

UNIVERZA V LJUBLJANI
EKONOMSKA FAKULTETA

ZAKLJUČNA STROKOVNA NALOGA VIŠKE POSLOVNE ŠOLE
**ANALIZA VEDENJA PORABNIKOV PRI NAKUP PREHRANSKIH
DOPOLNIL**

Ljubljana, april 2023

META SOKOL

IZJAVA O AVTORSTVU

Podpisana Meta Sokol, študentka Ekonomske fakultete Univerze v Ljubljani, avtorica predloženega dela z naslovom Analiza vedenja porabnikov pri nakupu prehranskih dopolnil, pripravljenega v sodelovanju s svetovalko izr. prof. dr. Matejo Kos Koklič

IZJAVLJAM

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

V Ljubljani, dne _____

Podpis študentke: _____

KAZALO

UVOD	1
1 PREHRANSKA DOPOLNILA.....	2
1.1 Opredelitev prehranskih dopolnil	2
1.2 Trg prehranskih dopolnil	2
1.3 Porabniki prehranskih dopolnil	4
2 NAKUPNO VEDENJE PORABNIKOV	5
2.1 Opredelitev vedenja porabnikov	5
2.2 Odločanje porabnikov	6
2.3 Dejavniki, ki vplivajo na vedenje in odločanje.....	7
2.4 Stopnje v procesu nakupnega odločanja	8
2.4.1 Prepoznavanje problema.....	9
2.4.2 Iskanje informacij	9
2.4.3 Vrednotenje različic.....	10
2.4.4 Nakup	11
2.4.5 Ponakupno vedenje.....	11
3 EMPIRIČNA RAZISKAVA VEDENJA PORABNIKOV PRI NAKUPU PREHRANSKIH DOPOLNIL	12
3.1 Namen, cilji in hipoteze	12
3.2 Metodologija.....	13
3.3 Analiza rezultatov raziskave.....	14
3.3.2 Preverjanje hipotez	20
3.4 Interpretacija ugotovitev.....	21
SKLEP	22
LITERATURA IN VIRI	24
PRILOGE.....	1

KAZALO TABEL

Tabela 1: Mediji za iskanje informacij o prehranskih dopolnilih.....	10
--	----

KAZALO SLIK

Slika 1: Število proizvajalcev prehranskih dopolnil	3
Slika 2: Število dobaviteljev prehranskih dopolnil	3
Slika 3: Vrste prehranskih dopolnil, ki jih uživajo anketiranci (število glasov)	14
Slika 4: Pogostost uživanja prehranskih dopolnil anketirancev (število anketirancev)	15
Slika 5: Vpliv na nakupno odločitev (število glasov)	15
Slika 6: Strinjanje s trditvijo »Na izbiro nakupa najbolj vpliva vsebnost sestavin prehranskega dopolnila« (število anketirancev)	16
Slika 7: Razlogi za uživanje prehranskih dopolnil (število glasov)	17
Slika 8: Priljubljenost ponudnikov prehranskih dopolnil (število glasov)	17
Slika 9: Strinjanje s trditvijo »Uživanje prehranskih dopolnil priporočam tudi ostalim« (število anketirancev)	18
Slika 10: Mesto nakupa prehranskih dopolnil (število glasov)	19
Slika 11: Povprečni mesečni znesek nakupa prehranskih dopolnil (število anketirancev)	19

KAZALO PRILOG

Priloga 1: Globalni trg prehranskih dopolnil	1
Priloga 2: Priljubljenost prehranskih dopolnil med Slovenci glede na spol, starost, izobrazbo in materialni status	1
Priloga 3: Odstotek slovenskih mladostnikov in odraslih, ki uživajo prehranska dopolnila	2
Priloga 4: Poenostavljen model odločanja porabnikov	2
Priloga 5: Oglas, ki aktivira porabnikovo prepoznavanje problema	3
Priloga 6: Vrednotenje različic in postopek izbire	3
Priloga 7: Vprašalnik	4
Priloga 8: Ali uživate prehranska dopolnila?	7
Priloga 9: Katera prehranska dopolnila uživate?	8
Priloga 10: Kako pogosto uživate prehranska dopolnila?	8
Priloga 11: Kaj vpliva na vašo odločitev pri nakupu prehranskih dopolnil?	9
Priloga 12: Označite, kako se strinjate z trditvijo: "Na izbiro nakupa, najbolj vpliva vsebnost sestavin prehranskega dopolnila."	9
Priloga 13: Zakaj uživate prehranska dopolnila?	10
Priloga 14: Od katerega proizvajalca najbolj pogosto kupujete prehranska dopolnila?	10
Priloga 15: Označite, kako se strinjate z trditvijo: "Uživanje prehranskih dopolnil priporočam tudi ostalim."	11
Priloga 16: Kje najpogosteje kupujete prehranska dopolnila?	12
Priloga 17: Koliko na mesec povprečno zapravite za nakup prehranskih dopolnil?	12
Priloga 18: Spol	12
Priloga 19: Status	13
Priloga 20: Tabela za preverjanje hipotez	13

SEZNAM KRATIC

angl. – angleško

AMA - (angl. American Marketing Association); Ameriško marketinško združenje

UVOD

Inovativnost in sodobne tehnologije ne prinašajo vedno pozitivnih sprememb, tako je tudi sodobno kmetijstvo pustilo velik vpliv na hrano. Hrana ni več tisto, kar je bila nekoč, saj je sodobno kmetijstvo zemljo naredilo manj rodovitno in polno, kar pa se potem odraža v hrani, saj v njej primanjkuje vitaminov in mineralov. Zaradi hitrega tempa smo tudi ljudje bolj nagnjeni k stresu in hitri hrani, vse to pa privede do pomanjkanja vitaminov, mineralov in ostalih hranilnih snovi. Ker je v današnjih časih v telo težje vnašati dovolj hranljivih snovi, nam pri tem pomagajo prehranska dopolnila, s katerimi lahko nadomestimo primanjkljaj vitaminov in mineralov v telesu (Bodizdrav.si, 2014).

Trg s prehranskimi dopolnili v Sloveniji je zelo pester, zato morajo biti ponudniki čim bolj konkurenčni. Ker so porabniki s časom postali vse bolj zahtevni, se morajo podjetja danes vse bolj fokusirati na svoje ciljne kupce. Podjetja morajo dobro poznati porabnikove želje in potrebe, saj poznavanje vedenja porabnikov pripomore k sprejemanju manj tveganih odločitev in uspešnemu poslovanju (Možina in drugi, 2002 str. 4-5).

En pogled na porabnike je, da imajo ponavadi vnaprej določene in oblikovane preference ter se do neke mere odločajo racionalno. Ker imajo kupci na voljo vse informacije o izdelkih, jih skrbno preračunajo in se odločijo za tisto možnost, ki jim prinese največ koristi (Kos Koklič & Vida, 2008).

Ključni namen moje zaključne strokovne naloge je teoretično in empirično preučiti proces odločanja porabnikov za nakup prehranskih dopolnil ter analizirati stanje na trgu prehranskih dopolnil. Želim si bolje razumeti porabnike in ugotoviti, kaj vse vpliva na njihovo nakupno odločitev. Vsak posameznik ima določen razlog, zakaj se odloči ravno za določen izdelek, pa naj bo to cena, poreklo, zaupanje znamki ali karkoli drugega. S pomočjo ankete si želim izvedeti, kateri so tisti najbolj pogosti dejavniki, ki vplivajo na porabnikovo odločitev.

Cilj teoretičnega dela zaključne strokovne naloge je s pomočjo strokovne in znanstvene literature ter člankov podrobno analizirati porabnikovo vedenje. Začela bom z analizo porabnikov in se osredotočila na dejavnike, ki vplivajo na vedenje ter odločanje posameznikov. V teoretičnem delu bom poglavje namenila tudi analizi prehranskih dopolnil. Osredotočila se bom tudi na porabnike prehranskih dopolnil in analizirala njihovo razširjenost v Sloveniji. Cilj empiričnega dela zaključne strokovne naloge pa je s pomočjo ankete pridobiti čim več informacij o porabnikih prehranskih dopolnil. Zanimajo me njihovi razlogi, zakaj se odločijo za uporabo, katero vrsto prehranskih dopolnil uporabljajo ter kateri so dejavniki, ki vplivajo na njihov nakup.

Zaključna strokovna naloga je sestavljena iz treh glavnih poglavij. V prvem je opredeljeno vedenje porabnikov, dejavniki, ki vplivajo na vedenje in odločanje, ter stopnje v procesu nakupnega odločanja. Drugo poglavje se nanaša na opredelitev prehranskih dopolnil, trg prehranskih dopolnil ter njihove porabnike. V tretjem poglavju natančneje opišem izvedbo raziskave, nakar predstavim ugotovitve. Sklepno poglavje je namenjeno zaključni misli.

1 PREHRANSKA DOPOLNILA

1.1 Opredelitev prehranskih dopolnil

Ena od opredelitev za prehranska dopolnila pravi, da so koncentriran vir hranil, ki so namenjena odpravljanju prehranske pomanjkljivosti in podpiranju delovanja specifičnih funkcij v telesu. Prehranska dopolnila niso registrirana kot zdravila, zato se ne morejo uporabljati za zdravljenje in preprečevanje bolezni (EFSA, 2021).

Druga opredelitev pa navaja, da so prehranska dopolnila živila, ki dopolnjujejo posameznikovo prehrano in izboljšujejo funkcije v telesu. So vir hranilnih snovi, mineralov, vitaminov in ostalih snovi s fiziološkimi učinki. Prehranska dopolnila najpogosteje najdemo v obliki kapsul, tablet, kot praške ali v stekleničkah, lahko pa tudi v ostalih farmacevtskih oblikah (Ministrstvo za zdravje, 2021).

Zaradi hitrega življenjskega sloga smo ljudje bolj nagnjeni k stresu, hitri prehrani in nerednim obrokom, kar pa privede do pomanjkanja vitaminov, mineralov in ostalih hranilnih snovi. Ravno zaradi vseh teh dejavnikov je priporočljivo, da ljudje uživajo prehranska dopolnila, saj imajo visoko hranilno vrednost in so bogat vir vitaminov in mineralov. Med prehranska dopolnila spadajo tudi različne aminokisline, encimi, probiotiki in prebiotiki, rastlinski izvlečki in ostale snovi s hranilnimi in fiziološkimi učinki (ABC zdravja, 2011).

Leta 2002 je bila v Evropski uniji sprejeta Direktiva o prehranskih dopolnilih 2002/46/ES (Ur. l. L 183), ki ureja področje prehranskih dopolnil. Glavna razloga za sprejetje direktive sta bila zagotavljanje varnosti porabnikov in dostopanje le do neškodljivih in kakovostnih prehranskih dopolnil. Prehranska dopolnila se lahko v promet dajejo samo, če so skladna z direktivo (Evropski parlament in Svet Evropske unije, 2002).

V Sloveniji prehranska dopolnila ureja Pravilnik o prehranskih dopolnilih (Ur. l. RS, 82/2003), ki temelji na Zakonu o zdravstveni ustreznosti živil. Prehranska dopolnila imajo v Sloveniji status živil, kar pomeni, da so varna, njihovo varnost pa ureja Zakon o zdravstveni ustreznosti živil. Za vsako prehransko dopolnilo velja, da mora biti na njem posebej označeno, da je to le dopolnilo in da ni nadomestilo za uravnoteženo in raznovrstno prehrano (ABC zdravja, 2011).

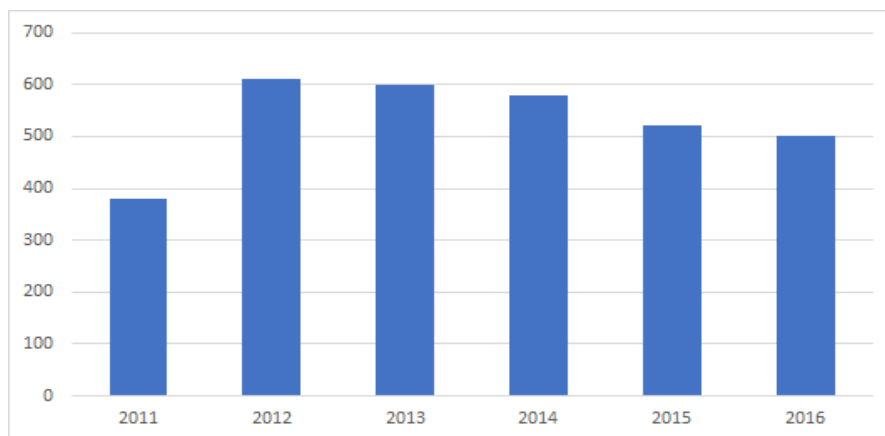
1.2 Trg prehranskih dopolnil

Globalni trg prehranskih dopolnil hitro raste, kar pa je vidno tudi na slovenskem trgu. Vodilni na trgu prehranskih dopolnil so Američani, na 7. mestu pa so države vzhodne Evrope (Pretehtajte.si, 2018).

Leta 2013 je bilo v Sloveniji registriranih okoli 6000 različnih prehranskih dopolnil, od katerih pa je bilo kar 30 % rastlinskih izdelkov, 18 % izdelkov z vsebnostjo mineralov, 14 % proteinov, sledijo pa jim še aminokisline, alge in sokovi (Cerar, 2016).

S slike 1 lahko razberemo, da je Slovenija med letoma 2011 in 2012 doživela velik razcvet na področju proizvajalcev prehranskih dopolnil. Vidimo, da je sicer po letu 2013 število proizvajalcev na slovenskem trgu začelo rahlo upadati, saj je bilo leta 2016 približno 100 proizvajalcev manj (Puc, 2016).

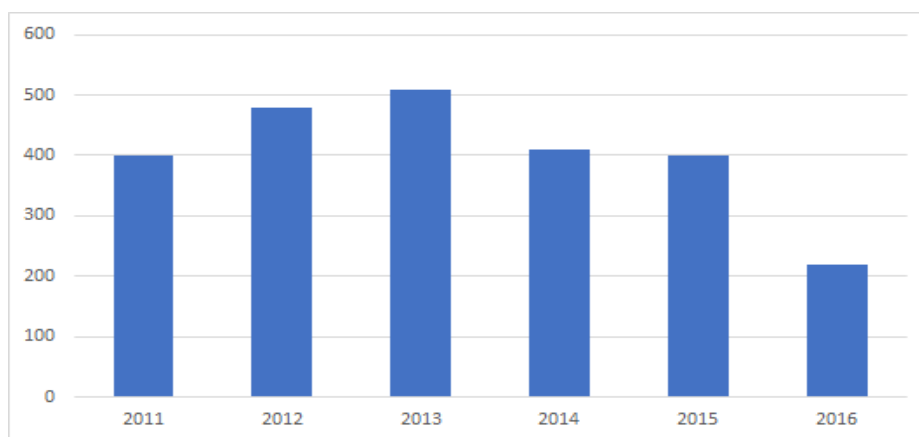
Slika 1: Število proizvajalcev prehranskih dopolnil



Vir: Puc (2016).

