	13%	28%	39%	100%				
Prehransko označbo preverim preverim doma.	45	123	46	28	17	259	2,4	1,10	2	2
	17%	47%	18%	11%	7%	100%				
Preverim prehranske navedbe v prehranski tabeli (primer 1 na zgornji sliki).	13	54	46	71	75	259	3,5	1,25	4	5
	5%	21%	18%	27%	29%	100%				
Kadar je na voljo, preverim eno izmed slikovnih prehranskih označb (primeri 2 - 5 na zgornji sliki).	21	86	52	59	41	259	3,1	1,23	3	2
	8%	33%	20%	23%	16%	100%				
S prehransko označbo primerjam dva podobna izdelka.	41	83	47	61	27	259	2,8	1,25	3	2
	16%	32%	18%	24%	10%	100%				
S prehransko označbo preverim resničnost zdravstvene trditve na embalaži (na primer: za diabetike, brez glutena, brez maščob, brez sladkorjev, visoka vrednost vlaknin ipd.).	53	52	41	57	56	259	3,0	1,45	3	4
	20%	20%	16%	22%	22%	100%				

Tabela 3: Odgovori anketirancev v številu in odstotkih, srednje vrednosti (aritmetična sredina, mediana in modus) in standardni odklon glede strinjanja anketirancev s trditvami, ki se nanašajo na njihova stališča do prehranskih označb

Vprašanje 6: Spodnje trditve se nanašajo na vaše splošno stališče do prehranskih označb. Prosim, označite, v kolikšni meri se strinjate s posamezno trditvijo.										
Trditve	Odgovori						Aritmetična sredina (povprečje)	Standardni odklon	Mediana (Me)	Modus (Mo)
	Sploh se ne strinjam	Se ne strinjam	Deloma se strinjam	Se strinjam	Se popolnoma strinjam	Skupaj (N in %)				
Prehranske označbe se mi zdijo pregledne.	13	31	113	84	18	259	3,2	0,93	3	3
	5%	12%	44%	32%	7%	100%				
Razumem vsebino prehranskih označb.	4	25	73	107	50	259	3,7	0,95	4	4
	2%	10%	28%	41%	19%	100%				
Prehranske označbe so mi pomembne.	1	13	43	93	109	259	4,1	0,90	4	5
	0%	5%	17%	36%	42%	100%				
Navedbe na prehranski označbi vplivajo na to, ali izdelek kupim ali ne.	8	19	74	82	76	259	3,8	1,05	4	4
	3%	7%	29%	32%	29%	100%				
Prehranskim označbam zaupam.	2	26	113	96	22	259	3,4	0,81	3	3
	1%	10%	44%	37%	8%	100%				
Črke in številke na prehranskih označbah so dovolj velike in jasno berljive.	37	68	75	63	16	259	2,8	1,14	3	3
	14%	26%	29%	24%	6%	100%				
Prehransko označbo na izdelku navadno najdem brez težav (je jasno vidna).	7	62	99	75	16	259	3,1	0,93	3	3
	3%	24%	38%	29%	6%	100%				
Navedbe na prehranski označbi mi pomagajo sprejeti bolj zdravo odločitev.	4	17	59	124	55	259	3,8	0,90	4	4
	2%	7%	23%	48%	21%	100%				
Nimam časa brati prehranske označbe.	97	101	42	15	4	259	1,9	0,95	2	2
	37%	39%	16%	6%	2%	100%				
Prehranske označbe bi morale biti obvezne na vseh pakiranih prehranskih izdelkih.	3	7	13	54	182	259	4,6	0,81	5	5
	1%	3%	5%	21%	70%	100%				

Tabela 4: Odgovori anketirancev v številu in odstotkih, srednje vrednosti (aritmetična sredina, mediana in modus) in standardni odklon glede pomembnosti posameznega dejavnika za nakupno odločitev pri kupovanju prehranskih izdelkov

Vprašanje 8: Prosim, označite pomembnost posameznega dejavnika za vašo nakupno odločitev pri nakupovanju prehranskih izdelkov.									
Trditve	Odgovori					Aritmetična sredina (povprečje)	Standardni odklon	Mediana (Me)	Modus (Mo)
	Nepomemben	Manj pomemben	Pomemben	Zelo pomemben	Skupaj (N in %)				
Blagovna znamka izdelka	27	117	97	18	259	2,4	0,77	2	2
	10%	45%	37%	7%	100%				
Cena izdelka	4	38	169	48	259	3,0	0,63	3	3
	2%	15%	65%	19%	100%				
Okus izdelka	3	9	107	140	259	3,5	0,62	4	4
	1%	3%	41%	54%	100%				
Podatki na prehranski označbi izdelka (označbe vsebnosti sestavin)	7	53	126	73	259	3,0	0,77	3	3
	3%	20%	49%	28%	100%				
Država porekla izdelka	19	76	99	65	259	2,8	0,90	3	3
	7%	29%	38%	25%	100%				
Izgled embalaže izdelka	50	130	69	10	259	2,2	0,77	2	2
	19%	50%	27%	4%	100%				
Vaše izkušnje z izdelkom	3	0	63	193	259	3,7	0,52	4	4
	1%	0%	24%	75%	100%				
Priporočila izdelka s strani prijateljev ali znancev	9	58	150	42	259	2,9	0,71	3	3
	3%	22%	58%	16%	100%				

Tabela 5: Odgovori anketirancev v številu in odstotkih, srednje vrednosti (aritmetična sredina, mediana in modus) in standardni odklon glede vpliva posameznih lastnosti prehranskih označb na nakup prehranskega izdelka

Vprašanje 11: V kolikšni meri spodaj navedene lastnosti prehranskih označb vplivajo za vaš nakup izdelka?										
Trditve	Odgovori						Aritmetična sredina (povprečje)	Standardni odklon	Mediana (Me)	Modus (Mo)
	Sploh ne vpliva	Ne vpliva	Niti niti	Vpliva	Zelo vpliva	Skupaj (N in %)				
Označba je verodostojna, lahko ji zaupam.	1	11	65	146	36	259	3,8	0,74	4	4
	0%	4%	25%	56%	14%	100%				
Označba je razumljiva.	2	12	41	164	40	259	3,9	0,75	4	4
	1%	5%	16%	63%	15%	100%				
Označba vsebuje dovolj informacij.	6	23	61	131	38	259	3,7	0,91	4	4
	2%	9%	24%	51%	15%	100%				
Barve na označbi mi povedo, kakšna je vsebnost posamezne sestavine.	27	49	88	82	13	259	3,0	1,06	3	3
	10%	19%	34%	32%	5%	100%				
Označba vsebuje podatek o% orientacijske (priporočene) dnevne vrednosti posamezne sestavine.	19	46	92	90	12	259	3,1	1,00	3	3
	7%	18%	36%	35%	5%	100%				
Označba mi je oblikovno všeč.	45	70	93	45	6	259	2,6	1,04	3	3
	17%	27%	36%	17%	2%	100%				
Na podlagi označbe hitro ugotovim, kako zdrav je izdelek.	3	22	56	138	40	259	3,7	0,86	4	4
	1%	8%	22%	53%	15%	100%				
Označba mi omogoča enostavno primerjavo z ostalimi izdelki.	3	15	58	135	48	259	3,8	0,84	4	4
	1%	6%	22%	52%	19%	100%				

Tabela 6: Odgovori anketirancev v številu in odstotkih, srednje vrednosti (aritmetična sredina, mediana in modus) in standardni odklon glede strinjanja anketirancev s trditvami, ki se nanašajo na označbo v obliki prehranske tabele

