

Motivi i ponašanje potrošača proizvoda sa nutritivnom i zdravstvenom izjavom

Grant Agreement no. 212579
FOCUS-BALKANS: Food Consumer Sciences in the Balkans: Frameworks, Protocols and Networks for a better knowledge of food behaviours

FP7 Cooperation Work Programme:
Theme 2 – Food, Agriculture and Fisheries, and Biotechnology
Activity 2 Fork to farm
FP7 KBBE 2007 2.1-02



DELIVERABLE N°6.1
CONSUMER MOTIVATIONS AND BEHAVIOURS FOR PRODUCTS WITH NUTRITION AND HEALTH CLAIMS



Regulativa i struktura tržišta

Žaklina Stojanović,
Radmila Dragutinović-Mitrović,
Univerzitet u Beogradu,
Ekonomski fakultet

Motivi i barijere

Iris Žeželj,
Nebojša Petrović,
Galjina Ognjanov
Univerzitet u Beogradu,
Filozofski fakultet i Ekonomski fakultet

Početak osnove – zdravlje i ishrana

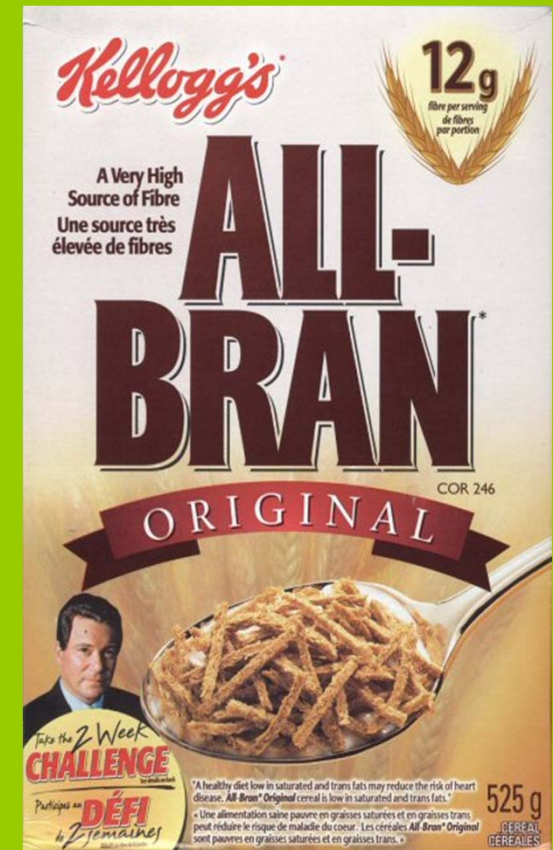
- Do kraja XIX veka dominira problem nedostatka hrane i **pothranjenosti**.
- Već tokom prve polovine XX veka otkrića u kontekstu lečenja bolesti koje nastaju kao posledica neadovoljnog unosa hrane doprinela su rešenju ovog problema.
- U drugoj polovini XX veka težište se pomera ka **gojaznosti** i problemima koje takav status izaziva.

DA LI ZDRAVSTVENE IZJAVE MOGU DA POMOgnu UNAPREĐENJU JAVNOG ZDRAVLJA?

- **Upotreba zdravstvenih izjava u marketingu hrane je opterećena nizom kontroverzi.**
 - **Istraživanja** vezana za razvoj ove vrste proizvoda su veoma **skupa**. Postoji pozicija tzv. **slobodnog korisnika**.
 - Predstavnici regulatornih tela i organizacija potrošača smatraju da su ovakve izjave korišćene u kontekstu **agresivnog navođenja potrošača na kupovinu**.

Iz istorijata – lekcija koju ne treba zaboraviti: Gde je i kako nastalo ovo tržište?

- Tokom 1970-tih istraživači koji se bave ishranom i zdravljem su sugerisali da postoji veza između potrošnje hrane bogate biljnim vlaknima i mogućnosti dobijana raka kolona.
- Tek u oktobru 1984. godine Kompanija *Kellogg* počela je reklamiranje svojih proizvoda koristeći citiranje nalaza Nacionalnog instituta za borbu protiv kancera, iako je ova kampanja bila u direktnoj suprotnosti sa tadašnjom FDA politikom.
- Od tada se vođenje politike deli u dva perioda:
 - Period **pre reklamiranja** i
 - Period **reklamiranja**.