Tako kot število proizvajalcev se je zmanjšalo tudi število dobaviteljev prehranskih dopolnil v Sloveniji, kar je razvidno s slike 2. V primerjavi z letom 2013, ko je bilo število dobaviteljev najvišje, in sicer nekaj preko 500, je v letu 2016 na trgu ostalo le še nekaj preko 200 dobaviteljev. Strokovnjaki predvidevajo, da je za dinamiko kriva zmanjšana kupna moč prebivalstva (Puc, 2016).

Slika 2: Število dobaviteljev prehranskih dopolnil



Vir: Puc (2016).

Svetovni trg prehranskih dopolnil naj bi v prihodnjih letih doživel razcvet. Ker so podatki in raziskave za slovenski trg zelo omejeni, sem poiskala poročilo o prodaji prehranskih dopolnil po svetu. Raziskava Zion Market Research kaže, da so prehranska dopolnila iz leta v leto bolj priljubljena in trgu prehranskih dopolnil do leta 2028 napoveduje konstantno rast, kar lahko razberemo s priloge 1. Raziskava, ki je bila narejena na tem področju, je upoštevala

dejavnike in omejitve trga ter vključevala vplive in priložnosti na trgu prehranskih dopolnil (Zion, 2021).

Uvoz vitaminov na slovenski trg je leta 2019 predstavljal 15,2 milijona dolarjev, uvoz encimov pa 5,11 milijona dolarjev. Uvoz vitaminov in encimov je predstavljal 0,282 % vsega uvoza v Slovenijo v letu 2019. Slovenija je večja uvoznica kot izvoznica prehranskih dopolnil, v letu 2019 je izvozila za 8,75 milijona dolarjev vitaminov in za 1,07 milijona dolarjev encimov. Skupaj so encimi in vitamini v letu 2019 predstavljali 0,145 % vsega izvoza iz Slovenije (OEC, 2019).

Gospodarska zbornica Slovenije ugotavlja, da je epidemija Covid-19 bistveno vplivala na prodajo in povpraševanje po prehranskih dopolnilih. Ocenjujejo, da je najbolj narastla prodaja tistih prehranskih dopolnil, ki so kombinacija več različnih vitaminov, in tistih prehranskih dopolnil, ki krepijo imunski sistem. Da pa se je prodaja prehranskih dopolnil v zadnjih letih povečala, potrjujejo tudi zaposleni v lekarnah (Zgonik, 2022).

1.3 Porabniki prehranskih dopolnil

Doseganje zadostnega vnosa vitaminov in mineralov v telo postaja priljubljena in pomembna tema v zdravstvu v zadnjem desetletju. Pomanjkanje hranilnih snovi v telesu lahko vpliva na vsakogar, najbolj občutljive skupine pa so malčki, ženske in starejši. Večino pomanjkanj hranilnih snovi si posamezniki uravnavajo sami, z uživanjem prehranskih dopolnil ali snovi s fiziološkimi učinki (Gregorič in drugi, 2019).

S priloge 2 je razvidno, da je prehranska dopolnila v letu 2019 uživalo okoli 27 % starejših, 38 % odraslih ter okoli 30 % mladostnikov. V Sloveniji so prehranska dopolnila bolj priljubljena med ženskami, v primerjavi z moškimi, ter med tistimi prebivalci, ki imajo nadpovprečni prihodek, zelo pa na uživanje prehranskih dopolnil vpliva izobrazba posameznika (Gregorič in drugi, 2019).

Zdravniki svetujejo uživanje vitaminov A in D predvsem dojenčkom in malčkom. V Sloveniji namreč kar 91 % vseh dojenčkov in 83 % vseh malčkov uživa ravno ta dva vitamina v obliki prehranskega dopolnila. Raziskava kaže, da na uživanje prehranskih dopolnil pri malčkih in dojenčkih pomembno vpliva izobrazba matere (Gregorič in drugi, 2019).

Priloga 3 prikazuje, da v skupini odraslih in mladostnikov, ki so v letu 2019 uživali prehranska dopolnila, prevladujejo tisti, ki uživajo posamezne vitamine, teh je približno 70 %, od tega jih približno 47 % jemlje redno, torej več kot 3 mesece. Pripadniki te starostne skupine pogosto uživajo tudi posamezne minerale (malo manj kot 60 %), omega 3 (malo manj kot 40 %), multivitaminske napitke (malo več kot 50 %) in čebelje izdelke (malo več kot 30 %) (Gregorič in drugi, 2019).

Razlike v izbiri prehranskih dopolnil se kažejo tudi v spolu, in sicer moški pogosteje uživajo multivitaminske napitke ter beljakovinske pripravke kot ženske. Poleg spola na uživanje prehranskih dopolnil vpliva tudi starost, saj starejši v povprečju uživajo več vitaminov in mineralov kot mladostniki (Gregorič in drugi, 2019).

V času epidemije v Sloveniji je po navedbah NIJZ (2021) približno 37 % anketirancev povečalo ali pričelo z jemanjem prehranskih dopolnil, ki vplivajo na izboljšanje imunskega sistema. Največji delež te skupine pa predstavljajo starejši, stari med 65 in 74 let.

Na podlagi raziskave Univerze v Ljubljani je bilo ugotovljeno, da skoraj tri četrtine slovenskih mladostnikov vsaj občasno uživa prehranska dopolnila. Raziskava kaže, da kar 76 % mladostnikov, ki se ukvarjajo s športom, uživa prehranska dopolnila, 66 % pa je mladostnikov, ki se ne ukvarjajo s športom in vseeno uživajo prehranska dopolnila. Na podlagi te raziskave so ugotovili, da povezava s telesno dejavnostjo ne vpliva na jemanje prehranskih dopolnil pri mladostnikih. Pri mladostnikih so najbolj priljubljeni vitamini in minerali, sledijo pa beljakovinski pripravki (Inštitut za nutricionistiko, 2021).

2 NAKUPNO VEDENJE PORABNIKOV

V vlogi porabnika se znajdemo vsak dan oziroma celo večkrat na dan. Vsak dan sestavljata potrošnja in odločanje v zvezi z njo. Vsak dan si odgovorimo na številna rutinska vprašanja, kot sta na primer, kaj na oblečem ali kaj naj jem, s katerimi si oblikujemo dan, odgovori pa vplivajo tudi na našo uspešnost in življenje (Vida in drugi, 2010, str. 2). V sledečem poglavju bomo podrobneje spoznali vedenje porabnikov, odločanje, kateri so dejavniki, ki vplivajo na nakupno odločitev, ter stopnje v procesu nakupnega odločanja.

2.1 Opredelitev vedenja porabnikov

Na splošno lahko vedenje porabnikov opredelimo kot dinamičen proces, ki vključuje različne elemente, in kot področje sistematičnega proučevanja. Vedenje porabnikov najpogosteje opredelimo kot vedenje porabnikov pri iskanju, nakupu, uporabi in opustitvi izdelkov ali storitev. Za njih pričakujejo, da bodo zadovoljili njihove potrebe in želje (Vida in drugi, 2010, str. 3).

Vedenje porabnikov se ne osredotoča samo na dejanski nakup izdelka ali storitve, temveč se osredotoča na celoten proces, ki je sestavljen iz treh faz, in sicer prednakupnega vedenja, nakupa ter ponakupnega vedenja (Vida in drugi, 2010, str. 4).

Za lažje razumevanje vedenja porabnikov nam lahko pomagajo različne vede, kot so antropologija, trženje, sociologija, vedenjske vede in psihologija. Antropologija in trženje nam pomagata razumeti družbeno-ekonomske dejavnike, sociologija kulturo, s pomočjo vedenjskih ved lažje ločimo referenčne skupine, s pomočjo psihologije pa lažje razumemo posameznikove osebne lastnosti, ki so tesno povezane z željami in stališči, na podlagi katerih se posameznik odloči za nakup (Možina in drugi, 2012, str. 55-56).

Številne teorije, ki se ukvarjajo z vedenjem porabnikov, izhajajo iz domnev, da se porabniki odločajo racionalno in izberejo izdelke tako, da maksimizirajo svoje koristi. Novejše teorije pa se osredotočajo na to, da se porabniki odločajo tudi impulzivno in tako na nakupno vedenje ne vplivajo zgolj družina, prijatelji in oglaševalci, temveč tudi razpoloženje in čustva (Možina in drugi, 2012, str. 56).

Ameriško trženjsko združenje (angl. American Marketing Association, v nadaljevanju AMA) je največje strokovno združenje tržnikov, v katerem je več deset tisoč strokovnjakov s področja trženja. Združenje AMA vedenje porabnikov opredeljuje kot dinamičen proces med čustvi in vedenjem ter elementi iz okolja, s katerimi se vključujejo v menjalne procese. Poudarjajo, da vedenje porabnikov vključuje občutke, ki jih posamezniki doživljajo med procesom potrošnje. Prav tako poudarjajo tudi vidike okolja, ki kakorkoli vplivajo na razmišljanje ali občutke posameznikov (Vida in drugi, 2010, str. 5).

Podjetja, tržniki in organizacije morajo dobro razumeti, kaj izdelki in storitve pomenijo posameznikom oziroma porabnikom, ter poznati tudi ostale dejavnike, ki vplivajo na nakupno vedenje, potrošnjo in končni nakup. Tisti ponudniki, ki dobro poznajo in razumejo porabnikovo vedenje in poznajo vplive interakcij na porabnike ter tržne segmente, bodo lahko veliko učinkoviteje zadovoljili potrebe in želje porabnikov in si s tem zgradili konkurenčno prednost (Vida in drugi, 2010, str. 6).

2.2 Odločanje porabnikov

Nakupni proces lahko razumemo kot porabnikovo odločanje in reševanje problemov. Porabniki sprejemajo premišljene odločitve in izvajajo zavestna dejanja z namenom zadovoljevanja svojih potreb. Proces odločanja ima pri vedenju porabnikov zelo pomembno vlogo, saj rezultat odločanja privede do nakupa ali ne nakupa izdelka (Možina in drugi, 2012, str. 215).

V procesu odločanja se mora porabnik vsakodnevno odločati in sprejemati določene odločitve, na primer o nakupu, uporabi in o tem, kaj bo z izdelkom naredil po uporabi. Porabnik mora odgovoriti na vprašanja, kot so, ali naj izdelek kupi, kdaj naj izdelek kupi, kdaj naj izdelek uporabi, kako naj ga uporabi, ali naj izdelek po uporabi obdrži, zavrže ali podari. Za lažje razumevanje procesa odločanja porabnika se uporablja model odločanja, ki zajema elemente in prikazuje njihovo medsebojno povezanost (Možina in drugi, 2012, str. 216).

Proces odločanja se začne, ko porabnik zazna določeno pomanjkanje. Dražljaji, ki so posledica zaznanega pomanjkanja, povzročijo, da se začne miselni proces. Porabnik se zave potrebe in na podlagi zunanjih dejavnikov in stališč oblikuje svoje misli. Tako se začne strategija nakupa, preden se odloči, lahko poišče še dodatne informacije, nato pa opravi nakup. Ravno proces odločanja je tisti, katerega morajo tržniki s pozornostjo obravnavati,

saj je rezultat odločitve ravno nakup ali ne nakup izdelka (Možina in drugi, 2012, str. 215, 217). Prikaz poenostavljenega modela odločanja porabnikov najdete pod priložo 4.

2.3 Dejavniki, ki vplivajo na vedenje in odločanje

Zakaj porabniki v različnih situacijah ravna različno, je razlog vsakega posameznika in odločitev kupim ali ne kupim je posameznikova odločitev. Vse informacije, ki jih posameznik sprejema iz okolja, se oblikujejo v mnenje, na podlagi katerega potem porabnik sprejema odločitve (Možina in drugi, 2012, str. 213).

Na porabnikovo odločitev imajo velik vpliv individualne razlike, vplivi okolja in psihološki procesi, ki vplivajo na proces odločanja. V nadaljevanju bom predstavila vsako od naštetih skupin in opisala, kaj spada pod posamezno.

Individualne razlike. Prvo skupino individualnih razlik tvori pet vrst dejavnikov, natančneje opisanih v nadaljevanju (Možina in drugi, 2012, str. 214):

1. **Porabnikovi viri** - vsak posameznik ima svojo situacijo glede časa, denarja in sprejemanja ter obdelovanja informacij.
2. **Znanje** - znanje so vse informacije, ki so shranjene v spominu posameznika. Torej v primeru prehranskih dopolnil to pomeni, kako poglobljeno ima posameznik znanje na tem področju, ali samo ve, kaj so, ali točno pozna določena prehranska dopolnila in ve, čemu so namenjena. Pomembno je, da ponudniki dobro ocenijo, kakšno je znanje posameznikov njihove ciljne skupine, saj lahko tako bolj produktivno oglašujejo svoje izdelke in storitve.
3. **Stališča** - vsak posameznik si na podlagi izkušenj in informacij oblikuje različna stališča. Posameznik, ki ima slabo izkušnjo s prehranskimi dopolnili, bo imel čisto drugačna stališča kot tisti, ki imajo dobro ali pa zelo dobro izkušnjo z njimi.
4. **Motivacija** - motivacija je še posebej pomembna v začetni stopnji, ker zahteva posameznikovo aktivnost v procesu zadovoljevanja potreb. Če povežem motivacijo s prehranskimi dopolnili, se ta pokaže v fazi, ko na primer posameznik začuti slabše počutje, nato pa je iskanje rešitve (prehranskih dopolnil) odvisno od njegove motivacije.
5. **Osebnost, vrednote in življenjski stil** - to široko področje se razlikuje od posameznika do posameznika, pojasnjujejo pa ga psihografske raziskave. Oseba, ki živi v mestu, ima drugačen življenjski stil kot oseba, ki živi na vasi, to pa se lahko kaže tudi pri izbiri, v tem primeru, prehranskega dopolnila.

Vplivi okolja. Drugo skupino vplivov okolja tvori pet dejavnikov, ki so natančneje predstavljeni v nadaljevanju (Možina in drugi, 2012, str. 214):

1. **Kultura** - kultura zajema ideje, vrednote in druge simbole, ki članom družbe pomagajo pri sporazumevanju in razlaganju.

2. **Socialni sloj** - socialni sloj je del znotraj družbe, ki je sestavljen iz posameznikov s podobnimi vrednotami in interesi. Pogosto je povezan tudi s podobnimi oblikami vedenja in izdelki, ki jih uporabljajo predstavniki določenega socialnega sloja.