Vprašanje 12: Na spodnji sliki je označba v obliki prehranske tabele. V kolikšni meri se strinjate s spodnjimi trditvami v povezavi s to označbo?											
Trditve	Odgovori						Aritmetična sredina (povprečje)	Standardni odklon	Mediana (Me)	Modus (Mo)	
	Sploh se ne strinjam	Se ne strinjam	Niti niti	Se strinjam	Povsem se strinjam	Skupaj (N in %)					
Označba je verodostojna, lahko ji zaupam.	4	5	61	149	40	259	3,8	0,76	4	4	
	2%	2%	24%	58%	15%	100%					
Označba je razumljiva.	2	7	29	156	65	259	4,1	0,73	4	4	
	1%	3%	11%	60%	25%	100%					
Označba vsebuje dovolj informacij.	3	7	55	142	52	259	3,9	0,79	4	4	
	1%	3%	21%	55%	20%	100%					
Označba mi je oblikovno všeč.	8	39	98	92	22	259	3,3	0,94	3	3	
	3%	15%	38%	36%	8%	100%					
Na podlagi označbe hitro ugotovim, kako zdrav je izdelek.	6	33	60	122	38	259	3,6	0,97	4	4	
	2%	13%	23%	47%	15%	100%					
Označba mi omogoča enostavno primerjavo z ostalimi izdelki.	6	17	38	153	45	259	3,8	0,87	4	4	
	2%	7%	15%	59%	17%	100%					
Označba je koristna (mi pomaga pri nakupni odločitvi).	5	11	59	130	54	259	3,8	0,87	4	4	
	2%	4%	23%	50%	21%	100%					
Skupno povprečje "Prehranska tabela"							3,76				

Slika 11: Grafična predstavitev odgovorov anketirancev v številu in odstotkih, srednje vrednosti (aritmetična sredina, mediana) in standardni odklon glede strinjaja anketirancev s trditvami, ki se nanašajo na označbo v obliki prehranske tabele

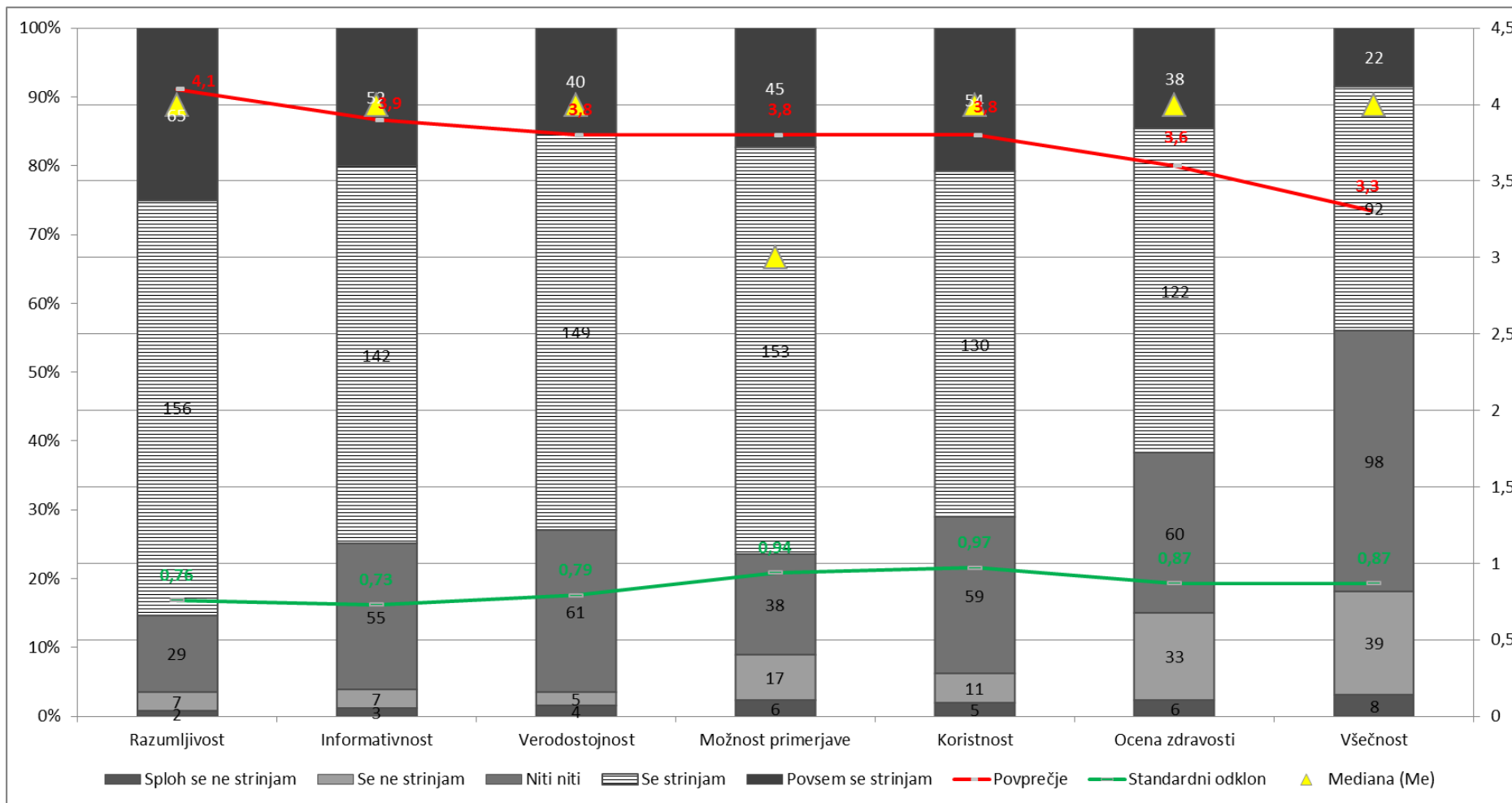


Tabela 7: Odgovori anketirancev v številu in odstotkih, srednje vrednosti (aritmetična sredina, mediana in modus) in standardni odklon glede strinjanja anketirancev s trditvami, ki se nanašajo na označbo v obliki prehranskega semaforja

Vprašanje 13: Na spodnji sliki je označba v obliki prehranskega semaforja. V kolikšni meri se strinjate s spodnjimi trditvami v povezavi s to označbo?										
Trditve	Odgovori						Aritmetična sredina (povprečje)	Standardni odklon	Mediana (Me)	Modus (Mo)
	Sploh se ne strinjam	Se ne strinjam	Niti niti	Se strinjam	Povsem se strinjam	Skupaj (N in %)				
Označba je verodostojna, lahko ji zaupam.	8	35	89	113	14	259	3,3	0,89	3	4
	3%	14%	34%	44%	5%	100%				
Označba je razumljiva.	8	27	52	134	38	259	3,6	0,96	4	4
	3%	10%	20%	52%	15%	100%				
Označba vsebuje dovolj informacij.	19	70	92	69	9	259	2,9	0,98	3	3
	7%	27%	36%	27%	3%	100%				
Označba mi je oblikovno všeč.	16	27	65	118	33	259	3,5	1,04	4	4
	6%	10%	25%	46%	13%	100%				
Na podlagi označbe hitro ugotovim, kako zdrav je izdelek.	21	38	77	96	27	259	3,3	1,09	3	4
	8%	15%	30%	37%	10%	100%				
Označba mi omogoča enostavno primerjavo z ostalimi izdelki.	17	49	65	95	33	259	3,3	1,11	3	4
	7%	19%	25%	37%	13%	100%				
Označba je koristna (mi pomaga pri nakupni odločitvi).	18	39	76	98	28	259	3,3	1,07	3	4
	7%	15%	29%	38%	11%	100%				
Skupno povprečje "Prehranski semafor"							3,31			

Slika 12: Grafična predstavitev odgovorov anketirancev v številu in odstotkih, srednje vrednosti (aritmetična sredina, mediana) in standardni odklon glede strinjanja anketirancev s trditvami, ki se nanašajo na prehranski semafor

