

билт  ен

ПОТРОШУВАЧИТЕ И ХРАНАТА



ИМПРЕСУМ

Главен и одговорен уредник,
Маријана Лончар-Велкова

Извршен уредник,
Лидија Петрушевска - Този

Соработници,
Ката Стојановска,
Душица Санта,
Игор Спироски,
Татјана Тасевска,
Иво Костовски

Лектор,
Јасмина Ѓоргиева

Дизајн,
ГЛОБАЛ Комуникации

Издава,
Организација на потрошувачите
на Македонија-ОПМ 2018 г.
(Поддржано од Агенцијата за храна
и ветеринарство - АХВ)

Адреса,
Ул. 50 Дивизија 10А Скопје

СОДРЖИНА

ИСХРАНАТА ВО ЛЕТО	3
ХРАНЛИВА И БИОЛОШКА ВРЕДНОСТ НА ОВОШЈЕТО	7
ТРАДИЦИОНАЛНА ХРАНА	12
ВРЕМЕ Е ЗА СЛАДОЛЕД.....	15
ЛИСТЕРИОЗА, ШТО Е ЗНАЧАЈНО ДА ЗНАЕТЕ	19
СПРАВУВАЊЕ СО МАРКЕТИНГОТ НА ХРАНАТА ЗА ДЕЦА ВО ДИГИТАЛНИОТ СВЕТ - КАКО ДО РЕШЕНИЈА?	23

ИСХРАНАТА

ВО ЛЕТО



Подготвено од

Организација на иџрошувачи на Република Македонија

Летната прехранбена кошница претставува збир на прехранбени производи однапред планирани според количествата и асортиманот за хранење на четиричлено семејство.

Летната сезона носи карактеристика на зголемен асортиман на сезонски зеленчук и овошје кои можат да заменат дел од зеленчукот и овошјето од зимската, односно пролетната сезона. Во прехранбената кошница во летната сезона се планирани нови свежи зеленчуци како: пиперки, домати, тиквички, моркови, краставици, модри домати, бамји,

боранија и слично, а од овошје: цреши, праски, кајсии, летни јаболка, лубеници, дињи и слично. Сите овие производи, во комбинација со другите прехранбени производи во кошницата, се усогласени со нормите и стандардите и обезбедуваат правилно хранење на четиричлено семејство.

Потребите од вкупна енергија, како и поединечните потреби од основни хранливи состојки во секој прехранбен производ, за секој член од четиричлено семејство, се прикажани во Табела 1.

Табела 1. Потребни количества за исхрана на четиричлено семејство

Семејство	Енергетска вредност (kcal)	Белковини (g)	Маси (g)	Јаглехидрати (g)
Татко (45-50 год.)	3100	75	75	514
Мајка (35-45 год.)	2300	56	56	380
Син (15 год.)	2800	90	68	450
Керка (10 год.)	2250	70	54	350

Важно е да се напомене дека од наведените количества за белковини, 1/3 треба да бидат од животинско потекло, додека мастите претежно треба да бидат од растително потекло.

Според нормите и стандардите, во Табела 2 е прикажана прехранбената кошница составена од прехранбени производи и пијалаци за сезоната лето, дадени според количествата и видовите на месечните потреби на едно четиричлено семејство.

Поради поширока практична примена на нормите за исхрана, дадени се стандарди и норми во енергетски вредности на други популациони групи на потрошувачи, со цел да се овозможи поширока употребливост и во семејства со различен број на членови, возраст, пол, физички напор и слично.

Групата **млеко и млечни производи** во сезоната лето, ја има во доволни количества и со различен асортиман. Дел од млекото е заменето се јогурт, за разлика од претходните сезони. Планирани месечни количества на млеко и млечни производи

Планирани месечни количества на млеко и млечни производи

Производ	Количество
Млеко (кравјо, овчо, козјо)	20 L
Јогурт, кисело млеко, матеница	22 L
Сирење (кравјо, козјо, овчо)	1,5 kg
Кашкавал (кравји, мешан, овчи, козји)	0,6 kg
Урда	1,5 kg
Павлака 200 g	10 бр.