3. **Osební vpliv** - osebni vpliv je vpliv naših bližnjih na naše odločitve. Sem spadajo nasveti, predlogi in izpolnjevanje njihovih pričakovanj. Če njihove predloge aktivno iščemo in upoštevamo, ima to na nas že zelo velik vpliv in takrat oseba, ki svetuje, postane mnenjski vodja.

4. **Družina** - družina na naše odločitve pogosto vpliva, saj je pogosto primarna enota odločanja v primerih, ko odločitve sprejema cela družina. Zato je manj verjetno, da bo oseba, katere družina ne uživa prehranskih dopolnil, začela z uživanjem le-teh.

5. **Situacija** - kadar se spremenijo okoliščine, v katerih porabniki delujejo, se spremeni tudi njihovo vedenje, saj se morajo posamezniki prilagoditi spremembam.

Psihološki procesi. Tretjo skupino sestavljajo trije procesi, ki so natančneje predstavljeni v nadaljevanju (Možina in drugi, 2012, str. 214):

1. **Obdelovanje informacij** - osnova trženjskih dejavnosti je komuniciranje, zato je pomembno poznati, kako ljudje sprejemajo in obdelujejo trženjska sporočila. Če se navežem na moj primer, tržnikom bo šla prodaja prehranskih dopolnil posameznikom, ki so enostavni potrošniki, boljše oz. lažje kot prodaja posameznikom, ki so bolj zahtevni in drugače sprejemajo trženjska sporočila.

2. **Učenje** - učenje je v procesu vedenja porabnika zelo pomembno, če hoče kdorkoli vplivati na vedenje porabnika, mora najprej dobro razumeti proces učenja.

3. **Spreminjanje stališč in vedenja** - za trženje je spreminjanje stališč in vedenja pomemben cilj, saj če spremenijo stališče porabnikov, spremenijo tudi njihov način vedenja oziroma odločanja. Torej v primeru, da ima posameznik negativno izkušnjo s prehranskimi dopolnili in tržniku uspe spremeniti njegovo stališče, posledično spremeni tudi vedenje, zato je potem večja možnost, da se posameznik odloči za uporabo prehranskih dopolnil.

2.4 Stopnje v procesu nakupnega odločanja

Porabnikova odločitev za morebitni nakup je za tržnike zelo pomembna, saj močno vpliva na uspešnost trženjske strategije. Porabniki vsak dan sprejemamo številne različne odločitve na različnih področjih življenja. Proces odločanja se razlikuje glede na elemente določanja, zato obstaja precej različnih modelov, s katerimi želijo povzeti zapleteno dogajanje pri odločanju. Vseeno pa lahko proces nakupnega odločanja opredelimo s petimi različnimi stopnjami, ki si sledijo in sestavljajo generični model: prepoznavanje problema, iskanje informacij, vrednotenje različic, nakup in ponakupno vedenje (Vida in drugi, 2010, str. 196).

2.4.1 Prepoznavanje problema

Porabnik prepozna problem takrat, ko opazi neko očitno razliko med trenutnim in želenim stanjem, ta razlika pa se pokaže v treh možnih oblikah (Vida in drugi, 2010, str. 200):

1. med dejanskim in želenim stanjem **razlike ni**, porabnik je zadovoljen;
2. porabnikovo želeno stanje se dvigne in tako se pojavi **prepoznavanje priložnosti**;
3. porabnikovo dejansko stanje pade pod želeno, kar privede do **prepoznavanja potrebe**.

Kot primer prepoznavanja problema porabnika prehranskih dopolnil lahko vzamemo situacijo, ko se posameznik začne slabše počutiti in mu primanjkuje energije in tako začuti razliko med želenim in trenutnim stanjem. Ko posameznik začuti to razliko, se začne faza prepoznavanja problema (Vida in drugi, 2010, str. 200). Primer oglasa, ki pri posamezniku aktivira prepoznavanje problema, je viden v prilogi 5.

Iz oglasa zgoraj lahko razberemo, da nas sprašuje, če imamo prebavne težave. Vprašanje v oglasu nas spodbuja k razmišljanju in aktivira naše prepoznavanje problema. Če imamo res prebavne težave, nas ta oglas bolj pritegne, saj smo se v vprašanju prepoznali.

2.4.2 Iskanje informacij

Iskanje informacij je proces, s katerim porabnik pregleduje okolje, da pridobi potrebne podatke za pravo odločitev. Informacije lahko išče na tri načine (Vida in drugi, 2010, str. 201):

1. obsežno notranje in zunanje iskanje,
2. omejeno notranje iskanje,
3. zunanje ali samo notranje iskanje.

Problem najprej poskusimo rešiti z uporabo informacij na podlagi naših izkušenj, če si s tem pomagamo, potem pravimo, da je to notranje iskanje informacij. Če pa si s tem ne moremo pomagati, se osredotočimo na zunanje okolje. Temu pravimo zunanje iskanje, na katerega vplivajo individualne razlike in okolje (Možina in drugi, 2012, str. 218).

Porabnik išče primerne kriterije za rešitev njegovega problema. Ko najde nekaj različnih rešitev, na podlagi kriterijev preuči rezultat posamezne rešitve, nato pa se vpraša, ali lahko sprejme odločitev. Če na zastavljeno vprašanje odgovori z »DA«, lahko z iskanjem preneha, v nasprotnem primeru pa z iskanjem informacij nadaljuje (Vida in drugi, 2010, str. 202).

Na iskanje informacij vpliva veliko različnih dejavnikov, kot na primer značilnosti trga, značilnosti izdelka, lastnosti porabnika in značilnosti situacije. Najbolj pogosti dejavniki, ki imajo vpliv, so zaznano tveganje (stopnja izgube v primeru napačne odločitve), vpletenost ter poznavanje in strokovno znanje (Vida in drugi, 2010, str. 203).

Na splošno je iskanje informacij bolj obsežno takrat, kadar načrtujemo dražji in pomembnejši nakup. V tem primeru se moramo tudi kot potrošnik v določeno področje bolj

poglobiti in od nas se zahteva več truda in učenja kot pri enostavnejših nakupih (Možina in drugi, 2012, str. 219).

Primer iskanja informacij je situacija, ko oseba v prvi fazi ugotovi, da se slabše počuti in ji primanjkuje energije. Takrat se začne 2. faza, in sicer iskanje informacij. Oseba torej išče informacije na področju prehranskih dopolnil, se posvetuje z ostalimi in nato najde rešitev, na primer, uživati mora vitamin D3. Nacionalni inštitut zdravja je izpostavil najbolj pogosta vprašanja in odgovore, ki jih zastavljajo posamezniki, ki iščejo informacije o prehranskih dopolnilih. Eno izmed najbolj pogosto zastavljenih vprašanj je, na primer, “Kako vem, da potrebujem prehransko dopolnilo?” in podobno (National Institutes of Health, 2021).

Na univerzi v Johannesburgu so izvedli raziskavo na temo odnosov do prehranskih dopolnil odraslih, ki so uporabniki tamkajšnje telovadnice. Iz raziskave je razvidno, da 41 % vseh anketiranih pred uporabo prehranskih dopolnil vedno prebere informacije o hranilnih vrednostih ter o koristnih in stranskih učinkih. Razvidno je tudi, da je glavni vir iskanja informacij anketirancev internet (75 %), sledita pa mu iskanje informacij pri farmacevтиh (67 %) in v knjigah (66 %) (Mc Creanor, Coopoo & Gabriels, 2017). Tabela 1 prikazuje medij za iskanje informacij, število odgovorov ter odstotek strinjanja in nestrinjanja z uporabo medija.

Tabela 1: Mediji za iskanje informacij o prehranskih dopolnilih

Vir	Število odgovorov	Da (%)	Ne (%)
Internet	370	75	25
Farmacevти	371	67	33
Knjige	370	66	34
Osebni trener	372	59	41
Časopis	372	59	41

Vir: Mc Creanor, Coopoo & Gabriels (2017).

2.4.3 Vrednotenje različic

Naslednji korak je vrednotenje različic, kjer porabnik razvrsti določene kriterije in druge faze po pomembnosti. Vrednoti jih lahko na dva načina, in sicer po hevristici in po racionalnih pravilih odločanja (Vida in drugi, 2010, str. 203). Prikaz vrednotenja različic in postopek izbire najdete pod prilogo 6.

Hevristike predstavljajo poenostavljen način vrednotenja, ki razbremeni vsakdanje življenje in preračunavanje kriterijev potrošnikov. To so splošna pravila, ki so preprosta in specifična. Odločamo se lahko na podlagi cene ali pa naše priljubljene znamke. Znotraj hevristike

poznamo več različnih vrst, in sicer zanašanje na signal, tržna prepričanja in zanašanje na izvor blaga. Nasprotje hevristike pa so racionalna pravila odločanja, kjer si odgovarjamo na zahtevnejša in kompleksnejša vprašanja (Vida in drugi, 2010, str. 206).

Primer vrednotenja različic je situacija, ko oseba ugotovi, da ji primanjkuje vitamina D3 in takrat se začne faza vrednotenja različic, kjer si lahko pomaga s hevristiko, da se lažje odloči. Primerjamo med različnimi ponudniki vitamina D3 in se lahko odločimo, na primer, na podlagi cene.

2.4.4 Nakup

Ko smo izbrali in ocenili, katera je najboljša možnost, se moramo odločiti, ali bomo nakup opravili ali ne. Za lažjo odločitev potrošniki pogosto uporabljajo evaluativne kriterije, s katerimi lažje presodijo, katera možnost za njih prinaša največjo korist. Evaluativni kriteriji so lahko različne vrednosti izdelka, ki jih potrošnik lahko primerja (Možina in drugi, 2012, str. 221-222).

Za situacijo odločanja o prehranskih dopolnilih bi lahko dejali: ko smo v prejšnji fazi primerjali ponudnike vitamina D3, smo se tako odločili, da nam največ koristi prinese vitamin D3 proizvajalca Krka. V fazi nakupa se moramo odločiti, ali bomo vitamin D3 kupili ali ne.

2.4.5 Ponakupno vedenje

Ponakupno vedenje in uporaba sta tesno povezana. Porabniki ponavadi takoj po nakupu razmišljamo, če smo se odločili pravilno, takšne in podobne dvome imenujemo kognitivna disonanca oziroma spoznavno nesoglasje. To nesoglasje se pogosteje pojavlja ob nakupu dražjih izdelkov ali pri nakupu stvari, ki imajo za osebo poseben pomen. Takšna nesoglasja pa so tako ali drugače del procesa nakupnega odločanja, saj nakupne odločitve vedno zahtevajo določene kompromise (Vida in drugi, 2010, str. 219 in 220).

Po nakupu, ko izdelek uporabljamo, dobimo tudi ponakupne občutke, ki pa so povezani z zadovoljstvom izdelka. V grobem ločimo dve stanji, ki sta posledica primerjanja pričakovanj in delovanja izdelka, torej zadovoljstvo ali nezadovoljstvo. Zadovoljni kupci bodo najverjetneje izdelek pohvalili in ga priporočili tudi prijateljem in družini, medtem ko se bodo nezadovoljni kupci pritožili in negativno izkušnjo delili naprej (Vida in drugi, 2010, str. 221).

Pomemben del ponakupnega vedenja pa se nanaša tudi na opustitev izdelka. Pri opustitvi izdelka ima porabnik na voljo več različnih možnosti. Izdelek lahko obdrži, se ga znebi trajno ali pa se ga znebi le začasno. Odločitev, kako bo posameznik izdelek opustil, je odvisna od same vrednosti izdelka in tudi od emocionalne navezanosti posameznika (Vida in drugi, 2010, str. 232).

Ko smo v prejšnji fazi opravili nakup, sedaj vitamin D3 že uživamo. V zadnji fazi nakupnega odločanja dobimo ponakupne občutke, v našem primeru se počutimo bolje in imamo več energije, zato smo z nakupom zadovoljni. Ko porabimo vse vitamine v paketu, lahko embalažo zavržemo in tako zaključimo proces nakupnega odločanja.

3 EMPIRIČNA RAZISKAVA VEDENJA PORABNIKOV PRI NAKUPU PREHRANSKIH DOPOLNIL

3.1 Namen, cilji in hipoteze

Primarni namen empiričnega dela moje zaključne strokovne naloge je bolje razumeti, kaj vse vpliva na nakupno odločitev posameznikov pri nakupu prehranskih dopolnil, ter ugotoviti, zakaj se posamezniki odločijo za uporabo določenega prehranskega dopolnila.

Cilj empiričnega dela je pridobiti čim več informacij o porabnikih prehranskih dopolnil s pomočjo anketnega vprašalnika. Želim ugotoviti, ali so porabniki nagnjeni k specifični blagovni znamki prehranskih dopolnil in katera je na slovenskem trgu najbolj močna in zaželena. Eden od ciljev je tudi izvedeti, katero vrsto prehranskih dopolnil porabniki največ uživajo in med katero starostno skupino so najbolj priljubljena. Na koncu empiričnega dela se želim osredotočiti na zastavljene hipoteze ter jih z zbranimi podatki potrditi ali zavrniti.

V nadaljevanju podajam utemeljitve za raziskovalne hipoteze. Na podlagi podatkov NIJZ (Gregorič in drugi, 2019) lahko vidimo, da je v letu 2019 (pred pandemijo) prehranska dopolnila uživalo 27 % starejših, 38 % odraslih ter okoli 30 % mladostnikov. Raziskovalci Biotehniške fakultete Univerze v Ljubljani pa so prišli do ugotovitev, da kar 56 % mladih, starih med 19 in 22 let, redno uživa prehranska dopolnila (Viva, 2016). Oba navedena podatka torej izhajata iz časov pred pandemijo. V slovenskih lekarnah pa potrjujejo, da se je prodaja prehranskih dopolnil med pandemijo bistveno povečala (Zgonik, 2022). Skleпам, da bo odstotek tistih, ki uživajo prehranska dopolnila, vsaj 37 %, glede na to, da se je prodaja prehranskih dopolnil v Sloveniji po letu 2020 bistveno povečala. Zato predpostavljam:

Hipoteza 1: Vsaj 37 % porabnikov uživa prehranska dopolnila.