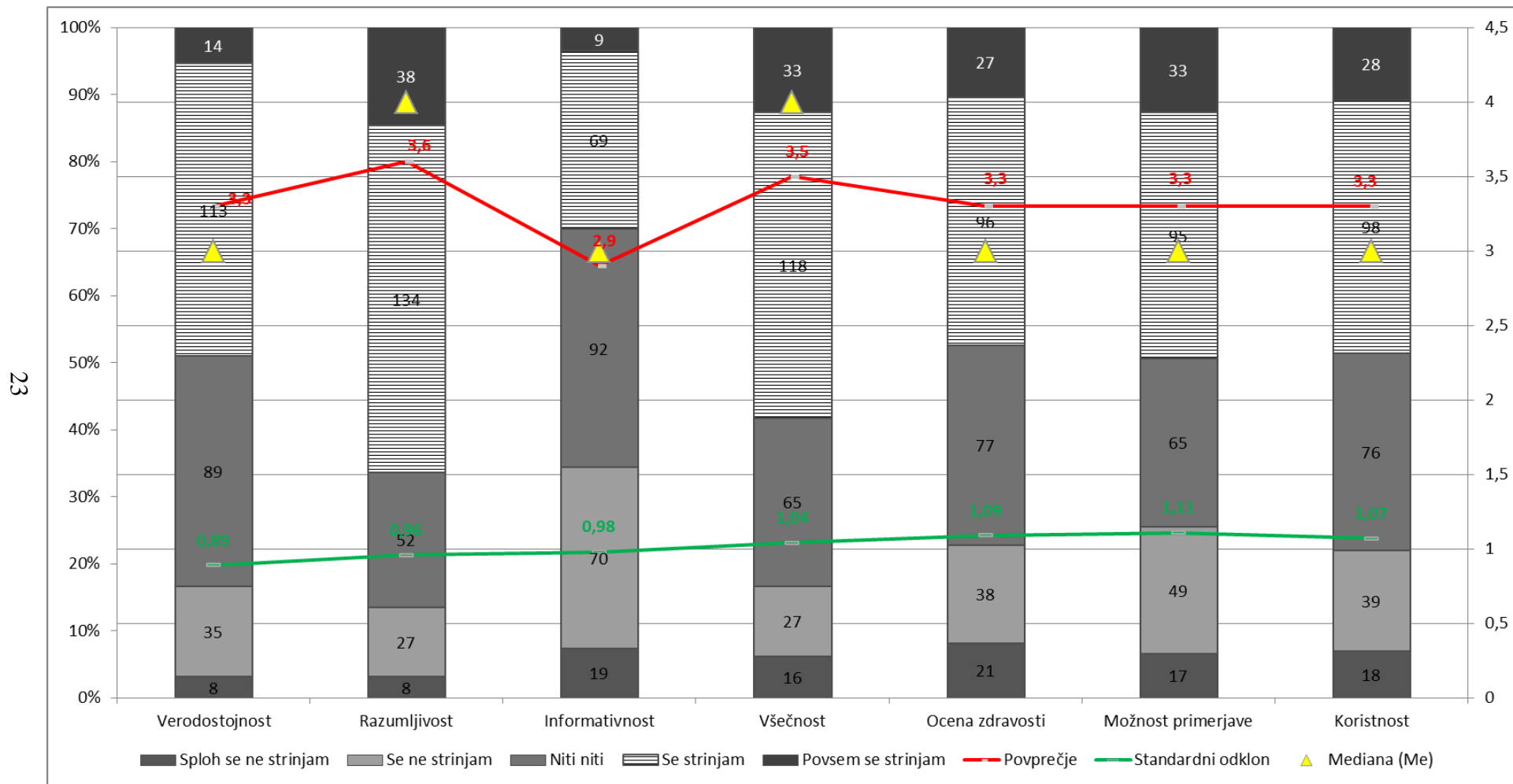


Tabela 8: Odgovori anketirancev v številu in odstotkih, srednje vrednosti (aritmetična sredina, mediana in modus) in standardni odklon glede strinjanja anketirancev s trditvami, ki se nanašajo na kombinirano označbo

Vprašanje 14: Na spodnji sliki je kombinirana označba (prehranski semafor in GDA). V kolikšni meri se strinjate s spodnjimi trditvami v povezavi s to označbo?										
Trditve	Odgovori						Aritmetična sredina (povprečje)	Standardni odklon	Mediana (Me)	Modus (Mo)
	Sploh se ne strinjam	Se ne strinjam	Niti niti	Se strinjam	Povsem se strinjam	Skupaj (N in %)				
Označba je verodostojna, lahko ji zaupam.	9	18	80	134	18	259	3,5	0,86	4	4
	3%	7%	31%	52%	7%	100%				
Označba je razumljiva.	5	19	59	145	31	259	3,7	0,85	4	4
	2%	7%	23%	56%	12%	100%				
Označba vsebuje dovolj informacij.	12	37	71	119	20	259	3,4	0,98	4	4
	5%	14%	27%	46%	8%	100%				
Označba mi je oblikovno všeč.	15	24	84	112	23	258	3,4	0,98	4	4
	6%	9%	33%	43%	9%	100%				
Na podlagi označbe hitro ugotovim, kako zdrav je izdelek.	11	39	67	119	23	259	3,4	0,99	4	4
	4%	15%	26%	46%	9%	100%				
Označba mi omogoča enostavno primerjavo z ostalimi izdelki.	13	37	66	119	24	259	3,4	1,01	4	4
	5%	14%	25%	46%	9%	100%				
Označba je koristna (mi pomaga pri nakupni odločitvi).	12	28	73	118	28	259	3,5	0,98	4	4
	5%	11%	28%	46%	11%	100%				
Skupno povprečje "Kombinirana označba"							3,47			

Slika 13: Grafična predstavitev odgovorov anketirancev v številu in odstotkih, srednje vrednosti (aritmetična sredina, mediana) in standardni odklon glede strinjanja anketirancev s trditvami, ki se nanašajo na kombinirano označbo