Razvoj tržišta - KORISTI

- **Javna politika zaštite zdravlja: ishrana i bolesti**
 - Smrtnost prema vodećim razlozima (bolesti kardiovaskularnog sistema, kancer...)
 - Da li su ove bolesti povezane sa ishranom?
- **Nosioci politike javnog zdravlja su počeli da na komercijalizaciju nutritivnih i zdravstvenih izjava (NiZ) gledaju kao koristan, komplementarni faktor primene politike zaštite javnog zdravlja.**
 - Nosioci vlasti treba direktno da sarađuju sa privatnim sektorom, orgnizacijama potrošača, naukom i istraživačkim institucijama.

Koristi/Troškovi

	<u>Efekti prvog reda</u>	<u>Efekti drugog reda</u>
<u>Koristi</u>	Masovno informisanje o povezanosti ishrane i zdravlja	Pozitivna reakcija konkurencije
<u>Troškovi I - učesnici</u>	Ako izjava nije tačna: potrošač je doveden u zabludu i može pogoršati zdravlje.	Kredibilnost proizvođača je dovedena u pitanje.
<u>Troškovi II - regulativa</u>	Ako je izjava tačna i dozvoljena: negativna reakcija konkurencije (fortifikacija i prengalašavanje značaja samo jedne komponente hrane).	Ako je izjava tačna, a nije dozvoljena: odricanje od koristi razvoja tržište proizvoda sa NiZ izjavom