Na podlagi raziskave NIJZ (Gregorič in drugi, 2019) so ugotovili, da večina porabnikov prehranska dopolnila uživa 1 mesec ali več. Na podlagi tega težje predpostavljam, da prehranska dopolnila uživajo na tedenski ravni, vendar mislim, da tistim, ki jih uživajo, to postane ritual in jih zato uživajo vsaj enkrat na teden. Zato predpostavljam: **Hipoteza 2: Porabniki prehranska dopolnila večinoma uživajo vsaj enkrat tedensko.**

Raziskava Zveze potrošnikov Slovenije (2017) je pokazala, da na odločitev za nakup živil, poleg cene, najbolj vpliva vsebnost sestavin oziroma sestava izdelka. Kar 35 % anketirancev pravi, da se, poleg cene, odločijo tudi na podlagi sestavin, ki jih vsebuje artikel. Poleg tega

je kar 72 % anketirancev odgovorilo, da pred nakupom živila pogledajo vsebnost sestavin in hranilno tabelo. Na podlagi dobljenih rezultatov predpostavljam, da bodo ti kriteriji veljali tudi pri nakupu prehranskih dopolnil, saj ta spadajo med živila. Menim, da na nakup, poleg cene, najbolj vpliva vsebnost sestavin. Zato predpostavljam: **Hipoteza 3: Porabniki se strinjajo, da na izbiro prehranskega dopolnila najbolj vpliva vsebnost sestavin.**

Glede na hipotezo 1, ki sem jo postavila, lahko predvidevam, da velika večina tistih, ki jemljejo prehranska dopolnila, tudi priporoča uživanje prehranskih dopolnil. Med časom pandemije so prehranska dopolnila za dvig imunskega sistema močno priporočali tudi zdravniki (Janša, brez datuma), kar je iztočnica za hipotezo 4: **Hipoteza 4: Porabniki prehranskih dopolnil tudi drugim priporočajo uživanje prehranskih dopolnil.**

Na podlagi raziskave, ki so jo objavili na NIJZ (Gregorič in drugi 2019), lahko vidimo, da največ porabnikov, ki uživajo prehranska dopolnila, uživa ravno ta prehranska dopolnila, ki vsebujejo različne vitamine. Slabih 60 % ljudi, ki so sodelovali v raziskavi in ki uživajo prehranska dopolnila, uživa tiste z različnimi vitamini. Na podlagi te raziskave sklepam, da večina porabnikov uživa posamezne vitamine. Zato predpostavljam: **Hipoteza 5: Največ porabnikov uživa prehranska dopolnila, v katerih so razni vitamini.**

3.2 Metodologija

Za analizo porabnikovega nakupa prehranskih dopolnil sem uporabila kvantitativno metodo, metodo anketnega vprašalnika. Spletni anketni vprašalnik nudi kar nekaj prednosti, ene od teh so hitrost pridobivanja podatkov, manj pristranskosti pri odgovorih, je stroškovno bolj učinkovito, spletno anketiranje lahko izvedemo kadarkoli in kjerkoli in lažje zberemo večji vzorec. Tako kot prednosti ima spletni anketni vprašalnik tudi slabosti, kot sta preveliko pojavljanje neodgovorjenih vprašanj in omejitev pri zaprtih tipih vprašanj, kjer se lahko zgodi, da anketiranec obkroži odgovor "drugo", kar pa nam potem predstavlja težave pri analiziranju podatkov (Mahmutović, 2021).

Anketa je anonimna in sestavljena iz 12 vprašanj. Vprašanja so sestavljena iz različnih sklopov in na različne načine. Anketa vsebuje vprašanja tako odprtega kot zaprtega tipa, vprašanja so narejena v obliki ordinalne, intervalne ter nominalne lestvice, prav tako pa anketa vsebuje tudi nekaj demografskih vprašanj (anketa je v prilogi 7).

Vprašalnik je bil na internetu dostopen od 10. 8. 2022 do 17. 8. 2022, do njega pa so respondenti lahko dostopali preko povezave. Vprašalnik sem poslala prijateljem, družinskim članom, znancem in povezavo delila tudi na družbenih omrežjih. Vprašalnik je izpolnilo 123 oseb, pridobljene podatke pa sem analizirala s pomočjo grafičnih prikazov. Na podlagi pridobljenih podatkov lahko v nadaljevanju zaključne strokovne naloge svoje hipoteze potrdim ali zavrnem.

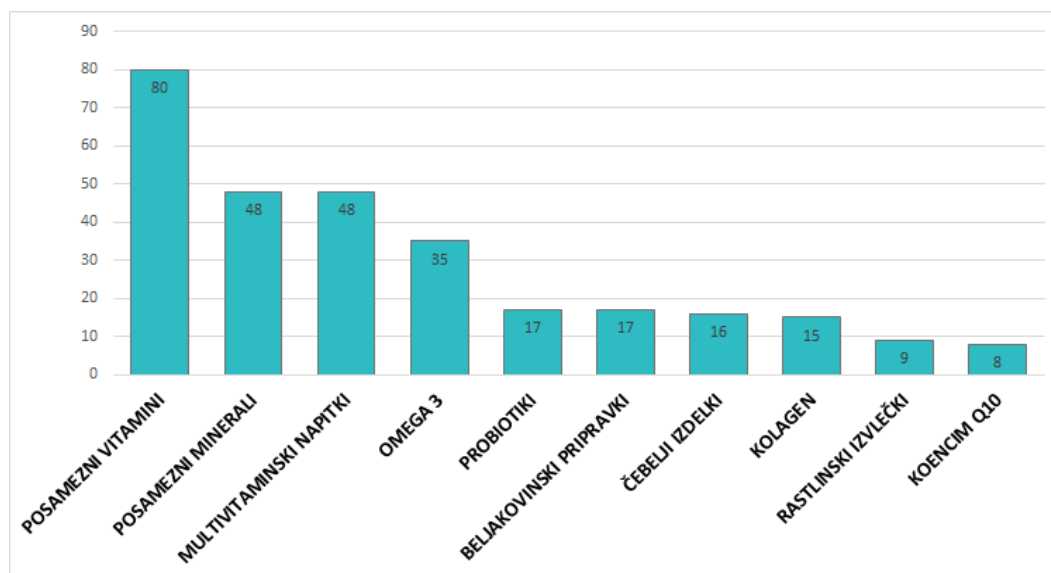
3.3 Analiza rezultatov raziskave

3.3.1 Opis vzorca in opisna statistika po vprašanjih

V nadaljevanju bom predstavila rezultate spletnega anketnega vprašalnika. Anketo je rešilo 123 anketirancev, od tega 43 moških (35 %) in 80 žensk (65 %). V večini so anketo rešili študentje (52 %), sodelovalo pa je tudi nekaj zaposlenih (23 %), dijakov (22 %) in upokojencev (4 %). Navedene podatke lahko najdete tudi v prilogah 18 in 19. Prvo vprašanje, ki sem ga zastavila anketirancem, je bilo, ali uživajo prehranska dopolnila. Kar 102 oz. 83 % vseh anketiranih je odgovorilo, da uživajo kakršnokoli obliko prehranskega dopolnila. 21 oz. 17 % anketirancev pa je odgovorilo, da prehranskih dopolnil ne uživajo, kar si lahko ogledate tudi v prilogi 8.

Naslednje vprašanje sem zastavila z namenom, da izvem, katera prehranska dopolnila uživajo. Anketiranci so lahko izbrali več možnih odgovorov, kar je razvidno s slike 7. Iz rezultatov lahko razberemo, da so daleč najbolj priljubljena prehranska dopolnila posamezni vitamini, ki jih uživa kar 80 oziroma 66 % anketirancev. Zelo pogosto uporabljeni so tudi posamezni minerali (48 oseb ali 39 %), multivitaminski napitki (48 oseb ali 39 %) in omega 3 (35 oseb ali 29 %). Med manj pogostimi prehranskimi dopolnili pa so še probiotiki (17 oseb ali 14 %), beljakovinski pripravki (17 oseb ali 14 %), čebelji izdelki (16 oseb ali 13 %), kolagen (15 oseb ali 12 %), rastlinski izvlečki (9 oseb ali 7 %) in koencim Q10 (8 oseb ali 6 %). Izpis rezultatov v tabeli si lahko ogledate v prilogi 9.

Slika 3: Vrste prehranskih dopolnil, ki jih uživajo anketiranci (število glasov)

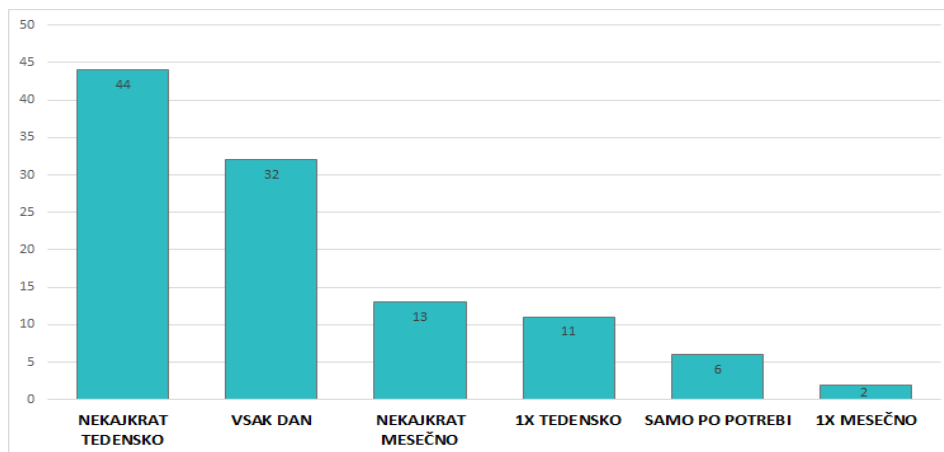


Vir: lastno delo.

Naslednje vprašanje se je nanašalo na to, kako pogosto anketiranci uživajo prehranska dopolnila, kar lahko vidite s slike 8 ali v prilogi 10. Večji del anketirancev prehranska

dopolnila uživa nekajkrat tedensko (44 oseb ali 36 %), nekaj pa jih uživa na dnevni ravni (32 oseb ali 26 %). Prehranska dopolnila enkrat tedensko uživa 9 % oziroma 13 anketirancev, nekajkrat mesečno 11 % oziroma 11, samo po potrebi pa 5 % oziroma 6 anketirancev.

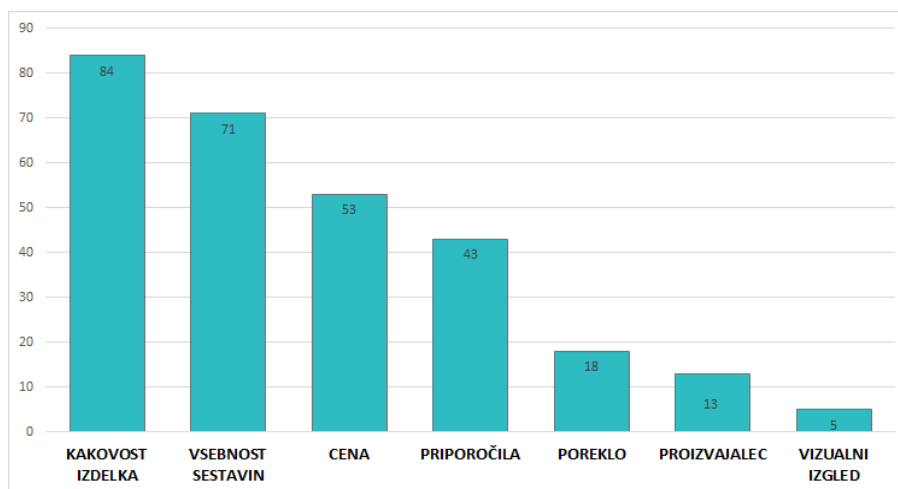
Slika 4: Pogostost uživanja prehranskih dopolnil anketirancev (število anketirancev)



Vir: lastno delo.

Kaj vpliva na njihovo nakupno odločitev, sem izvedela z naslednjim vprašanjem, rezultati so prikazani na sliki 9. Na nakupno odločitev izdelka ima največji vpliv kakovost izdelka (84 oseb ali 69 %), sledi vsebnost sestavin (71 oseb ali 59 %). Velik vpliv imata tudi cena (53 oseb ali 44 %) in priporočila (43 oseb ali 36 %). Manj na nakup izdelka vplivajo poreklo (18 oseb ali 15 %), proizvajalec (13 oseb ali 11 %) in vizualni izgled (5 oseb ali 4 %). Podrobnejši opis rezultatov si lahko ogledate v prilogi 11.

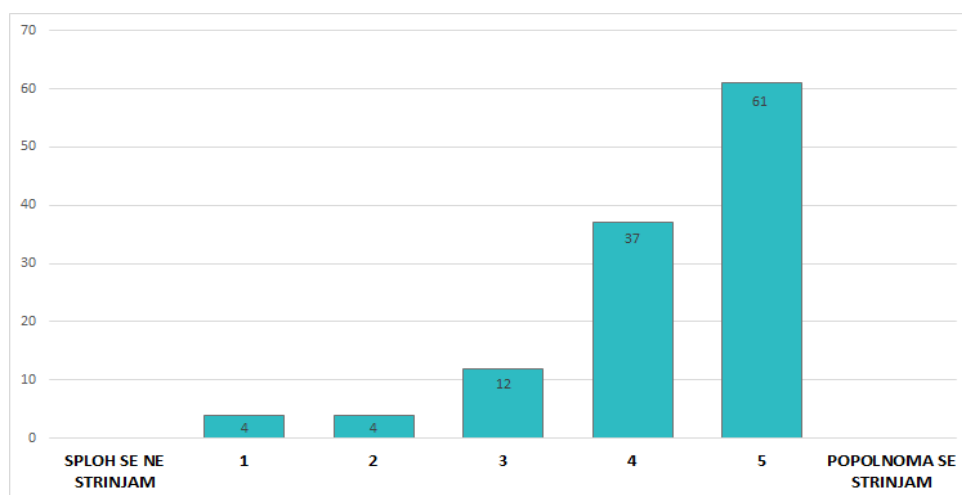
Slika 5: Vpliv na nakupno odločitev (število glasov)



Vir: lastno delo.

V naslednjem vprašanju sem anketirance prosila, da podajo stopnjo strinjanja s trditvijo »Na izbiro nakupa najbolj vpliva vsebnost sestavin prehranskega dopolnila«. Pri tem so uporabili lestvico od 1 (sploh se ne strinjam) do 5 (povsem se strinjam), kar lahko vidite na sliki 10. Povprečna vrednost strinjanja je znašala 4,2, standardni odklon pa je, glede na rezultate, 1,0. 61 anketirancev (52 %) se s trditvijo popolnoma strinja, s trditvijo se strinja 37 anketirancev (31 %), deloma se strinja, deloma ne strinja 12 anketirancev (10 %). Majhen delež pa predstavljajo tudi tisti, ki se s trditvijo ne strinjajo (4 anketiranci ali 3 %), 4 anketiranci (3 %) pa se s trditvijo sploh ne strinjajo. Rezultate v obliki tabele najdete v prilogi 12.