25

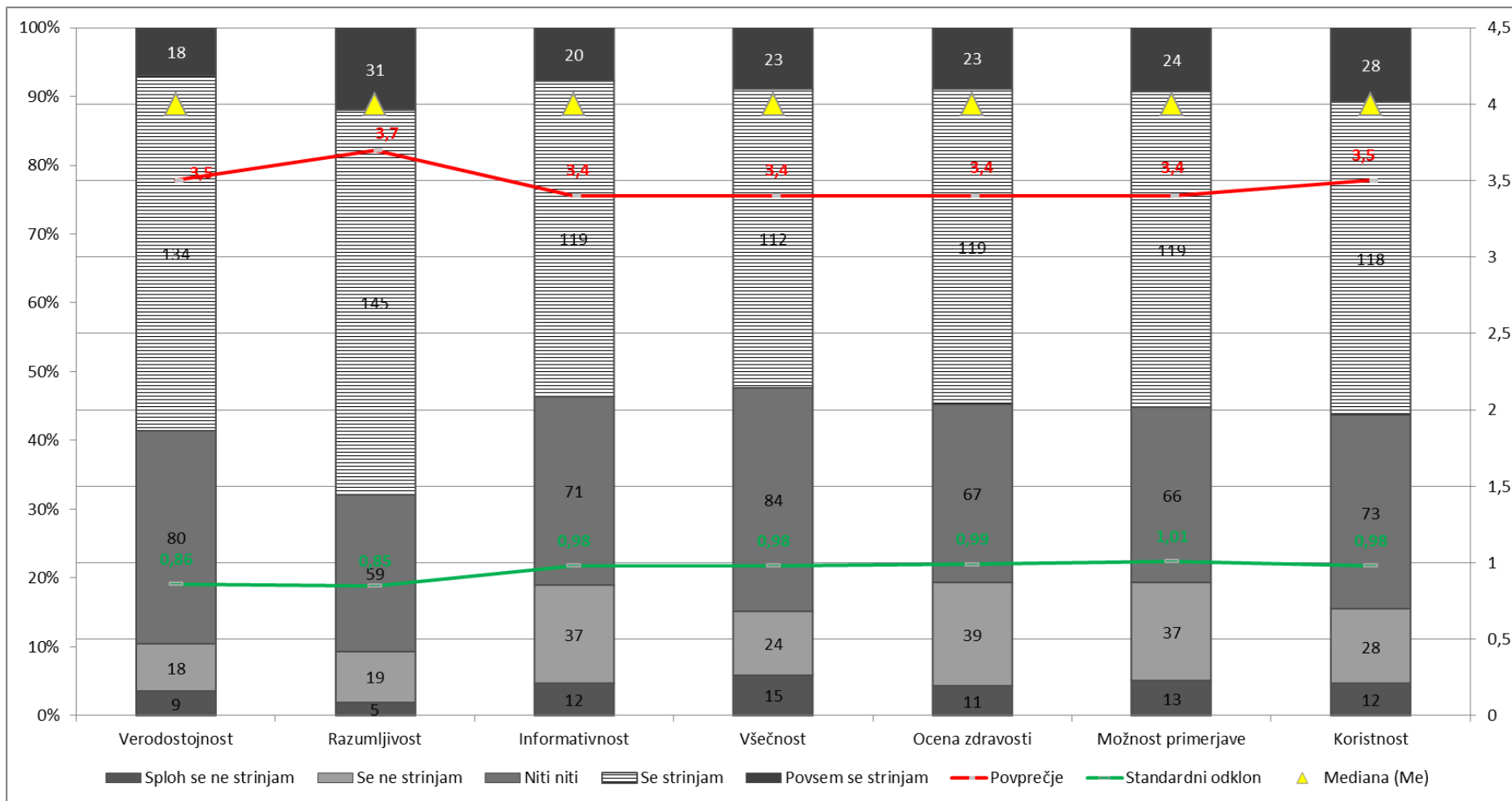


Tabela 9: Odgovori anketirancev v številu in odstotkih, srednje vrednosti (aritmetična sredina, mediana in modus) in standardni odklon glede strinjanja anketirancev s trditvami, ki se nanašajo na označbo orientacijske dnevne vrednosti (GDA)

Vprašanje 15: Na spodnji sliki je označba orientacijske dnevne vrednosti (GDA). V kolikšni meri se strinjate s spodnjimi trditvami v povezavi s to označbo?										
Trditve	Odgovori						Aritmetična sredina (povprečje)	Standardni odklon	Mediana (Me)	Modus (Mo)
	Sploh se ne strinjam	Se ne strinjam	Niti niti	Se strinjam	Povsem se strinjam	Skupaj (N in %)				
Označba je verodostojna, lahko ji zaupam.	9	22	89	127	12	259	3,4	0,85	4	4
	3%	8%	34%	49%	5%	100%				
Označba je razumljiva.	8	42	86	103	19	258	3,3	0,94	3	4
	3%	16%	33%	40%	7%	100%				
Označba vsebuje dovolj informacij.	12	50	103	86	8	259	3,1	0,91	3	3
	5%	19%	40%	33%	3%	100%				
Označba mi je oblikovno všeč.	27	74	103	50	4	258	2,7	0,94	3	3
	10%	29%	40%	19%	2%	100%				
Na podlagi označbe hitro ugotovim, kako zdrav je izdelek.	14	68	84	80	13	259	3,0	1,00	3	3
	5%	26%	32%	31%	5%	100%				
Označba mi omogoča enostavno primerjavo z ostalimi izdelki.	13	59	86	89	12	259	3,1	0,97	3	4
	5%	23%	33%	34%	5%	100%				
Označba je koristna (mi pomaga pri nakupni odločitvi).	13	59	81	90	16	259	3,1	1,00	3	4
	5%	23%	31%	35%	6%	100%				
Skupno povprečje GDA							3,10			

Slika 14: Grafična predstavitev odgovorov anketirancev v številu in odstotkih, srednje vrednosti (aritmetična sredina, mediana) in standardni odklon glede strinjanja anketirancev s trditvami, ki se nanašajo na označbo orientacijske dnevne vrednosti (GDA)