Zdravstvene izjave

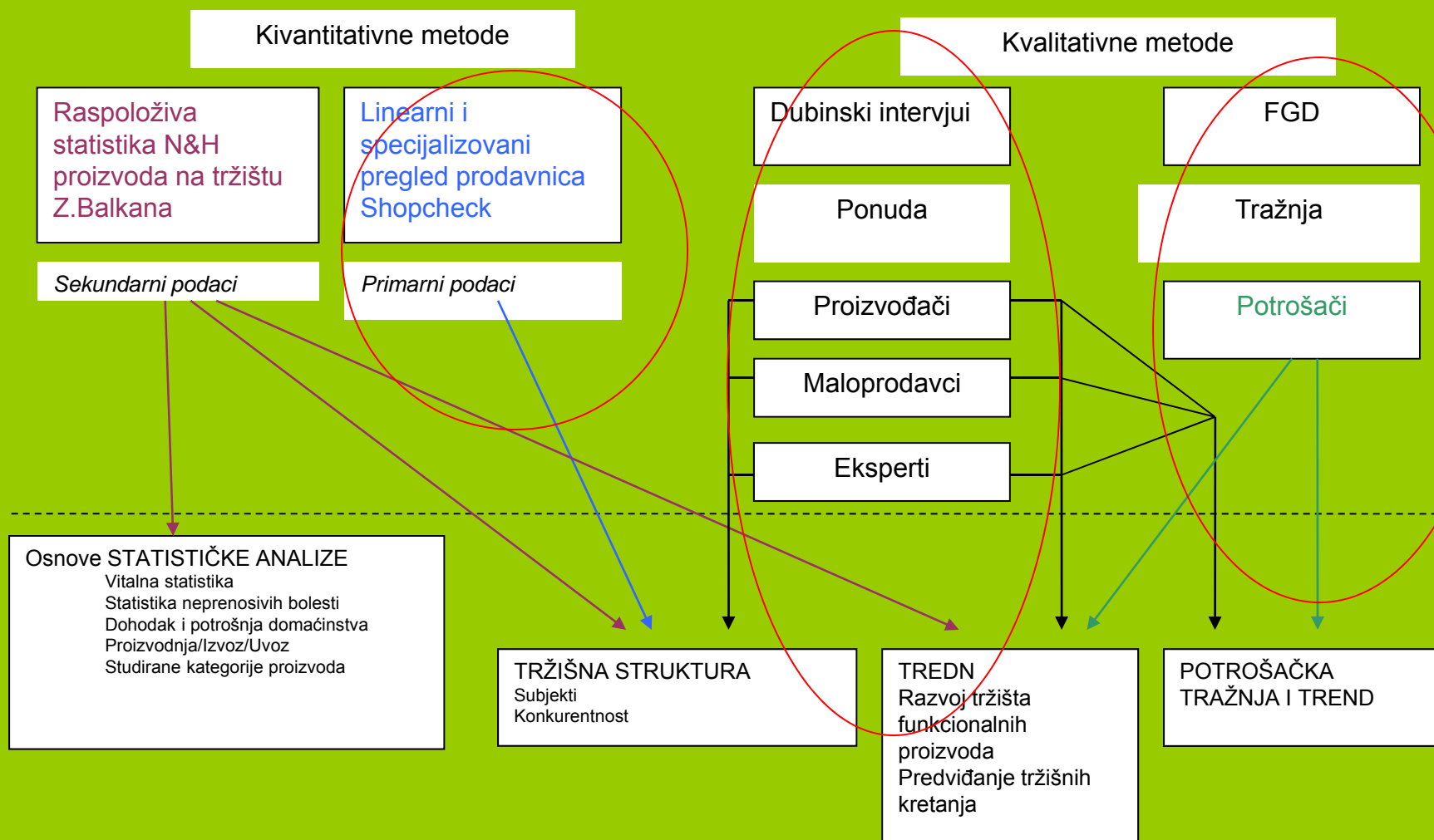
Paralele EU - ZB

- Regulatorna o nutritivnom i zdravstvenom označavanju hrane u EU
 - Regulation (EC) No 1924/2006
http://ec.europa.eu/food/food/labellingnutrition/claims/index_en.htm
 - Nutritivne izjave
 - Zdravstvene izjave
- Vrste zdravstvenih izjava u EU regulatori:
 - Član 13 precizira
 - zdravstvene izjave treba da indikuju ulogu nutritijenta u razvoju i funkcionisanju organizma (tzv. funkcionalne izjave).
 - Član 14 reguliše
 - Izjave o smanjenju rizika od obolenja (tzv. rizik-bolest izjave)
 - Izjave koje se odnose na zdravlje i razvoj dece.
- U većini zemalja u regionu ne postoji poseban zakon kojim se reguliše korišćenje zdravstvenih izjava.

Područje istraživanja FOCUS-Balkans – RP6

- Tržište proizvoda sa zdravstvenom izjavom u regionu (ponuda i tražnja) - stanje i perspektive
 - Stepen razvijenosti
 - Osnovni problemi
 - Perspektive
- Da li je regulativa ograničavajući faktor razvoja?
- Kako institucije koje vode računa o javnom zdravlju vide razvoj ovog segmenta tržišta?

Istraživanje – kako je sprovedeno?



Stanje – Popis proizvoda

- **Struktura po grupama proizvoda**
- **Zemlja porekla proizvoda sa nutritivnom i zdravstvenom izjavom**
- **Zastupljenost zdravstvenih izjava**

- Zemlje Zapadnog Balkana
 - » 1. Makedonija
 - » 2. Slovenija
 - » 3. Crna Gora
 - » 4. Srbija
 - » 5. Hrvatska
 - » 6. Bosna i Hercegovina