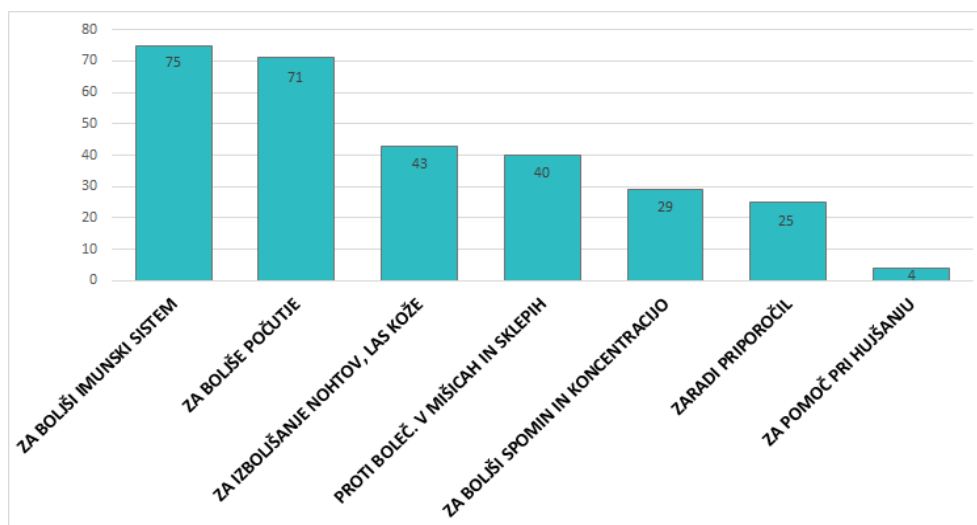
Slika 6: Strinjanje s trditvijo »Na izbiro nakupa najbolj vpliva vsebnost sestavin prehranskega dopolnila« (število anketirancev)



Vir: lastno delo.

Nadalje sem respondente prosila za odgovor na vprašanje, zakaj uživajo prehranska dopolnila. Pri tem so lahko izbrali več odgovorov, kar je razvidno s slike 11 ali v prilogi 13. Anketiranci se za uživanje prehranskih dopolnil v večini odločijo zato, da izboljšajo svoj imunski sistem (75 oseb ali 61 %) in počutje (71 oseb ali 58 %). Pogosta razloga za uživanje prehranskih dopolnil sta tudi želja po izboljšanju las, nohtov in kože (43 oseb ali 35 %) ter proti bolečinam v mišicah in sklepih (40 oseb ali 33 %). Nekateri prehranska dopolnila uživajo zaradi izboljšanja spomina in koncentracije (29 oseb ali 24 %), nekateri pa zgolj zaradi priporočil (25 oseb ali 20 %).

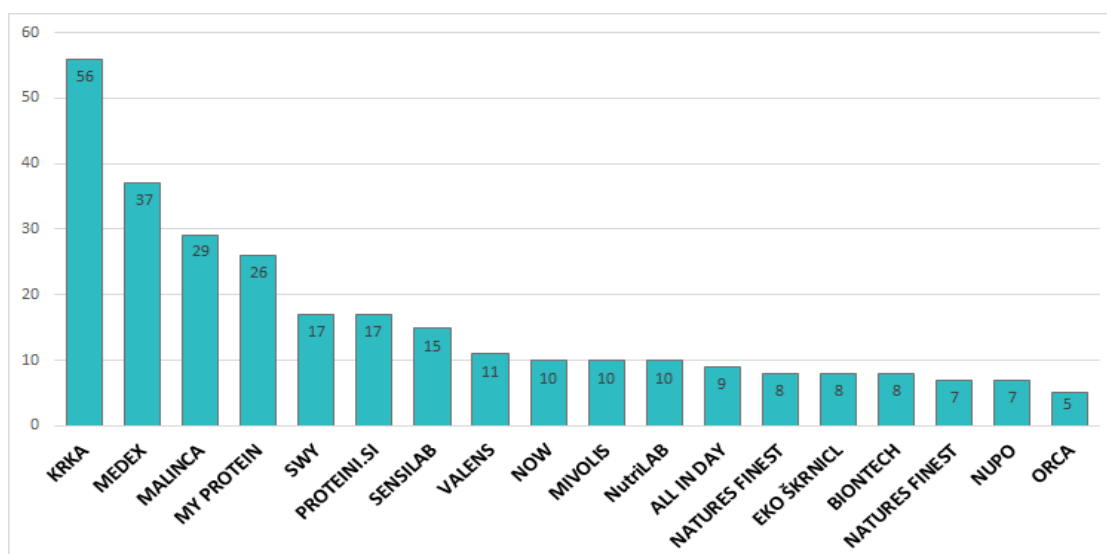
Slika 7: Razlogi za uživanje prehranskih dopolnil (število glasov)



Vir: lastno delo.

S pomočjo naslednjega vprašanja sem izvedela, kateri je najbolj priljubljen ponudnik prehranskih dopolnil med anketiranci. S slike 12 lahko vidimo, da je najbolj priljubljen ponudnik prehranskih dopolnil Krka (56 oseb ali 47 %), priljubljene pa so tudi znamke Medex (37 oseb ali 31 %), Malinca (29 oseb ali 24 %) in Myprotein (26 oseb ali 22 %). Malo manj priljubljene v mojem primeru, a vseeno poznane, so SWY (17 oseb ali 14 %), Proteini.si (17 oseb ali 14 %) in Sensilab (15 oseb ali 13 %). Sledijo tudi prehranska dopolnila znamke Valens (11 oseb 9 %), NOW (10 oseb 8 %), Mivolis (10 oseb 8 %), NutriLAB (10 oseb 8 %) in ostale. Izpis podatkov v tabeli se nahaja v prilogi 14.

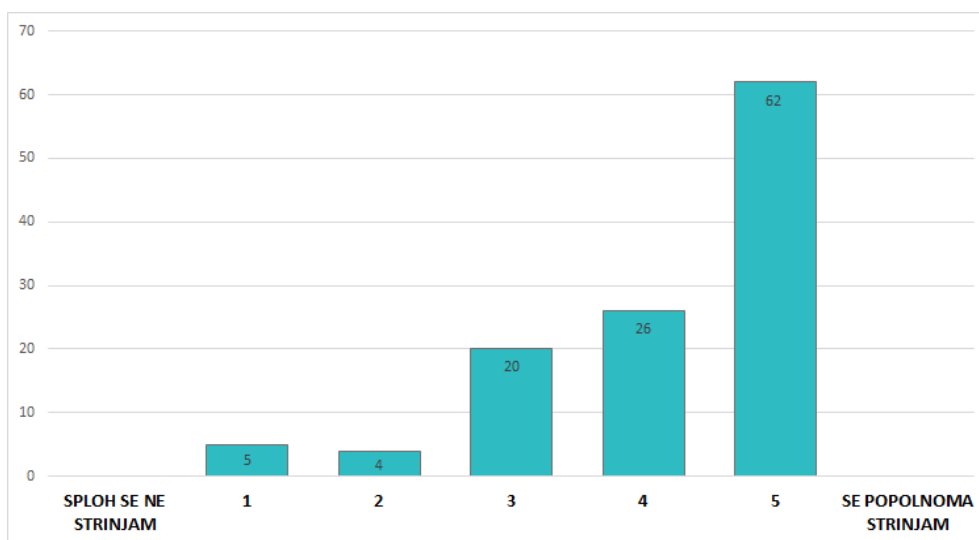
Slika 8: Priljubljenost ponudnikov prehranskih dopolnil (število glasov)



Vir: lastno delo.

Z naslednjim vprašanjem sem preverjala, do kakšne mere se respondenti strinjajo s trditvijo »Uživanje prehranskih dopolnil priporočam tudi ostalim«. Tudi to trditev so ocenjevali z lestvico od 1 (sploh se ne strinjam) do 5 (povsem se strinjam). Kot je razvidno s slike 13, veliko število ljudi priporoča uživanje prehranskih dopolnil. V povprečju se s trditvijo »Uživanje prehranskih dopolnil priporočam tudi ostalim« na lestvici od 1 do 5 strinjajo (aritmetična sredina je 4,2, standardni odklon pa 1,10). 62 anketirancev (53 %) se s trditvijo popolnoma strinja, stopnjo strinjanja 4 je obkrožilo 26 anketirancev (22 %), s trditvijo se deloma strinja, deloma ne 20 anketirancev (17 %). S trditvijo se ne strinjajo 4 anketiranci (3 %), 5 anketirancev (4 %) pa se s trditvijo sploh ne strinja. Rezultate si lahko ogledate tudi v prilogi 15.

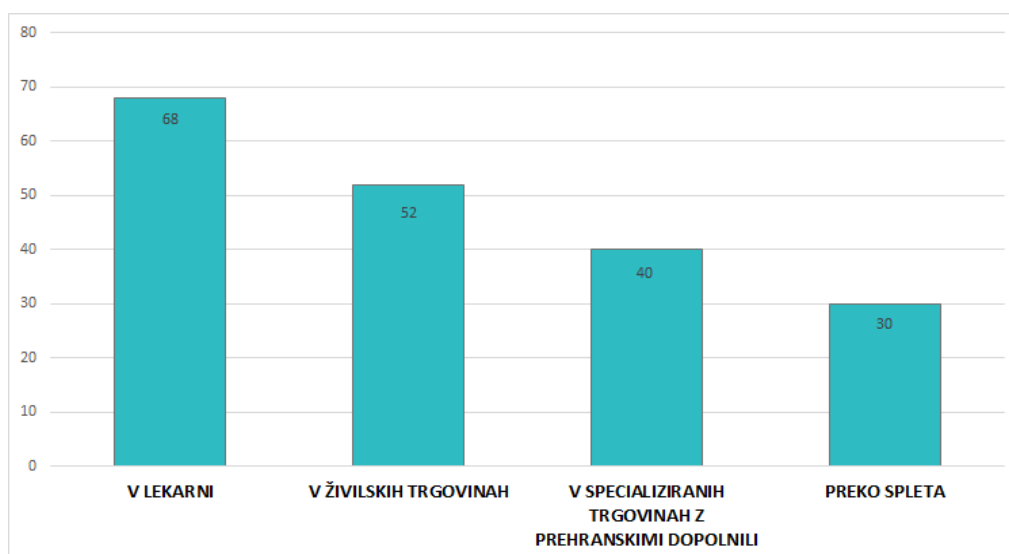
Slika 9: Strinjanje s trditvijo »Uživanje prehranskih dopolnil priporočam tudi ostalim« (število anketirancev)



Vir: lastno delo.

Zanimalo me je tudi, kje porabniki najpogosteje kupujejo prehranska dopolnila. Kot lahko vidimo s slike 14 ali priloge 16, anketiranci prehranska dopolnila najpogosteje kupujejo v lekarni (68 oseb ali 36 %), najmanj pogosto pa jih kupujejo preko spleta (30 oseb ali 16 %). V živilskih trgovinah prehranska dopolnila kupuje 52 oseb ali 27 % anketirancev, v specializiranih trgovinah pa 40 oseb ali 21 %.

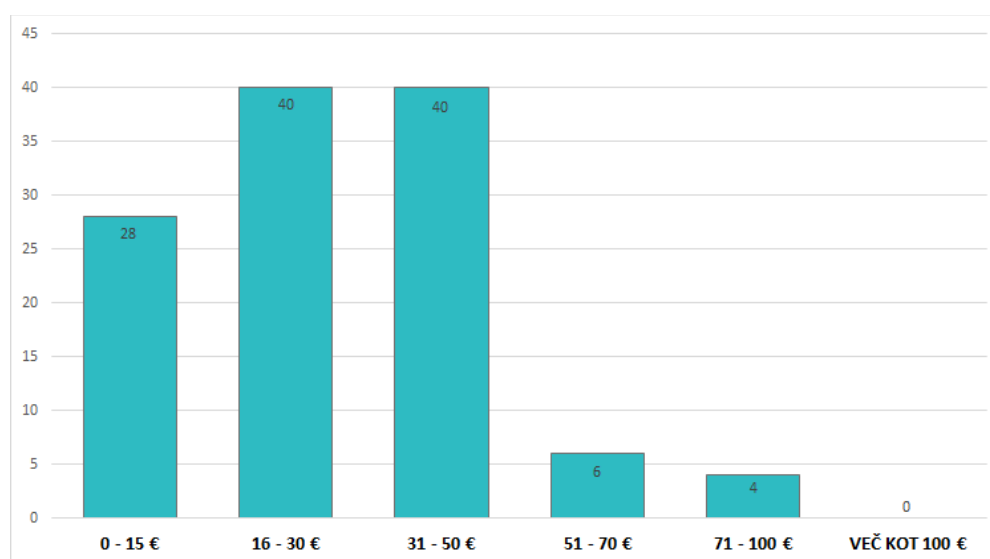
Slika 10: Mesto nakupa prehranskih dopolnil (število glasov)



Vir: lastno delo.

Z naslednjim vprašanjem sem ugotavljala, koliko denarja v povprečju za prehranska dopolnila zapravijo anketiranci. S slike 15 ali priloge 17 je razvidno, da največ anketirancev za prehranska dopolnila zapravi med 16 in 30 € (40 anketirancev oz. 33 %) oziroma med 31 in 50 € (40 anketirancev oz. 33 %). Na mesec do 15 € za prehranska dopolnila porabi 28 oseb (24 %), med 51 in 70 € 6 anketirancev (5 %), 4 anketiranci (3 %) pa na mesec za prehranska dopolnila porabijo med 71 in 100 €. Povprečna vrednost je 2,3, kar pomeni, da anketiranci v povprečju na mesec za prehranska dopolnila namenijo nekje med 25 in 30 €. Standardni odklon znaša 1,0.

Slika 11: Povprečni mesečni znesek nakupa prehranskih dopolnil (število anketirancev)



Vir: lastno delo.

3.3.2 Preverjanje hipotez

V prilogi 20 se nahaja tabela, ki mi je v nadaljevanju pomagala pri preverjanju hipotez.

Hipoteza 1: Vsaj 37 % porabnikov uživa prehranska dopolnila. Pri prvi hipotezi sem predpostavila, da vsaj 37 % porabnikov uživa prehranska dopolnila. Hipotezo 1 sem preverjala s prvim vprašanjem, ki je bilo "Ali uživajte prehranska dopolnila?". Kar 101 oziroma 82 % anketirancev je odgovorilo, da uživajo prehranska dopolnila, le 20 oziroma 16 % pa je tistih, ki prehranskih dopolnil ne uživajo.

Za preverjanje hipoteze sem uporabila Z-preizkus za delež. Ničelno domnevo, ki je bila $H_0: \mu \leq 0,36$, lahko zavrnemo in tako potrdimo alternativno domnevo, $H_1: \mu \geq 0,37$, saj je vrednost $\mu = 0,82$. Tako hipotezo 1, da vsaj 37 % porabnikov uživa prehranska dopolnila, potrdimo.