27

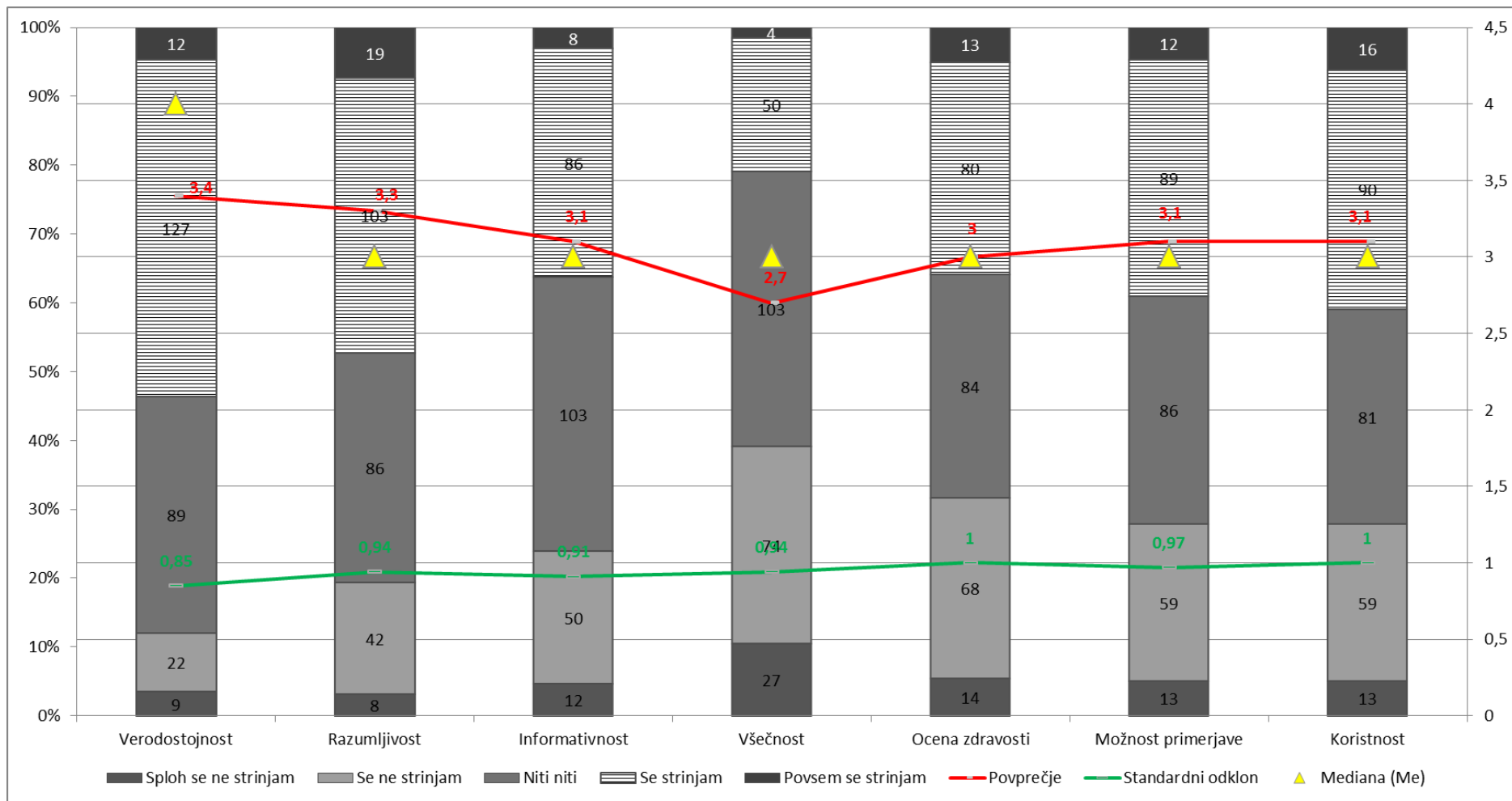
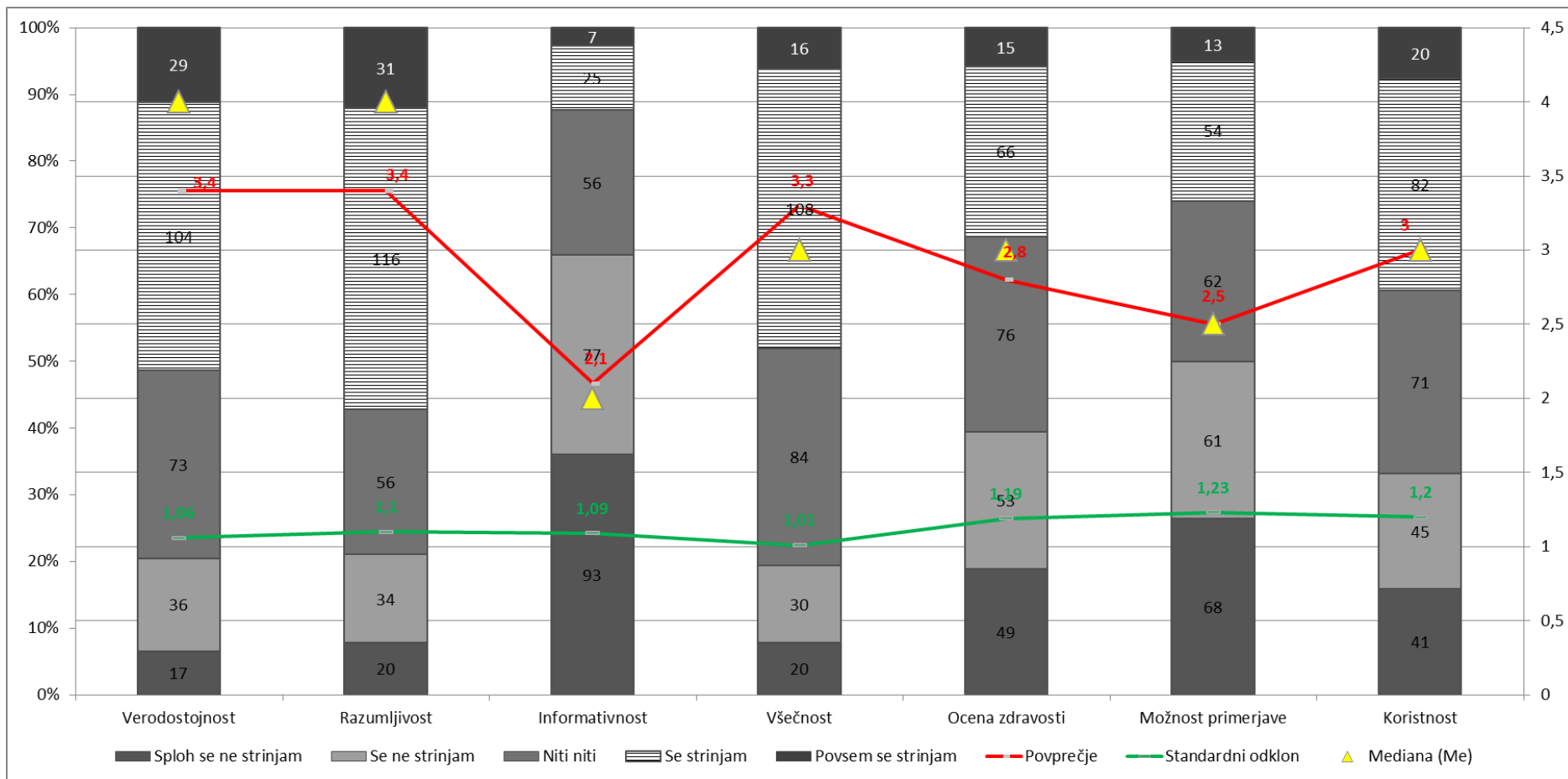


Tabela 10: Odgovori anketirancev v številu in odstotkih, srednje vrednosti (aritmetična sredina, mediana in modus) in standardni odklon glede strinjanja anketirancev s trditvami, ki se nanašajo na simbol »Varuje zdravje«

Vprašanje 16: Na spodnji sliki je primer simbola "Varuje zdravje". V kolikšni meri se strinjate s spodnjimi trditvami v povezavi z označbami v obliki simbola (stališče do označb brez količinskih vrednosti)?										
Trditve	Odgovori						Aritmetična sredina (povprečje)	Standardni odklon	Mediana (Me)	Modus (Mo)
	Sploh se ne strinjam	Se ne strinjam	Niti niti	Se strinjam	Povsem se strinjam	Skupaj (N in %)				
Označba je verodostojna, lahko ji zaupam.	17	36	73	104	29	259	3,4	1,06	4	4
	7%	14%	28%	40%	11%	100%				
Označba je razumljiva.	20	34	56	116	31	257	3,4	1,10	4	4
	8%	13%	22%	45%	12%	100%				
Označba vsebuje dovolj informacij.	93	77	56	25	7	258	2,1	1,09	2	1
	36%	30%	22%	10%	3%	100%				
Označba mi je oblikovno všeč.	20	30	84	108	16	258	3,3	1,01	3	4
	8%	12%	33%	42%	6%	100%				
Na podlagi označbe hitro ugotovim, kako zdrav je izdelek.	49	53	76	66	15	259	2,8	1,19	3	3
	19%	20%	29%	25%	6%	100%				
Označba mi omogoča enostavno primerjavo z ostalimi izdelki.	68	61	62	54	13	258	2,5	1,23	2,5	1
	26%	24%	24%	21%	5%	100%				
Označba je koristna (mi pomaga pri nakupni odločitvi).	41	45	71	82	20	259	3,0	1,20	3	4
	16%	17%	27%	32%	8%	100%				
Skupno povprečje simbol "Varuje zdravje"							2,93			

Slika 15: Grafična predstavitev odgovorov anketirancev v številu in odstotkih, srednje vrednosti (aritmetična sredina, mediana) in standardni odklon glede strinjanja anketirancev s trditvami, ki se nanašajo na simbol »Varuje zdravje«

29



Priloga 5: Prikaz testnih statistik za postavljene hipoteze

- Demografski dejavniki in uporaba prehranskih označb

H1a: Člani majhnih gospodinjstev pogosteje berejo prehranske označbe kot člani velikih gospodinjstev.

H₀: Člani majhnih gospodinjstev berejo prehranske označbe enako pogosto kot člani velikih gospodinjstev. ($H_0: \mu_1 = \mu_2$)

H₁: Člani majhnih gospodinjstev pogosteje berejo prehranske označbe kot člani velikih gospodinjstev. ($H_1: \mu_1 > \mu_2$)

Tabela 11: Statistični podatki za preizkušanje hipotez o enakosti dveh aritmetičnih sredin za neodvisna vzorca oz. t-test za neodvisna vzorca (H1a)

	Velikost gospodinjstva	Frekvenca	Aritmetična sredina	Standardni odklon	Standardna napaka aritmetične sredine
Kako pogosto pri nakupovanju berete prehranske označbe?	Majhno gospodinjstvo	193	2,90	1,257	0,090
	Veliko gospodinjstvo	90	2,77	1,272	0,134

Tabela 12: Statistično preizkušanje hipotez o enakosti dveh aritmetičnih sredin za neodvisna vzorca oz. t-test za neodvisna vzorca (H1a)

		Levenov preizkus hipoteze o razliki med variancama		Preizkus hipoteze o enakosti aritmetičnih sredin			
		F	Stopnja značilnosti (Sig.)	t	Prostostne stopnje (df)	Stopnja značilnosti (dvostranska)	Stopnja značilnosti (enostranska)
Kako pogosto pri nakupovanju berete prehranske označbe?	Enaki varianci	0,341	0,560	0,838	281	0,403	0,202
	Različni varianci			0,834	172	0,406	0,203

H1b: Pri razumevanju prehranskih označb obstajajo razlike med porabniki z višjo stopnjo izobrazbe in porabniki z nižjo stopnjo izobrazbe.