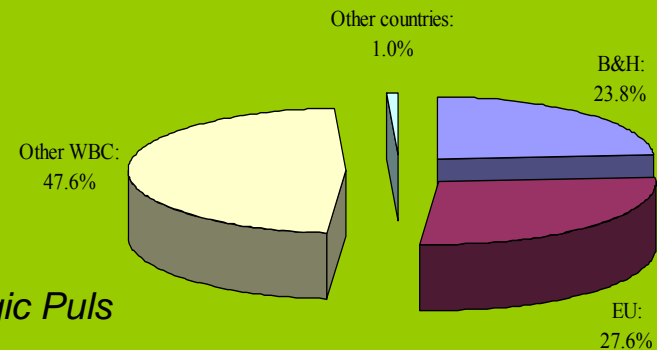
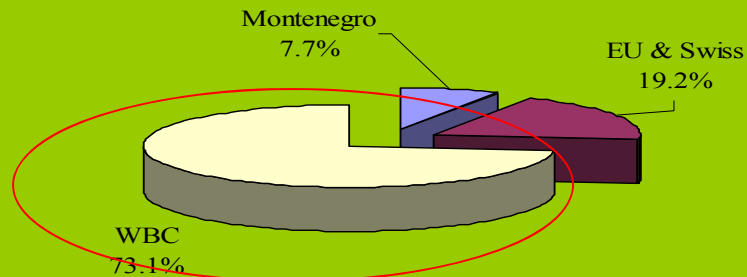
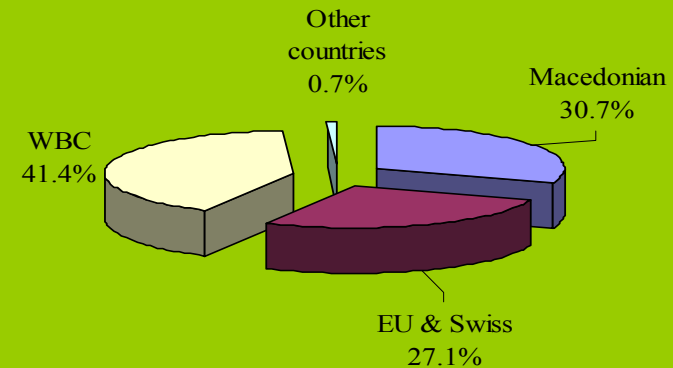
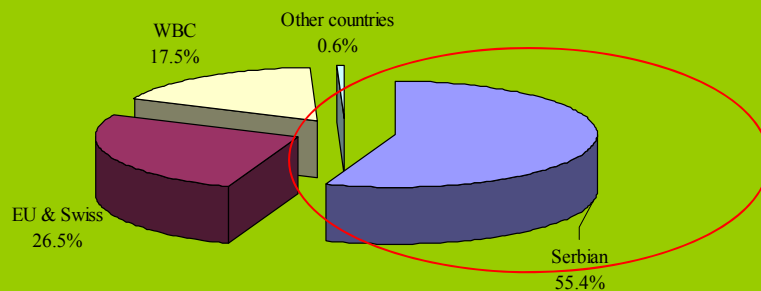
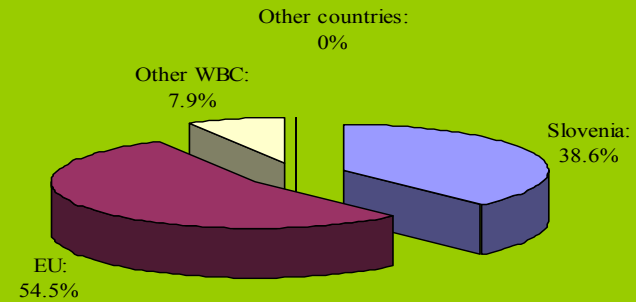
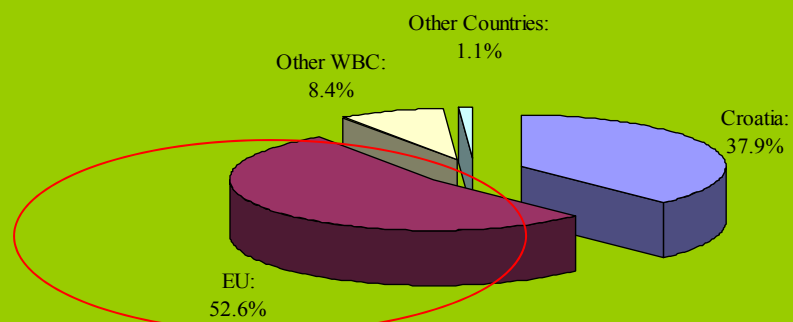


Struktura proizvoda sa NiZ izjavom po zemljama

	Makedonija	Slovenija	CG	Srbija	Hrvatska	BiH
Grupa proizvoda	%	%	%	%	%	%
1-Meko i jogurt	37.1	31.0	36.5	33.7	22.3	21.9
2-Margarini	7.9	9.0	5.8	5.4	3.2	6.7
3-Voćni sokovi	22.9	16.0	25.0	17.5	20.2	33.3
4-general food	13.6	14.0	13.5	9.6	16.0	18.1
5-Dijetetski proizvodi	18.6	30.0	19.2	33.7	38.3	20.0
Ukupno	100	100	100	100	100	100