Hipoteza 2: Porabniki prehranska dopolnila večinoma uživajo vsaj enkrat tedensko. Pri drugi hipotezi sem predpostavila, da porabniki prehranska dopolnila uživajo vsaj enkrat tedensko. To hipotezo sem preverjala s tretjim vprašanjem v anketi, ki je bilo "Kako pogosto uživajte prehranska dopolnila?". Iz analize je razvidno, da 9 % oziroma 13 anketirancev tedensko uživa dopolnila, 44 oseb ali 36 % prehranska dopolnila uživa nekajkrat na teden, 32 oseb oziroma 26 % pa jih uživa vsak dan. Skupaj je torej 71 % oseb, ki prehranska dopolnila uživajo vsaj enkrat tedensko.

Za preverjanje hipoteze sem uporabila Z-preizkus za delež. Ničelno domnevo, ki je bila $H_0: \mu < 50 \%$, lahko zavrnemo in tako potrdimo alternativno domnevo, $H_1: \mu \geq 50 \%$, saj je vrednost $\mu = 71 \%$. Tako hipotezo 2, da porabniki prehranska dopolnila uživajo vsaj enkrat na teden, potrdimo.

Hipoteza 3: Porabniki se strinjajo, da na izbiro prehranskega dopolnila najbolj vpliva vsebnost sestavin. Pri tretji hipotezi sem predpostavila, da pri porabnikih na izbiro prehranskega dopolnila najbolj vpliva vsebnost sestavin. To hipotezo sem preverjala s 5. vprašanjem, ki je bilo zastavljeno v obliki intervalne lestvice. Na lestvici od 1 do 5 so se s trditvijo "Na izbiro nakupa najbolj vpliva vsebnost sestavin prehranskega dopolnila" v povprečju strinjali s 4,2.

Za preverjanje hipoteze sem uporabila T-preizkus. Ničelno domnevo, ki je bila $H_0: \mu \leq 3$, lahko zavrnemo in potrdimo alternativno domnevo, $H_1: \mu > 3$, saj je vrednost $\mu = 4,2$. Hipotezo 3 lahko sprejmemo in potrdimo, da se porabniki strinjajo, da na izbiro prehranskega dopolnila najbolj vpliva vsebnost sestavin.

Hipoteza 4: Porabniki prehranskih dopolnil tudi drugim priporočajo uživanje prehranskih dopolnil. Pri četrti hipotezi sem predpostavila, da porabniki prehranskih dopolnil tudi drugim priporočajo uživanje prehranskih dopolnil. Pri tem sem si pomagala z

vprašanjem št. 8, ki je bilo zastavljeno v obliki intervalne lestvice. Ker me zanimajo le odgovori porabnikov prehranskih dopolnil, sem uporabila odgovore podvzorca 102 anketirancev, ki so porabniki prehranskih dopolnil. Na lestvici od 1 do 5 se s trditvijo "Uživanje prehranskih dopolnil priporočam tudi ostalim" v povprečju strinjajo z aritmetično sredino 4,3.

Za preverjanje hipoteze sem uporabila T-preizkus. Ničelno domnevo, ki je bila $H_0: \mu \leq 3$, lahko zavrnamo in potrdimo alternativno domnevo, $H_1: \mu > 3$, saj je vrednost $\mu = 4,3$. Hipotezo 4 lahko sprejmemo in potrdimo, da porabniki tudi drugim priporočajo uživanje prehranskih dopolnil.

Hipoteza 5: Največ porabnikov uživa prehranska dopolnila, v katerih so razni vitamini. Pri peti hipotezi sem predpostavila, da največ porabnikov prehranskih dopolnil uživa tista prehranska dopolnila, v katerih so razni vitamini, pomagala pa sem si z vprašanjem 2, ki je bilo "Katera prehranska dopolnila uživate?". Možno je bilo obkrožiti več odgovorov, največ, kar 80 oseb oziroma 66 %, pa jih je obkrožilo ravno razne vitamine.

Od enajstih različnih prehranskih dopolnil je največ odgovorov (66 %) prejelo prehransko dopolnilo z različnimi vitamini, zato lahko potrdimo hipotezo 5 in sprejmemo sklep, da največ porabnikov uživa ravno tista prehranska dopolnila, v katerih so razni vitamini.

3.4 Interpretacija ugotovitev

S pomočjo anketnega vprašalnika sem prišla do številnih zanimivih ugotovitev. Iz vzorca 123 ljudi vidimo, da jih kar 102 oz. 83 % uživa prehranska dopolnila. Med porabniki prehranskih dopolnil so daleč najbolj priljubljeni posamezni vitamini, saj jih uživa kar 66 % vseh anketirancev. Poleg vitaminov so priljubljeni tudi posamezni minerali in vitaminski napitki, oboje uživa 39 % anketirancev. Ugotovila sem tudi, da so najbolj priljubljena prehranska dopolnila znamke Krka, ta uživa kar 47 % anketirancev. Porabniki prehranskih dopolnil v povprečju za prehranska dopolnila zapravijo med 25 in 30 €, najbolj pogosto pa prehranska dopolnila kupujejo v lekarnah. Porabniki prehranska dopolnila v večini uživajo z namenom izboljšanja imunskega sistema in počutja. V večini pa se za točno določeno prehransko dopolnilo odločijo na podlagi kakovosti izdelka in njegove vsebnosti sestavin.

Pred začetkom raziskave sem postavila prvo hipotezo, ki je bila, da vsaj 37 % porabnikov uživa prehranska dopolnila, ki pa sem jo na koncu raziskave tudi potrdila. Hipotezo sem postavila na podlagi raziskave NIJZ (Gregorič in drugi 2019), ki je pokazala, da je prehranska dopolnila še pred začetkom pandemije uživalo 27 % starejših, 38 % odraslih ter okoli 30 % mladostnikov. Vendar pa v slovenskih lekarnah potrjujejo, da se je prodaja prehranskih dopolnil med pandemijo še povečala (Zgonik, 2022), kar se sklada tudi z mojo ugotovitvijo.

Tudi drugo hipotezo, »Porabniki prehranska dopolnila večinoma uživajo vsaj enkrat tedensko«, sem postavila na podlagi raziskave NIJZ (Gregorič in drugi 2019), kjer so ugotovili, da porabniki večinoma prehranska dopolnila uživajo vsaj enkrat na mesec. Pomagala pa sem si tudi s podatkom iz slovenskih lekarn, ki sem ga omenila zgoraj. Navedeno hipotezo sem potrdila, saj kar 71 % porabnikov uporablja dopolnila vsaj enkrat tedensko.

Tretjo hipotezo, »Porabniki se strinjajo, da na izbiro prehranskega dopolnila najbolj vpliva vsebnost sestavin«, sem postavila na podlagi raziskave Zveza potrošnikov Slovenije (2017), ki je pokazala ravno to, da porabniki poleg cene veliko pozornost namenijo vsebnosti sestavin. Tudi ta raziskava me je vodila do postavitve hipoteze, ki sem jo v raziskavi tudi potrdila.

Ena od iztočnic za postavitev hipoteze 4, »Porabniki prehranskih dopolnil tudi drugim priporočajo uživanje prehranskih dopolnil«, je bil tudi članek Janše (brez datuma), ki pravi, da zdravniki priporočajo jemanje prehranskih dopolnil. Porabniki v moji raziskavi so se precej močno strinjali s trditvijo, da uživanje prehranskih dopolnil priporočajo tudi drugim.

Na podlagi raziskave NIJZ (Gregorič in drugi 2019) sem postavila tudi zadnjo hipotezo, »Največ porabnikov uživa prehranska dopolnila, v katerih so razni vitamini«, iz katere je razvidno, da slabih 60 % ljudi uživa prehranska dopolnila z raznimi vitamini. Raziskava me je zopet pripeljala do potrditve postavljene hipoteze.

Na podlagi rezultatov anketnega vprašalnika, ki so ga večinoma rešili študentje, lahko potrdim vseh 5 hipotez in posledično sprejemem sklep, da se je z literaturo v večini vse skladalo. Na podlagi uporabljene literature sem postavila pravilne hipoteze, zato lahko sklepam, da obravnavana literatura velja tudi v praksi.

SKLEP

Prehranska dopolnila so v zadnjih letih doživela razcvet in so danes skoraj nujen dodatek k prehrani. Uživajo jih tako otroci kot tudi starejši. Zaradi hitrega tempa življenja nam lahko kakšen obrok hitro uide, stres pa se kopiči, to pa lahko privede do pomanjkanja vitaminov, mineralov in ostalih pomembnih snovi za telo. Prehranska dopolnila nam pomagajo v telo vnesti dovolj hranilnih snovi, vendar pa se moramo zavedati, da prehranska dopolnila niso nadomestilo za uravnoteženo prehrano. Poleg hitrega tempa je povpraševanje po prehranskih dopolnilih pospešila tudi epidemija, zaradi katere zdravniki toliko bolj priporočajo uživanje prehranskih dopolnil (Bodizdrav.si, 2014).

V zaključni strokovni nalogi sem teoretično in empirično raziskovala vedenje porabnikov pri nakupu prehranskih dopolnil. V empirični raziskavi me je presenetilo, kako velik delež anketirancev uživa prehranska dopolnila. Od 123 anketirancev jih prehranska dopolnila uživa kar 88 % oz. 102. Najbolj priljubljena prehranska dopolnila pa so tista, ki vsebujejo posamezne vitamine.

Ugotovila sem tudi, kaj je tisto, kar posameznike na zasičenem trgu prepriča, da vzamejo ravno določeno prehransko dopolnilo. Najpogosteje se odločijo na podlagi kakovosti izdelka ter vsebnosti sestavin. Porabniki v večini uživajo prehranska dopolnila za izboljšanje imunskega sistema in izboljšanje počutja.

Na podlagi rezultatov ankete lahko oblikujem tipičnega porabnika prehranskih dopolnil, in sicer po njegovih navadah in vedenju. Naš tipični porabnik uživa prehranska dopolnila, v katerih so posamezni vitamini, nekajkrat tedensko. Mesečno za njih zapravi okoli 25 €, kupuje pa jih v lekarnah. Glavna razloga za uživanje prehranskih dopolnil sta izboljšanje imunskega sistema in počutja. Za točno določeno prehransko dopolnilo se odloči na podlagi kakovosti izdelka in vsebnosti sestavin v njem. Tipični porabnik uživanje prehranskih dopolnil priporoča tudi ostalim.

Tematika moje zaključne strokovne naloge je zanimiva tudi za podjetja, ki se ukvarjajo s to panogo, saj je razumevanje porabnikov eden ključnih pogojev za uspeh. S pomočjo ankete sem ugotovila, da so porabniki najbolj pozorni na kakovost izdelka in vsebnost sestavin, zato podjetjem predlagam, da pri oglaševanju prehranskih dopolnil poudarek namenijo tudi sestavinam, ki jih vsebujejo njihova prehranska dopolnila. Rezultati mojega spletnega vprašalnika so pokazali tudi, da porabniki v največjem številu uživajo prehranska dopolnila z raznimi vitamini in minerali, zato bi podjetja poudarek pri oglaševanju namenila prehranskim dopolnilom te vrste. Ena izmed pomembnejših stvari, ki sem jih izvedela tekom pisanja zaključne strokovne naloge, je tudi ta, da porabniki iščejo informacije o prehranskih dopolnilih, zato bi podjetjem svetovala, da organizirajo kakšne dogodke in izobraževalne seminarje, kjer bi širili znanje in odgovarjali na vprašanja, na katera naletijo porabniki. Iz raziskave v Johannesburgu je razvidno, da porabniki največ informacij o prehranskih dopolnilih iščejo na internetu, zato bi lahko spletne trgovine s prehranskimi dopolnili na svojo stran naložile kakšne video pogovore s strokovnjaki ali bloge s področja prehranskih dopolnil, kar bi v porabnikih povečalo zaupanje in zanimanje. Iz rezultatov ankete, ki sem jo pripravila, je razvidno, da porabniki prehranska dopolnila najpogosteje kupujejo v lekarnah. Na podlagi tega podatka bi podjetjem priporočila, da se povežejo s slovenskimi lekarnami in se dogovorijo za prodajo izbranih prehranskih dopolnil.

Tekom pisanja zaključne strokovne naloge sem naletela tudi na različne omejitve, kot je na primer manjši obseg literature. Ker sem se fokusirala na slovenski trg, je bila literatura precej omejena, saj je za slovenski trg narejenih malo raziskav o prehranskih dopolnilih in porabnikih. Druga pomembna omejitev je tudi priložnostni vzorec, ki ne omogoča posploševanja ugotovitev na širšo populacijo. Izziv predstavljajo tudi manjkajoči odgovori, saj vsi, ki so začeli reševati, niso odgovorili na vsa vprašanja. Kljub omejitvam menim, da predstavlja moja zaključna naloga dodaten vpogled v slovenske porabnike z vidika potrošnje prehranskih dopolnil.