H₀: Med porabniki z višjo stopnjo izobrazbe in nižjo stopnjo izobrazbe ni razlik pri razumevanju prehranskih označb. ($H_0: \mu_1 = \mu_2$)

H₁: Med porabniki z višjo stopnjo izobrazbe in nižjo stopnjo izobrazbe je razlika pri razumevanju prehranskih označb. ($H_1: \mu_1 \neq \mu_2$)

Tabela 13: Statistični podatki za preizkušanje hipotez o enakosti dveh aritmetičnih sredin za neodvisna vzorca oz. t-test za neodvisna vzorca (H1b)

	Izobrazba	Frekvenca	Aritmetična sredina	Standardni odklon	Standardna napaka aritmetične sredine
Razumevanje prehranskih označb	Nižja izobrazba	80	3,76	0,576	0,064
	Višja izobrazba	177	3,56	0,618	0,046

Tabela 14: Statistično preizkušanje hipotez o enakosti dveh aritmetičnih sredin za neodvisna vzorca oz. t-test za neodvisna vzorca (H1b)

		Levenov preizkus hipoteze o razliki med variancama		Preizkus hipoteze o enakosti aritmetičnih sredin			
		F	Stopnja značilnosti (Sig.)	t	Prostostne stopnje (df)	Stopnja značilnosti (dvostranska)	Stopnja značilnosti (enostranska)
Razumevanje prehranskih označb	Enaki varianci	0,036	0,849	2,491	255	0,013	0,007
	Različni varianci			2,558	163	0,011	0,006

- **Nakupno vedenje in odločanje in uporaba prehranskih označb**

H2a: Okus izdelka bolj vpliva na nakupno odločitev porabnika kot navedbe na prehranski označbi.

H₀: Okus izdelka in navedbe na prehranski označbi enako vplivajo na nakupno odločitev porabnika. (H₀: $\mu_1 = \mu_2$)

H₁: Okus izdelka bolj vpliva na nakupno odločitev porabnika kot navedbe na prehranski označbi. (H₁: $\mu_1 > \mu_2$)

Tabela 15: Statistični podatki za preizkušanje hipoteze s t-testom za preverjanje aritmetičnih sredin dveh spremenljivk (odvisnih vzorcev) (H2a)

	Aritmetična sredina	Frekvenca	Standardni odklon	Standardna napaka aritmetične sredine
Okus izdelka	3,48	259	0,625	0,039
Navedbe na prehranski označbi	3,02	259	0,772	0,048

Tabela 16: Statistično preizkušanje hipoteze s t-testom za preverjanje aritmetičnih sredin dveh spremenljivk (odvisnih vzorcev) (H2a)

	Razlike v aritmetičnih sredinah odvisnih spremenljivk					Stopnja značilnosti (dvostranska)	Stopnja značilnosti (enostranska)
	Aritmetična sredina	Standardni odklon	Standardna napaka aritmetične sredine	t	Prostostne stopnje (df)		
Okus izdelka – Navedbe na prehranski označbi	0,459	0,949	0,059	7,792	258	0,000	0,000

H2b: Porabniki prehranske označbe pogosteje preverijo v trgovini kot doma.

H₀: Porabniki prehranske označbe preverijo enako pogosto v trgovini in doma. ($H_0: \mu_1 = \mu_2$)

H₁: Porabniki prehranske označbe pogosteje preverijo v trgovini kot doma. ($H_1: \mu_1 > \mu_2$)

Tabela 17: Statistično preizkušanje hipoteze s t-testom za preverjanje aritmetičnih sredin dveh spremenljivk (odvisnih vzorcev) (H2b)

	Aritmetična sredina	Frekvenca	Standardni odklon	Standardna napaka aritmetične sredine
Prehransko označbo preverim v trgovini.	3,82	259	1,220	0,076
Prehransko označbo preverim v doma.	2,42	259	1,098	0,068

Tabela 18: Statistični podatki za preizkušanje hipoteze s t-testom za preverjanje aritmetičnih sredin dveh spremenljivk (odvisnih vzorcev) (H2b)

	Razlike v aritmetičnih sredinah odvisnih spremenljivk					Stopnja značilnosti (dvostranska)	Stopnja značilnosti (enostranska)
	Aritmetična sredina	Standardni odklon	Standardna napaka aritmetične sredine	t	Prostostne stopnje (df)		
Prehransko označbo preverim v trgovini. – Prehransko označbo preverim doma.	1,405	1,669	0,104	13,554	258	0,000	0,000

H2c: Porabniki prehranske označbe pogosteje preverijo pri prvem nakupu izdelka kot pri ponavljajočih se nakupih.

H₀: Porabniki prehranske označbe preverijo enako pogosto pri prvem nakupu in pri nadaljnjih nakupih. ($H_0: \mu_1 = \mu_2$)

H₁: Porabniki prehranske označbe pogosteje preverijo pri prvem nakupu izdelka kot pri ponavljajočih se nakupih. ($H_1: \mu_1 > \mu_2$)

Tabela 19: Statistično preizkušanje hipoteze s t-testom za preverjanje aritmetičnih sredin dveh spremenljivk (odvisnih vzorcev) (H2c)

	Aritmetična sredina	Frekvenca	Standardni odklon	Standardna napaka aritmetične sredine
Prehransko označbo preverim ko prvič kupujem izdelek.	3,92	258	1,204	0,075
Prehransko označbo preverim pri ponavljajočih se nakupih.	2,21	258	0,975	0,061

Tabela 20: Statistični podatki za preizkušanje hipoteze s t-testom za preverjanje aritmetičnih sredin dveh spremenljivk (odvisnih vzorcev) (H2c)

	Razlike v aritmetičnih sredinah odvisnih spremenljivk					Stopnja značilnosti (dvostranska)	Stopnja značilnosti (enostranska)
	Aritmetična sredina	Standardni odklon	Standardna napaka aritmetične sredine	t	Prostostne stopnje (df)		
Prehransko označbo preverim ko prvič kupujem izdelek. – Prehransko označbo preverim pri ponavljajočih se nakupih.	1,717	1,232	0,077	22,379	257	0,000	0,000

H2d: Razumljivost prehranske označbe bolj vpliva na nakup izdelka kot oblikovna vsečnost označbe.

H₀: Razumljivost in oblikovna vsečnost prehranske označbe enako vplivata na nakup izdelka. ($H_0: \mu_1 = \mu_2$)

H₁: Razumljivost prehranske označbe bolj vpliva na nakup izdelka kot oblikovna vsečnost označbe. ($H_1: \mu_1 > \mu_2$)

Tabela 21: Statistično preizkušanje hipoteze s t-testom za preverjanje aritmetičnih sredin dveh spremenljivk (odvisnih vzorcev) (H2d)

	Aritmetična sredina	Frekvenca	Standardni odklon	Standardna napaka aritmetične sredine
Označba je razumljiva.	3,88	259	0,745	0,046
Označba mi je oblikovno všeč.	2,60	259	1,038	0,065

Tabela 22: Statistični podatki za preizkušanje hipoteze s t-testom za preverjanje aritmetičnih sredin dveh spremenljivk (odvisnih vzorcev) (H2d)

	Razlike v aritmetičnih sredinah odvisnih spremenljivk					Stopnja značilnosti (dvostranska)	Stopnja značilnosti (enostranska)
	Aritmetična sredina	Standardni odklon	Standardna napaka aritmetične sredine	t	Prostostne stopnje (df)		
Označba je razumljiva Označba mi je oblikovno všeč	1,278	1,264	0,079	16,276	258	0,000	0,000

- Vpliv znanja na področju prehrane in zdravja na uporabo prehranskih označb

H3a: Osebe, ki so dobro informirane o zdravi prehrani, v povprečju bolj razumejo navedbe na prehranskih označbah, ki so bile vključene v raziskavo.