Izvor: IPSOS Strategic Puls

Poreklo proizvoda sa NiZ izjavom po zemljama



Izvor: IPSOS Strategic Puls

Zdravstvene izjave

Maksimalan broj izjava po proizvodu po poreklu proizvoda:

- Makedonija: EU do 4, domaći i proizvođači iz zemlje ZB do 7;
- Slovenija: EU do 4, zemlje ZB 2, domaći do 3;
- Crna Gora: EU do 4, zemlje ZB do 6, domaći do 3;
- Srbija: EU do 9, zemlje ZB do 7, domaći do 5;
- Hrvatska: EU do 4, zemlje ZB do 2, domaći do 3;
- Bosna i Hercegovina: EU 4, zemlje ZB do 4, domaći do 3;

Broj proizvoda sa zdravstvenom izjavom i učešće u ukupnom broju proizvoda sa NiZ izjavom, po zemljama:

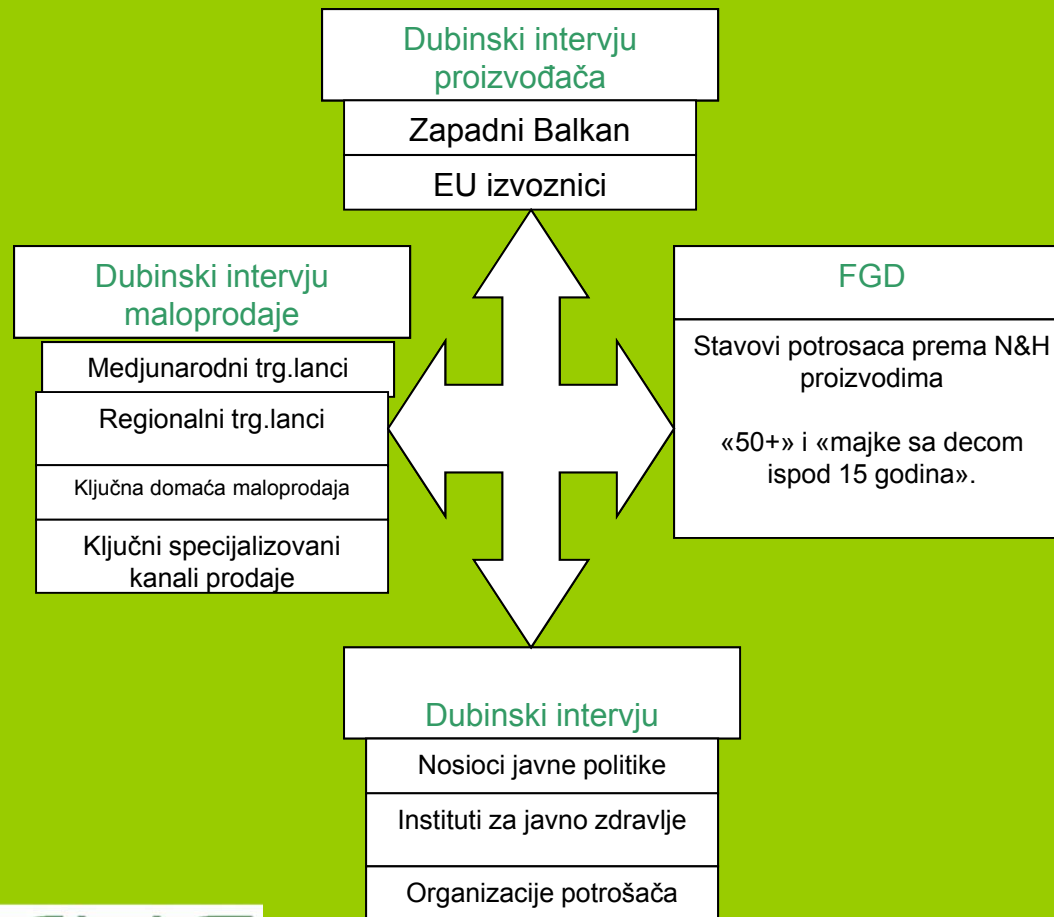
	NiZ izjave	Zdravstvene izjave	%
Makedonija	140	27	19
Slovenija	100	20	20
Crna Gora	52	9	17
Srbija	166	24	14
Hrvatska	94	19	20
BiH	105	27	26