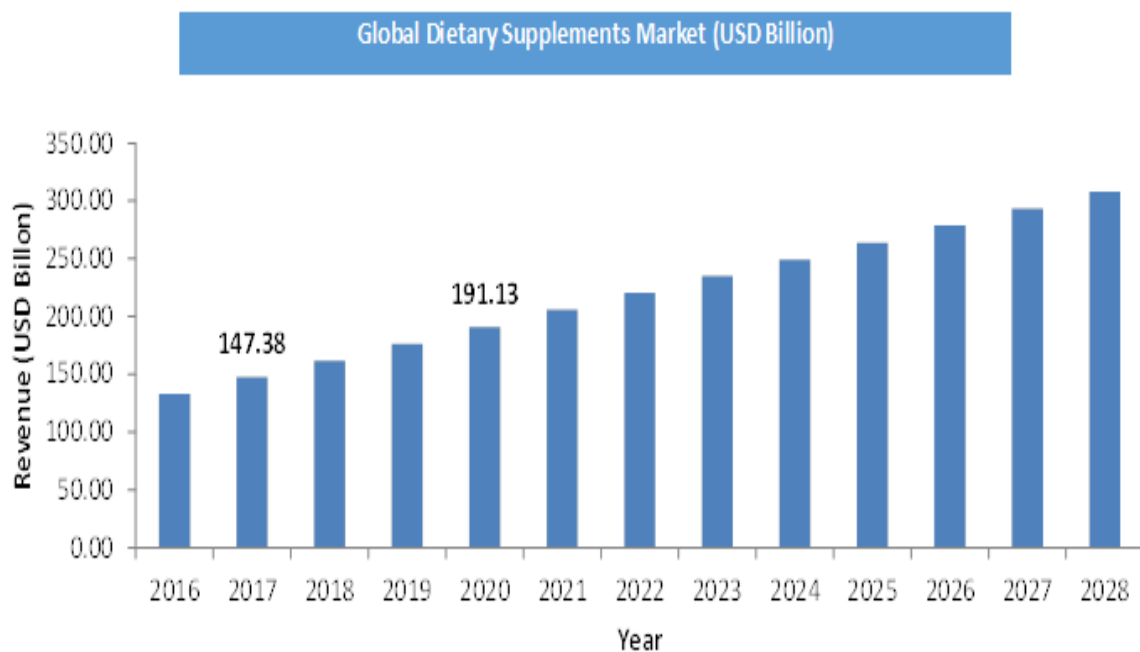
LITERATURA IN VIRI

1. ABC zdravja. (2011, 26. aprila). *Prehranska dopolnila*. Pridobljeno 6. februarja 2022 iz <https://www.abczdravja.si/hrana/prehranska-dopolnila/>
2. Bodizdrav.si. (2014, 24. septembra). *Prehranska dopolnila*. Pridobljeno 14. marca 2022 iz <https://bodizdrav.si/prehranska-dopolnila/>
3. Cerar, G. (2016, 9. februar). *Prehranska dopolnila uporabljajo tisti, ki jih večinoma ne potrebujejo*. Pridobljeno 7. februarja 2022 iz <https://www.rtvsllo.si/zdravje/novice/prehranska-dopolnila-uporabljajo-tisti-ki-jih-vecinoma-ne-potrebujejo/385420>
4. European food safety authority – EFSA. (2021). *Food supplements*. Pridobljeno 6. februarja 2022 iz <https://www.efsa.europa.eu/en/topics/topic/food-supplements#:~:text=Food%20supplements%20are%20concentrated%20sources,%2C%20li>
5. Evropski parlament in Svet evropske unije. (2002). *Direktiva 2002/46/ES Evropskega parlamenta in Sveta z dne 10. junija 2002 o približevanju zakonodaj držav članic o prehranskih dopolnilih*. Uradni list L 183. Luxembourg: Evropski parlament in Svet Evropske unije.
6. Gregorič, M., Blaznik, U., Fajdiga Turk, V., Delfar, N., Korošec, A., Lavtar, D., Zaletel, M., Koroušić Seljak, B., Golja, P., Zdešar Kotnik, K., Robič Pikel, T., Pravst, I., Fidler Mis, N., Kostanjevec, S., Pajnkihar, M., Poklar Vatovec, T. & Hočevvar Grom A. (2019). *Različni vidiki prehranjevanja prebivalcev Slovenije v starosti do 3 mesecev do 74 let*. Ljubljana: NIJZ.
7. Inštitut za nutricionistiko. (2021, 29. oktober). *Uporaba prehranskih dopolnil pri mladostnikih*. Pridobljeno 22. februarja 2022 iz <https://www.prehrana.si/clanek/309-uporaba-prehranskih-dopolnil-pri-mladostnikih>
8. Janša, R. (brez datuma). *Zakaj so pomembna prehranska dopolnila in kakšno vlogo imajo probiotiki*. Pridobljeno 24. avgusta 2022 iz <https://www.vzajemna.si/varuj-zdravje/nasveti/nasvet/zakaj-so-pomembna-prehranska-dopolnila-in-kaksno-vlogo-imajo-probiotiki>
9. Kos Koklič, M. & Vida, I. (2008). Strateško nakupno vedenje: vedenje porabnikov v primeru nakupa hiše. *Teorija in praksa*, 45(5), 535-551.
10. Mahmutović, J. (2021, 26. maj). *14 Advantages of Online Surveys (and 4 Disadvantages)*. Pridobljeno 24. avgusta 2022 iz <https://www.surveylegend.com/online-survey/advantages-of-online-surveys/>
11. Mc Creanor, X., Coopoo, Y. & Gabriels, G. (2017). Attitudes towards nutritional supplement use amongst adult gymnasium users in Johannesburg North. *South African Journal of Sports Medicine*, 29(1).
12. Ministrstvo za zdravje. (2022, 12. avgust). *Prehranska dopolnila*. Pridobljeno 7. februarja 2022 iz <https://www.gov.si teme/nov-tema-200220105131/>

13. National Institutes of Health. (2021). *Frequently Asked Questions*. Pridobljeno 30. novembra 2022 iz https://www.ods.od.nih.gov/HealthInformation/ODS_Frequently_Asked_Questions.aspx
14. Nacionalni inštitut za javno zdravje - NIJZ. (2021, 15. oktober). *Svetovni dan hrane 2021 – Prehrana v času pandemije*. Pridobljeno 22. februarja 2022 iz <https://www.nijz.si/sl/svetovni-dan-hrane-2021-prehrana-v-casu-pandemije>
15. Observatory of Economic Complexity – OEC. (2019). *What does Slovenia export*. Pridobljeno 7. februarja 2022 iz https://oec.world/en/visualize/tree_map/hs92/export/svn/all/show/2019/
16. Pretehtajte.si. (2018). *Raziskave prehranskih dopolnil*. Pridobljeno 6. februarja 2022 iz <https://pretehtajte.si/raziskave-prehranskih-dopolnil/>
17. Puc, M. (2016). *Pravi izzivi trženja prehranskih dopolnil v letu 2016*. Ljubljana: Covirias.
18. Možina, S., Zupančič, V. & Štefančič Pavlovič, T. (2002). *Vedenje potrošnikov*. Portorož: Visoka strokovna šola za podjetništvo Portorož.
19. Možina, S., Tavčar, M. & Zupančič, V. (2012). *Vedenje potrošnikov in tržnikov*. Maribor: Založba Pivec.
20. Vida, I., Kos Koklič, M., Bajde, D., Kolar, T., Čater, B. & Damjan, J. (2010). *Vedenje porabnikov*. Ljubljana: Ekonomska fakulteta v Ljubljani
21. Vita BAROS. (2021, 3. april). *Slaba prebava – zaprtje, napihnjenost...* Pridobljeno 24. marca 2023 iz <https://vitabaros.si/slaba-prebava/>
22. Viva. (2016, 19. april). *Povprašali smo strokovnjakinjo: prehranska dopolnila niso zdravila!* Pridobljeno 24. avgusta 2022 iz <https://viva.finance.si/8991670/Povprasali-smo-strokovnjakinjo-Prehranska-dopolnila-niso-zdravila>
23. Zgonik, S. (2022, 6. februar). *Prehranska dopolnila so »zajahala« epidemijo*. Pridobljeno 12. marca 2022 iz <https://n1info.si/poglabljeno/prehranska-dopolnila-so-zajahala-epidemijo/>
24. Zion. (2021, 7. junij). *Global Dietary Supplements Market to Witness Impressive Growth, Revenue to Surge to USD 149.4 Billion By 2028*. Pridobljeno 30. novembra 2022 iz <https://www.zionmarketresearch.com/news/dietary-supplements-market>
25. Zveza potrošnikov Slovenije. (2017, 11. december). *Veš, kaj ješ?!* Pridobljeno 6. maja 2022 iz <https://www.zps.si/hrana-in-pijaa-topmenu-327/oznaevanje-ivil-topmenu-328/8742-ves-kaj-jes-11-12-2017>

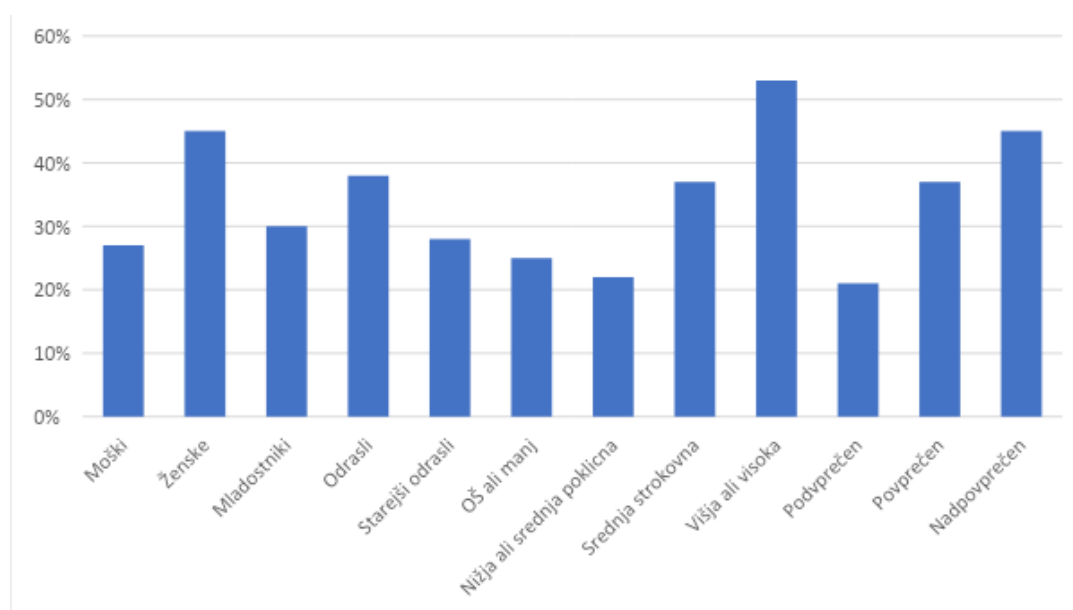
PRILOGE

Priloga 1: Globalni trg prehranskih dopolnil



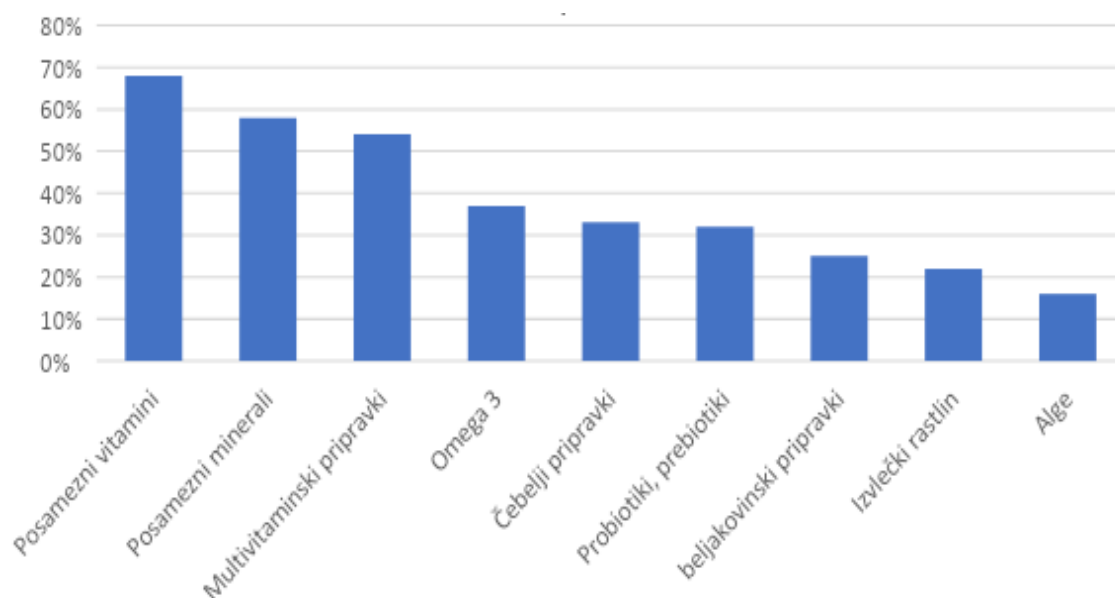
Vir: Zion (2021).

Priloga 2: Priljubljenost prehranskih dopolnil med Slovenci glede na spol, starost, izobrazbo in materialni status



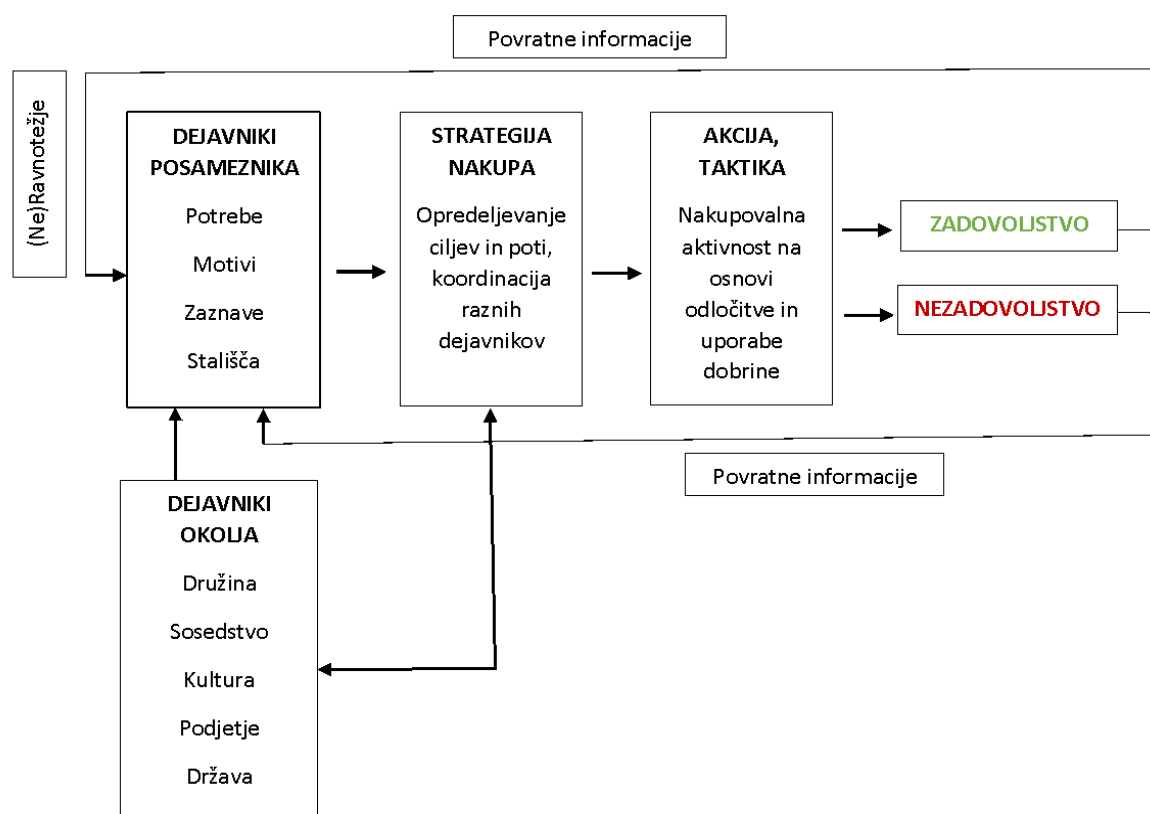
Vir: Gregorič in drugi (2019).

Priloga 3: Odstotek slovenskih mladostnikov in odraslih, ki uživajo prehranska dopolnila



Vir: Gregorič in drugi (2019).