H₀: Ni razlike v razumevanju prehranskih označb med osebami, ki so informirane o zdravi prehrani, in tistimi, ki niso. ($H_0: \mu_1 = \mu_2$)

H₁: Osebe, ki so dobro informirane o zdravi prehrani, v povprečju bolj razumejo navedbe na prehranskih označbah, ki so bile vključene v raziskavo. ($H_1: \mu_1 > \mu_2$)

Tabela 23: Statistični podatki za preizkušanje hipotez o enakosti dveh aritmetičnih sredin za neodvisna vzorca oz. t-test za neodvisna vzorca (H3a)

	Znanje na področju prehrane	Frekvenca	Aritmetična sredina	Standardni odklon	Standardna napaka aritmetične sredine
Razumevanje prehranskih označb	Slabo sem informiran o zdravi prehrani	55	3,35	0,678	0,091
	Dobro sem informiran o zdravi prehrani	202	3,70	0,572	0,040

Tabela 24: Statistično preizkušanje hipotez o enakosti dveh aritmetičnih sredin za neodvisna vzorca oz. t-test za neodvisna vzorca (H3a)

		Levenov preizkus hipoteze o razliki med variancama		Preizkus hipoteze o enakosti aritmetičnih sredin			
		F	Stopnja značilnosti (Sig.)	t	Prostostne stopnje (df)	Stopnja značilnosti (dvostranska)	Stopnja značilnosti (enostranska)
Razumevanje prehranskih označb	Enaki varianci	0,220	0,640	-3,786	255	0,000	0,000
	Različni varianci			-3,438	76	0,001	0,000

H3b: Navedbe na prehranski označbi bolj vplivajo na nakupno odločitev tistih porabnikov, ki morajo (ali mora kateri izmed članov družine) zaradi zdravstvenih razlogov slediti posebni dieti.

H₀: Navedbe na prehranski označbi enako vplivajo na nakupno odločitev porabnikov, ki morajo zaradi zdravstvenih razlogov slediti posebni dieti (ali mora posebni dieti slediti kateri izmed članov gospodinjstva), in tistih, ki nimajo zdravstvenih težav. ($H_0: \mu_1 = \mu_2$)

H₁: Navedbe na prehranski označbi bolj vplivajo na nakupno odločitev tistih porabnikov, ki morajo (ali mora kateri izmed članov družine) zaradi zdravstvenih razlogov slediti posebni dieti. ($H_1: \mu_1 > \mu_2$)

Tabela 25: Statistični podatki za preizkušanje hipotez o enakosti dveh aritmetičnih sredin za neodvisna vzorca oz. t-test za neodvisna vzorca (H3b)

	Posebna dieta	Frekvenca	Aritmetična sredina	Standardni odklon	Standardna napaka aritmetične sredine
Navedbe na prehranski označbi vplivajo na to, ali izdelek kupim ali ne.	Da	56	4,09	1,014	0,136
	Ne	203	3,68	1,044	0,073

Tabela 26: Statistično preizkušanje hipotez o enakosti dveh aritmetičnih sredin za neodvisna vzorca oz. t-test za neodvisna vzorca (H3b)

		Levenov preizkus hipoteze o razliki med variancama		Preizkus hipoteze o enakosti aritmetičnih sredin			
		F	Stopnja značilnosti (Sig.)	t	Prostostne stopnje (df)	Stopnja značilnosti (dvostranska)	Stopnja značilnosti (enostranska)
Navedbe na prehranski označbi vplivajo na to, ali izdelek kupim ali ne.	Enaki varianci	0,049	0,825	2,614	257	0,009	0,005
	Različni varianci			2,658	90	0,009	0,005

- **Primerjava označb na zadnji strani embalaže (BOP) z označbami na sprednji strani embalaže (FOP).**

H4a: Obstaja razlika med razumevanjem označb FOP in BOP

H₀: Ni razlike med razumevanjem označb FOP in BOP. ($H_0: \mu_1 = \mu_2$)

H₁: Obstaja razlika med razumevanjem označb FOP in BOP. ($H_1: \mu_1 \neq \mu_2$)

Tabela 27: Statistično preizkušanje hipoteze s *t*-testom za preverjanje aritmetičnih sredin dveh spremenljivk (odvisnih vzorcev) (H4a)

	Aritmetična sredina	Frekvenca	Standardni odklon	Standardna napaka aritmetične sredine
Razumevanje označb FOP.	3,51	257	0,672	0,042
Razumevanje označb BOP.	4,07	257	0,734	0,046

Tabela 28: Statistični podatki za preizkušanje hipoteze s *t*-testom za preverjanje aritmetičnih sredin dveh spremenljivk (odvisnih vzorcev) (H4a)

	Razlike v aritmetičnih sredinah odvisnih spremenljivk					Stopnja značilnosti (dvostranska)	Stopnja značilnosti (enostranska)
	Aritmetična sredina	Standardni odklon	Standardna napaka aritmetične sredine	t	Prostostne stopnje (df)		
Razumevanje označb FOP. – Razumevanje označb BOP.	-0,554	0,770	0,048	-11,541	256	0,000	0,000

H4b: Obstaja razlika med hitrostjo ugotavljanja, kako zdrav je izdelek, na podlagi označb FOP in BOP.

H₀: Ni razlike med hitrostjo ugotavljanja, kako zdrav je izdelek, na podlagi označb FOP in BOP. ($H_0: \mu_1 = \mu_2$)

H₁: Obstaja razlika med hitrostjo ugotavljanja, kako zdrav je izdelek, na podlagi označb FOP in BOP. ($H_1: \mu_1 \neq \mu_2$)

Tabela 29: Statistično preizkušanje hipoteze s *t*-testom za preverjanje aritmetičnih sredin dveh spremenljivk (odvisnih vzorcev) (H4b)

	Aritmetična sredina	Frekvenca	Standardni odklon	Standardna napaka aritmetične sredine
Ugotavljanje zdravosti izdelka (BOP)	3,59	259	0,966	0,060
Ugotavljanje zdravosti izdelka (FOP)	3,12	259	0,776	0,048

Tabela 30: Statistični podatki za preizkušanje hipoteze s t-testom za preverjanje aritmetičnih sredin dveh spremenljivk (odvisnih vzorcev) (H4b)

	Razlike v aritmetičnih sredinah odvisnih spremenljivk					Stopnja značilnosti (dvostranska)	Stopnja značilnosti (enostranska)
	Aritmetična sredina	Standardni odklon	Standardna napaka aritmetične sredine	t	Prostostne stopnje (df)		
Ugotavljanje zdravosti izdelka (BOP) – Ugotavljanje zdravosti izdelka (FOP)	0,466	1,019	0,063	7,363	258	0,000	0,000

H4c: Obstaja razlika med stališčem do označb FOP in BOP.

H₀: Ni razlike med stališčem do označb FOP in BOP. ($H_0: \mu_1 = \mu_2$)

H₁: Obstaja razlika med stališčem do označb FOP in BOP. ($H_1: \mu_1 \neq \mu_2$)

Tabela 31: Statistično preizkušanje hipoteze s t-testom za preverjanje aritmetičnih sredin dveh spremenljivk (odvisnih vzorcev) (H4c)

	Aritmetična sredina	Frekvenca	Standardni odklon	Standardna napaka aritmetične sredine
Stališča FOP	3,21	256	0,620	0,039
Stališča BOP	3,77	256	0,626	0,039

Tabela 32: Statistični podatki za preizkušanje hipoteze s t-testom za preverjanje aritmetičnih sredin dveh spremenljivk (odvisnih vzorcev) (H4c)

	Razlike v aritmetičnih sredinah odvisnih spremenljivk					Stopnja značilnosti (dvostranska)	Stopnja značilnosti (enostranska)
	Aritmetična sredina	Standardni odklon	Standardna napaka aritmetične sredine	t	Prostostne stopnje (df)		
Stališča FOP – Stališča BOP	-0,562	0,707	0,044	-12,701	255	0,000	0,000

• **Primerjava označb na sprednji strani embalaže (FOP)**

H5a: Barve povečujejo vsečnost označbe FOP.