Izvor: IPSOS Strategic Puls

Selektovani primarni podaci prikupljeni metodom pregleda proizvoda

Country	Regulative	No. products surveyed	Max claims per prod.	Dominant type of food	Share	Domnant producers	Share	Share of HC
Slovenia	yes	100	3	Milk and yoghurt and dietetic food	30-31%	EU	54.50%	19%
Croatia	yes	94	3	Dietetic food	38.30%	EU	52.60%	20%
Serbia	no	166	7	Milk and yoghurt and dietetic food	33-33%	SRB	58.40%	17%
B&H	no	105	4	Juices	33%	WBCs	47.60%	14%
Montenegro	no	52	6	Milk and yoghurt	36.50%	WBCs	75%	20%
Macedonia	no	140	7	Milk and yoghurt	37.10%	WBCs	41.40%	26%

Tržište proizvoda sa NiZ izjavama – korišćene metode analize



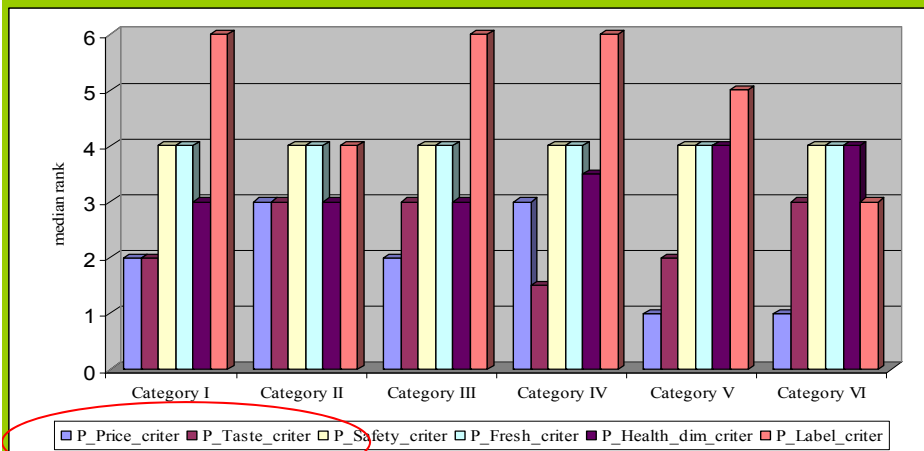
NiZ proizvodi – Pregled tržišta metodom dubinskog intervjua

Criteria	Structure	No of interviews
Category of products with H&N claim	Jam for persons suffering from diabetes	15
	Yoghurts with probiotics	25
	Milk enriched with vitamins and minerals	17
	“Light margarine” with reduced fat content	28
	Juice enriched with vitamins and minerals	21
	Other products	14
Stakeholder	Processor	36
	Retailer	26
	Expert	18
Country	Bosnia and Herzegovina	14
	Croatia	9
	EU	7
	Macedonia	11
	Montenegro	11
	Serbia	18
	Slovenia	10

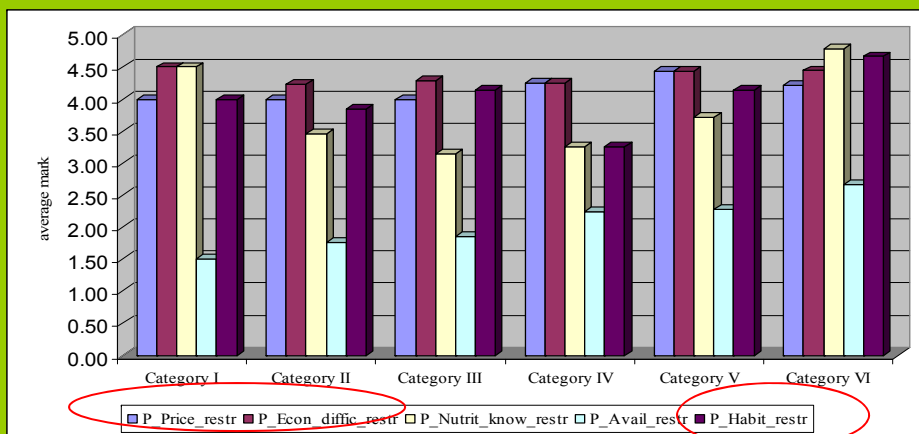
Struktura tržišta proizvoda sa NiZ izjavom