Priloga 4: Poenostavljen model odločanja porabnikov



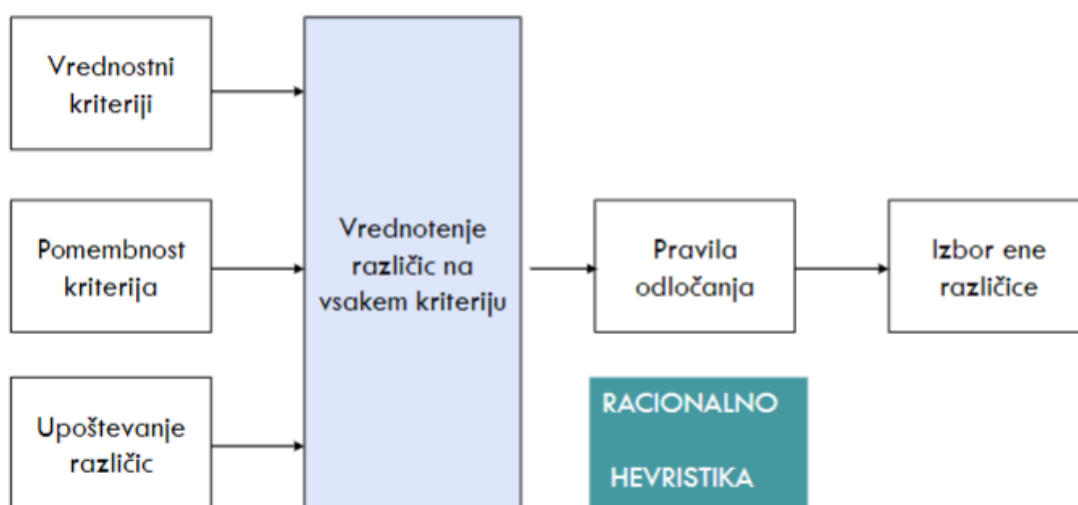
Vir: Možina in drugi (2002, str. 150).

Priloga 5: Oglas, ki aktivira porabnikovo prepoznavanje problema



Vir: Vita BAROS (2021).

Priloga 6: Vrednotenje različic in postopek izbire



Vir: Vida in drugi (2010).

Priloga 7: Vprašalnik

Živjo, sem študentka Ekonomske fakultete. Ravno pišem diplomsko nalogo, vi pa mi lahko pri tem pomagate tako, da rešite to kratko anketo. Hvala že vnaprej. :)

Q1 - Ali uživate prehranska dopolnila? (vitamini, minerali, vitaminski napitki, probiotiki...)

☐ DA

☐ NE

Q2 - Katera prehranska dopolnila uživate?

Možnih je več odgovorov

☐ Posamezni vitamini

☐ Posamezni minerali

☐ Multivitaminski napitki (Cedevita...)

☐ Omega 3

☐ Matični mleček, propolis

☐ Probiotiki

☐ Beljakovinski pripravki

☐ Kolagen

☐ Glukozamin

☐ Koencim Q10

☐ Rastlinski izvlečki

☐ Drugo:

☐ Ne uživam prehranskih dopolnil

Q3 - Kako pogosto uživate prehranska dopolnila?

☐ Vsak dan

☐ Nekajkrat tedensko

☐ 1x tedensko

☐ Nekajkrat mesečno

☐ 1x mesečno

☐ Uživam jih samo po potrebi

☐ Drugo:

☐ Ne uživam prehranskih dopolnil

Q4 - Kaj vpliva na vašo nakupno odločitev pri nakupu prehranskih dopolnil?

Možnih je več odgovorov

- ☐ Cena
- ☐ Kakovost izdelka
- ☐ Vsebnost sestavin
- ☐ Proizvajalec
- ☐ Poreklo
- ☐ Priporočila zdravnika, prijateljev, družine...
- ☐ Vizualni izgled
- ☐ Drugo:
- ☐ Ne uživam prehranskih dopolnil

Q5 - Označite, kako se strinjate s trditvijo: "Na izbiro nakupa, najbolj vpliva vsebnost sestavin prehranskega dopolnila."

	1	2	3	4	5	
Sploh se ne strinjam	☐	☐	☐	☐	☐	Popolnoma se strinjam

Q6 - Zakaj uživate prehranska dopolnila

Možnih je več odgovorov

- ☐ Za boljši imunski sistem
- ☐ Za boljše počutje
- ☐ Proti bolečinam v mišicah in sklepih
- ☐ Za boljši spomin in koncentracijo
- ☐ Ker sem slišal/a da je priporočljivo
- ☐ Za izboljšanje kože, las, nohtov...
- ☐ Ker mi je priporočil zdravnik
- ☐ Za pomoč pri hujšanju
- ☐ Drugo:
- ☐ Ne uživam prehranskih dopolnil

Q7 - Od katerega proizvajalca najbolj pogosto kupujete prehranska dopolnila?

Možnih je več odgovorov

- ☐ NOW
- ☐ KRKA
- ☐ MEDEX
- ☐ VALENS
- ☐ SWY
- ☐ NUPO
- ☐ MIVOLIS
- ☐ MYPROTEIN
- ☐ MALINCA
- ☐ NATUR
- ☐ PROTEINI.SI
- ☐ BIONTECH
- ☐ ORCA
- ☐ ALL IN DAY
- ☐ NATURES FINEST
- ☐ SENSILAB
- ☐ EKO ŠKRNICL
- ☐ NutriLAB
- ☐ Drugo:
- ☐ Ne uživam prehranskih dopolnil

Q8 - Označite, kako se strinjate s trditvijo: "Uživanje prehranskih dopolnil priporočam tudi ostalim."

	1	2	3	4	5	
Sploh se ne strinjam	☐	☐	☐	☐	☐	Popolnoma se strinjam

Q9 - Kje najpogosteje kupujete prehranska dopolnila?

Možnih je več odgovorov

- ☐ Preko spleta
- ☐ V živilskih trgovinah
- ☐ V specializiranih trgovinah s športnimi prehranskimi dopolnili

- ☐ V specializiranih trgovinah s prehranskimi dopolnili
- ☐ V lekarni

Q10 - Koliko na mesec povprečno zapravite za nakup prehranskih dopolnil?

- ☐ 0 - 15 €
- ☐ 16 - 30 €
- ☐ 31 - 50 €
- ☐ 51 - 70 €
- ☐ 71 - 100 €
- ☐ Več kot 100 €

Q11 - Spol

- ☐ Moški
- ☐ Ženska
- ☐ Drugo

Q12 - Status

- ☐ Dijak
- ☐ Študent
- ☐ Zaposleni
- ☐ Brezposelni
- ☐ Upokojenec

Priloga 8: Ali uživате prehranska dopolnila?

Odgovori	Frekvenca	Odstotek	Veljavni
1. DA	101	82%	83%
2. NE	20	16%	17%
Skupaj	121	98%	100%

Povprečje	1,2
Std. odklon	0,4

Priloga 9: Katera prehranska dopolnila uživate?

Odgovori	Frekvence	Veljavni	% veljavnih	Ustrezni	% ustreznih
1. Posamezni vitamini	80	122	66%	123	65%
2. posamezni minerali	48	122	39%	123	39%
3. Multivitaminski napitki	48	122	39%	123	39%
4. Omega 3	35	122	29%	123	28%
5. Matični mleček, propolis	16	122	13%	123	13%
6. Probiotiki	17	122	14%	123	14%
7. Beljakovinski pripravki	17	122	14%	123	14%
8. Kolagen	15	122	12%	123	12%
9. Glukozamin	6	122	5%	123	5%
10. Koencim Q10	8	122	7%	123	7%
11. Rastlinski izvlečki	9	122	7%	123	7%
12. Drugo	11	122	9%	123	9%
13. Ne uživam prehranskih dopolnil	16	122	13%	123	13%
SKUPAJ	/	122	/	123	99%

Priloga 10: Kako pogosto uživate prehranska dopolnila?

Odgovori	Frekvenca	Odstotek	Veljavni
1. Vsak dan	32	26%	26%
2. Nekajkrat tedensko	44	36%	36%
3. 1x tedensko	11	9%	9%
4. Nekajkrat mesečno	13	11%	11%
5. 1x mesečno	2	2%	2%

6. Po potrebi	6	5%	5%
7. Drugo	0	0%	0%
8. Ne uživam prehranskih dopolnil	14	11%	11%
SKUPAJ	122	99%	100%

Povprečje	3,0
Std. odklon	2,2

Priloga 11: Kaj vpliva na vašo odločitev pri nakupu prehranskih dopolnil?

Odgovori	Frekvenca	Veljavni	% veljavnih	Ustrezni	% ustreznih
1. Cena	53	121	44%	123	43%
2. Kakovost izdelka	84	121	69%	123	68%
3. Vsebnost sestavin	71	121	59%	123	58%
4. Proizvajalec	13	121	11%	123	11%
5. Poreklo	18	121	15%	123	15%
6. Priporočila	43	121	36%	123	35%
7. Vizualni izgled	5	121	4%	123	4%
8. Drugo	2	121	12%	123	11%
9. Ne uživam prehranskih dopolnil	14	121	12%	123	11%
SKUPAJ	/	121	/	123	98%

Priloga 12: Označite, kako se strinjate z trditvijo: "Na izbiro nakupa, najbolj vpliva vsebnost sestavin prehranskega dopolnila."

Sploh se ne strinjam	1	2	3	4	5	Popolnoma se strinjam
	4	4	12	37	61	
	3%	3%	10%	31%	52%	

Veljavni	118
Št. enot	123
Povprečje	4,2
Std. odklon	1,00

Priloga 13: Zakaj uživata prehranska dopolnila?

Odgovori	Frekvence	Veljavni	% veljavnih	Ustrezni	% ustreznih
1. Za boljši imunski sistem	75	122	61%	123	61%
2. za boljše počutje	71	122	58%	123	58%
3. Proti bolečinam v mišicah in sklepih	40	122	33%	123	33%
4. Za boljši spomin in koncentracijo	29	122	24%	123	24%
5. Ker sem slišal/a da je priporočljivo	20	122	16%	123	16%
6. Za izboljšanje las, nohtov, kože...	43	122	35%	123	35%
7. Ker mi je priporočil zdravnik	5	122	4%	123	4%
8. Za pomoč pri hujšanju	4	122	3%	123	3%
9. Drugo	5	122	4%	123	4%
10. Ne uživam prehranskih dopolnil	14	122	11%	123	11%
SKUPAJ	/	122	/	123	99%

Priloga 14: Od katerega proizvajalca najbolj pogosto kupujete prehranska dopolnila?

Odgovori	Frekvence	Veljavni	% veljavnih	Ustrezni	% ustreznih
1. Now	10	119	8%	123	8%
2. Krka	56	119	47%	123	46%

3. Medex	37	119	31%	123	30%
4. Valens	11	119	9%	123	9%
5. SWY	17	119	14%	123	14%
6. Nupo	7	119	6%	123	6%
7. Mivolis	10	119	8%	123	8%
8. MyProtein	26	119	22%	123	21%
9. Malinca	29	119	24%	123	24%
10. Natur	7	119	14%	123	14%
11. Proteini.si	17	119	14%	123	14%
12. Biontech	8	119	7%	123	7%
13. Orca	5	119	4%	123	4%
14. All in day	9	119	8%	123	7%
15. Natures Finest	8	119	7%	123	7%
16. Sensilab	15	119	13%	123	12%
17. Eko Škrnič	8	119	8%	123	8%
18. NutriLAB	10	119	8%	123	8%
SKUPAJ	/	119	12%	123	11%

Priloga 15: Označite, kako se strinjate z trditvijo: “Uživanje prehranskih dopolnil priporočam tudi ostalim.”

Sploh se ne strinjam	1	2	3	4	5	Popolnoma se strinjam
	5	4	20	26	62	
	4%	3%	17%	22%	53%	

Veljavni	117
Št. enot	123
Povprečje	4,2
Std. odklon	1,10

Priloga 16: Kje najpogosteje kupujete prehranska dopolnila?

Odgovori	Frekvence	Veljavni	% veljavnih	Ustrezni
1. Preko spleta	30	118	16%	123
2. V živilskih trgovinah	52	118	27%	123
3. V specializiranih trgovinah s prehranskimi dopolnili	40	118	21%	123
4. V lekarni	68	118	36%	123
SKUPAJ	/	118	/	123

Priloga 17: Koliko na mesec povprečno zapravite za nakup prehranskih dopolnil?

Odgovori	Frekvenca	Odstotek	Veljavni
1. 0 - 15 €	28	24%	24%
2. 16 - 30 €	40	33%	33%
3. 31 - 50 €	40	33%	33%
4. 51 - 70 €	6	5%	5%
5. 71 - 100 €	4	3%	3%
6. Več kot 100 €	0	0%	0%
SKUPAJ	118	98%	100%

Povprečje	2,3
Std. odklon	1,0

Priloga 18: Spol

Odgovori	Frekvenca	Odstotek	Veljavni	Kumulativa
1. Moški	42	34%	35%	35%
2. Ženska	79	64%	65%	100%
3. Drugo	0	0%	0%	100%
SKUPAJ	121	98%	100%	/

Priloga 19: Status

Odgovori	Frekvenca	Odstotek	Veljavni	Kumulativ a
1. Dijak	26	21%	22%	22%
2. Študent	62	50%	52%	73%
3. Zaposleni	27	22%	23%	96%
4. Brezposelni	0	0%	0%	96%
5. Upokojenec	5	4%	4%	100%
SKUPAJ	120	98%	100%	/

Priloga 20: Tabela za preverjanje hipotez

	HIPOTEZA	VPR. V ANKETI	PROUČEVANE SPREMENLJIVKE	VIRI ZA SPREMENLJIVKE	STATIST -IČNI TEST
H1	Vsaj 60% porabnikov uživa prehranska dopolnila.	1	Uživanje prehranskih dopolnil - DA - NE	Gregorič in drugi (2019) Zgonik (2022)	Z- preizkus za delež
H2	Uporabniki prehranska dopolnila večinoma uživajo nekajkrat tedensko.	3	Uživanje prehranskih dopolnil - Vsakodnevno - Tedensko - Mesečno	Gregorič in drugi (2019)	Z- preizkus za delež
H3	Na izbiro prehranskega dopolnila najbolj vpliva vsebnost sestavin.	4, 5	Vpliv na izbiro prehranskega dopolnila Se ne strinjam 1 2 3 4 5 Zelo se strinjam	Zveza potrošnikov Slovenije (2017)	T- preizkus
H4	Uporabniki prehranskih dopolnil	8	Mnenje Se ne strinjam 1 2 3 4 5	Zgonik (2022)	T- preizkus

	tudi drugim priporočajo uživanje prehranskih dopolnil.		Zelo se strinjam		
H5	Največ uporabnikov uživa prehranska dopolnila v katerih so razni vitamini.	2	Vrsta oz. skupina prehranskega dopolnila	Gregorič in drugi (2019)	/