H₀: Ni razlike med vsečnostjo označb, ki vsebnost sestavin prikazujejo z barvami, in tistimi, ki barv ne vsebujejo. ($H_0: \mu_1 = \mu_2$)

H₁: Označbe, ki vsebnost sestavin prikazujejo z barvami, so porabnikom bolj všeč, kot tiste, ki barv ne vsebujejo. ($H_1: \mu_1 > \mu_2$)

Tabela 33: Statistično preizkušanje hipoteze s *t*-testom za preverjanje aritmetičnih sredin dveh spremenljivk (odvisnih vzorcev) (H5a)

	Aritmetična sredina	Frekvenca	Standardni odklon	Standardna napaka aritmetične sredine
Všečnost barvnih označb	3,45	257	0,876	0,055
Všečnost označb brez barv	3,00	257	0,717	0,045

Tabela 34: Statistični podatki za preizkušanje hipoteze s *t*-testom za preverjanje aritmetičnih sredin dveh spremenljivk (odvisnih vzorcev) (H5a)

	Razlike v aritmetičnih sredinah odvisnih spremenljivk					Stopnja značilnosti (dvostranska)	Stopnja značilnosti (enostranska)
	Aritmetična sredina	Standardni odklon	Standardna napaka aritmetične sredine	t	Prostostne stopnje (df)		
Všečnost barvnih označb – Všečnost označb brez barv	0,451	0,921	0,057	7,857	256	0,000	0,000

H5b: Barve povečujejo razumevanje označbe FOP.

H₀: Ni razlike med razumevanjem označb, ki vsebnost sestavin prikazujejo z barvami, in tistimi, ki barv ne vsebujejo. ($H_0: \mu_1 = \mu_2$)

H₁: Označbe, ki vsebnost sestavin prikazujejo z barvami, so porabnikom bolj razumljive, kot tiste, ki barv ne vsebujejo. ($H_1: \mu_1 > \mu_2$)

Tabela 35: Statistično preizkušanje hipoteze s *t*-testom za preverjanje aritmetičnih sredin dveh spremenljivk (odvisnih vzorcev) (H5b)

	Aritmetična sredina	Frekvenca	Standardni odklon	Standardna napaka aritmetične sredine
Razumljivost barvnih označb	3,66	257	0,802	0,050
Razumljivost označb brez barv	3,36	257	0,798	0,050

Tabela 36: Statistični podatki za preizkušanje hipoteze s *t*-testom za preverjanje aritmetičnih sredin dveh spremenljivk (odvisnih vzorcev) (H5b)

	Razlike v aritmetičnih sredinah odvisnih spremenljivk					Stopnja značilnosti (dvostranska)	Stopnja značilnosti (enostranska)
	Aritmetična sredina	Standardni odklon	Standardna napaka aritmetične sredine	t	Prostostne stopnje (df)		
Razumljivost barvnih označb – Razumljivost označb brez barv	0,300	0,867	0,054	5,540	256	0,000	0,000

H5c: Porabniki imajo pozitivnejše stališče do kombinirane označbe kot do označbe GDA.

H₀: Ni razlike med stališčem do kombinirane označbe in označbe GDA. ($H_0: \mu_1 = \mu_2$)

H₁: Porabniki imajo pozitivnejše stališče do kombinirane označbe kot do označbe GDA. ($H_1: \mu_1 > \mu_2$)

Tabela 37: Statistično preizkušanje hipoteze s t-testom za preverjanje aritmetičnih sredin dveh spremenljivk (odvisnih vzorcev) (H5c)

	Aritmetična sredina	Frekvenca	Standardni odklon	Standardna napaka aritmetične sredine
Stališče do kombinirane označbe	3,47	256	0,764	0,048
Stališče do označbe GDA	3,12	256	0,742	0,046

Tabela 38: Statistični podatki za preizkušanje hipoteze s t-testom za preverjanje aritmetičnih sredin dveh spremenljivk (odvisnih vzorcev) (H5c)

	Razlike v aritmetičnih sredinah odvisnih spremenljivk					Stopnja značilnosti (dvostranska)	Stopnja značilnosti (enostranska)
	Aritmetična sredina	Standardni odklon	Standardna napaka aritmetične sredine	t	Prostostne stopnje (df)		
Stališče do kombinirane označbe – Stališče do označbe GDA	0,345	0,706	0,044	7,827	255	0,000	0,000

H5d: Porabniki imajo pozitivnejše stališče do kombinirane označbe kot do prehranskega semaforja.

H₀: Ni razlike med stališčem do kombinirane označbe in do prehranskega semaforja. ($H_0: \mu_1 = \mu_2$)

H₁: Porabniki imajo pozitivnejše stališče do kombinirane označbe kot do prehranskega semaforja. ($H_1: \mu_1 > \mu_2$)

Tabela 39: Statistično preizkušanje hipoteze s t-testom za preverjanje aritmetičnih sredin dveh spremenljivk (odvisnih vzorcev) (H5d)

	Aritmetična sredina	Frekvenca	Standardni odklon	Standardna napaka aritmetične sredine
Stališče do kombinirane označbe	3,47	258	0,762	0,047
Stališče do prehranskega semaforja	3,33	258	0,795	0,049

Tabela 40: Statistični podatki za preizkušanje hipoteze s t-testom za preverjanje aritmetičnih sredin dveh spremenljivk (odvisnih vzorcev) (H5d)

	Razlike v aritmetičnih sredinah odvisnih spremenljivk					Stopnja značilnosti (dvostranska)	Stopnja značilnosti (enostranska)
	Aritmetična sredina	Standardni odklon	Standardna napaka aritmetične sredine	t	Prostostne stopnje (df)		
Stališče do kombinirane označbe – Stališče do prehranskega semaforja	0,143	0,585	0,036	3,940	257	0,000	0,000

H5e: Porabniki imajo pozitivnejše stališče do kombinirane označbe kot do simbola »Varuje zdravje«.

H₀: Ni razlike med stališčem do kombinirane označbe in do simbola »Varuje zdravje«. (H₀: $\mu_1 = \mu_2$)

H₁: Porabniki imajo pozitivnejše stališče do kombinirane označbe kot do simbola »Varuje zdravje«. (H₁: $\mu_1 > \mu_2$)

Tabela 41: Statistično preizkušanje hipoteze s t-testom za preverjanje aritmetičnih sredin dveh spremenljivk (odvisnih vzorcev) (H5e)

	Aritmetična sredina	Frekvenca	Standardni odklon	Standardna napaka aritmetične sredine
Stališče do kombinirane označbe	3,47	256	0,764	0,048
Stališče do simbola "Varuje zdravje"	2,92	256	0,881	0,055

Tabela 42: Statistični podatki za preizkušanje hipoteze s t-testom za preverjanje aritmetičnih sredin dveh spremenljivk (odvisnih vzorcev) (H5e)

	Razlike v aritmetičnih sredinah odvisnih spremenljivk					Stopnja značilnosti (dvostranska)	Stopnja značilnosti (enostranska)
	Aritmetična sredina	Standardni odklon	Standardna napaka aritmetične sredine	t	Prostostne stopnje (df)		
Stališče do kombinirane označbe – Stališče do simbola "Varuje zdravje"	0,546	0,908	0,057	9,615	255	0,000	0,000