Country	Regulated	Dominant producer	Market share	Growing rates	Motives	Barriers	Rank of Health criteria
Slovenia	Yes	EU	Higher	High	Market Position	Information	3
Croatia	Yes	EU	Average	High	Consumers	Regulative	2
Serbia	No	SRB	Average	High	Image	Lack of scientific support	5
Macedonia	No	WBC	Lower	High	Consumers	Lack of scientific support	4
B&H	No	WBC	Lower	High	Profit	Finance	3
Montenegro	No	WBC	Lower	High	Consumers Image	Finance	2

Ograničenja za kupovinu proizvoda sa NiZ izjavom

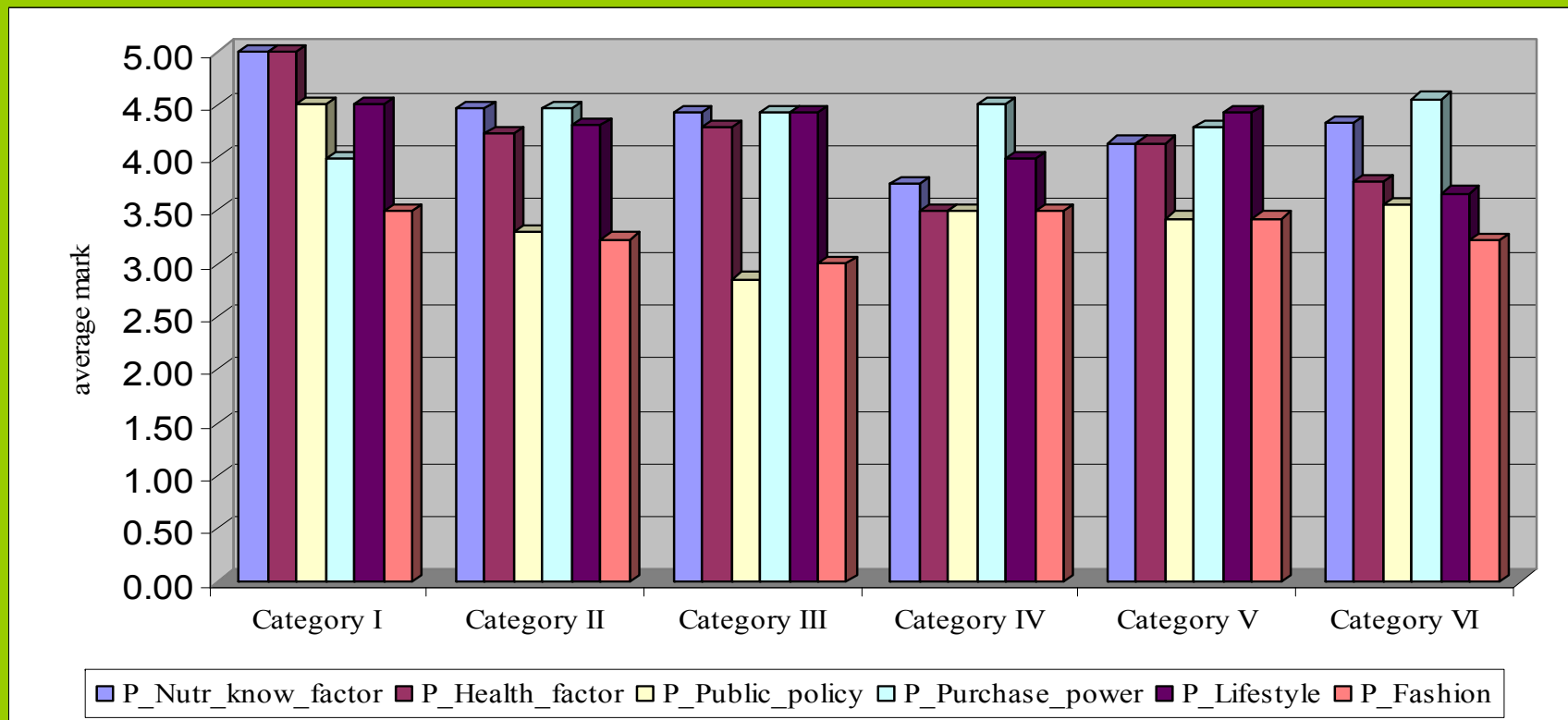


- Osnovni problemi zbog čega potrošači ne kupuju ove proizvode više nego što to danas čine tržišni učesnici vezuju za:
 - Neprilagođenu cenu ekonomskim uslovima
 - Neprilagođen ukus



- Mišljenje ekonomskih učesnika u sistemu je unificirano. Ekonomske poteškoće, cena i navike su osnovne barijere u većoj potrošnji N&H proizvoda.

Perspektive tržišta proizvoda sa NiZ izjavom



Tržište proizvoda sa NiZ izjavom – Mišljenje eksperata

Tvrdnja	Prosečna ocena
Tražnja za proizvodima sa nutritivnom ili zdravstvenom izjavom je danas velika.	2.57
Tražnja za proizvodima sa nutritivnom ili zdravstvenom izjavom raste.	3.78
Ponuda proizvoda sa nutritivnom ili zdravstvenom izjavom ima značajan uticaj na tražnju za ovim proizvodima.	4.28
Promotivne aktivnosti kompanija imaju značajan uticaj na tražnju za proizvodima sa nutritivnom ili zdravstvenom izjavom.	4.57
Cena proizvoda sa nutritivnom ili zdravstvenom izjavom ima značajan uticaj na tražnju za ovim proizvodima.	4
Nutritivne i zdravstvene izjave unapređuju svestnost potrošača o značaju hrane.	2.85
Nutritivne i zdravstvene izjave pomažu potrošačima u poboljšanju njihovih navika u ishrani.	3.35
Nutritivne i zdravstvene izjave su prilagođene predupređenju osnovnih zdravstvenih problemima identifikovanih od strane predstavnika zdravstvenog sektora.	2.5
Nutritivne i zdravstvene izjave na hrani utiču na poboljšanje javnog zdravlja.	2.85
Izjave učinjene na prehrambenim proizvodima u našoj zemlji su istinite (može im se verovati).	2.42

Izvor: *IPSOS Strategic Puls*

Zaključak

- **PERSPEKTIVE RAZVOJA TRŽIŠTA PROIZVODA SA NiZ IZJAVOM:**
 - Ciljna grupa: mladi, edukovani, visokog primanja, urbani i uglavnom žene potrošači.
 - Na razvijenijem tržištu ciljna populacija je već sada proširena na majke i decu.
 - Nakon inovatora i ranih prihvatioca, starija populacija sa višim primanjima postaje takođe interesantna grupa za studirane kategorije proizvoda, kao i sportisti i biznismeni.
- **TRŽIŠTE PROLAZI KROZ MULTIDIMENZIONALNU TRANZICIJU.**
- Razvoj tržišta će u velikoj meri zavisiti od **AKTIVNOSTI NOSIOCA JAVNE POLITIKE** koji mogu da promovišu koncept zdrave ishrane kao sastavni deo zdravog stila života preko tržišta proizvoda sa NiZ izjavom kao kanala informisanja potrošača.

Grant Agreement no. 212579
FOCUS-BALKANS: Food Consumer Sciences in the Balkans: Frameworks, Protocols and
Networks for a better knowledge of food behaviours

FP7 Cooperation Work Programme:
Theme 2 – Food, Agriculture and Fisheries, and Biotechnology
Activity 2 Fork to farm
FP7 KBBE 2007 2.1-02



*DELIVERABLE N°6.1
CONSUMER MOTIVATIONS AND BEHAVIOURS FOR PRODUCTS
WITH NUTRITION AND HEALTH CLAIMS*

Hvala na pažnji!

Dr Žaklina Stojanović, vanr.prof.
Ekonomski fakultet Univerziteta u Beogradu

zaklina@ekof.bg.ac.rs

www.focus-balkans.org