Табела 2. Енергетски норми според категоријата на потрошувачи

Возраст (машки лица)	Енергетска вредност		Возраст (женски лица)	Енергетска вредност	
	Kkal	KJ		Kkal	KJ
7-10 год.	2100	8780	7-10 год.	2100	8780
11-14 год.	2500	10450	11-14 год.	2200	9200
15-18 год.	2800	11700	15-18 год.	2200	9200
Возрасни со среден физички напор	2300 до 3100	9615 до 12960	Возрасни со среден физички напор	200 до 2300	8360 до 12960
Над 65 год. со просечна активност	2100 до 2400	8780 до 10030	Над 65 год. со просечна активност	1900 до 2300	7950 до 12960
Стари лица	1700 до 2100	7100 до 8780	Стари лица	1600 до 2100	6690 до 8780

Секоја прехранбена кошница се состои од 7 групи на прехранбени производи, со дополнителна група пијалаци и зачини. Планираните производи во прехранбената кошница се ориентациски, како според видот на производот, така и според количеството кое зависи од возраста на поединецот, полот, тежината на работата и слично. Сите планирани производи може да се најдат на нашиот пазар во летниот период.

Во групата **месо и месни производи** во лето, за разлика од пролетната сезона, се намалени количествата на свинско месо и месни производи, а се зголемени количествата на јунешко и пилешко месо и риба.



Планирани месечни количества
на месо и производи

Производ	Количество
Свинско месо	1,5 kg
Јунешко месо	3,0 kg
Јагнешко (јарешко) месо	1,5 kg
Пилешко месо	2,3 kg
Месни производи	1,0 kg
Риба	2,0 kg
Јајца	60

Видливите масти како група се прикажани во вид на зејтин, маргарин, путер, а како замена може да се користат свинска маст, лој, мајонез и слично. Количествата не се променети од причина што во летниот период се користат поголеми количества зеленчук, за салати и за пржење.

Планирани месечни количества
на видливи масти

Производ	Количество
Зејтин	3,8 L
Маргарин	0,6 kg
Путер, мајонез	0,5 kg

Овошјето како свежо во оваа сезона го има во голем асортиман: цреши, јаболка, праски, кајсии, круши, летни јаболка, сливи, лубеници, дињи, грозје, малини, рибизли и слично.

Планирани месечни количества
на овошје

Производ	Количество
Цреши, јагоди, вишни	3 kg
Кајсии, праски	10 kg
Јаболка, круши	5 kg
Лубеници, дињи	20 kg

Зеленчукот во сезоната лето е застапен со широк асортиман на свежи производи кои може да се користат како вариво, прилог и салата.

Планирани месечни количества
на зеленчук

Производ	Количество
Грав, леќа	1,6 kg
Млади компири	20 kg
Кромид и лук	5,0 kg
Зелка (вариво, салата)	7 kg
Моркови	2,5 kg
Магнонос како зачин	1 kg
Тиквички	5 kg
Салата-марула	30 парч.
Млади компири	10 kg
Домати	10 kg
Пиперки	4 kg
Боранија	2 kg
Грашок	1,5 kg
Модар домат	1 kg
Друг зеленчук	3 kg

Шеќерите и шеќерните компоненти немаат значајни промени во оваа сезона во однос на останатите сезони.

Планирани месечни количества
на шеќери

Производ	Количество
Шеќер	4,7 kg
Џем, мармалад	0,8 kg
Мед, алва	0,7 kg
Чоколада	0,6 kg

Групата **жита** и нивните производи во кошницата се планирани како леб, главно полу-бел, различни видови на брашно, како и жита во зрна.

Планирани месечни количества на жита

Производ	Количество
Леб, полубел	45 kg
Брашно тип 500	1,5 kg
Брашно, пченкарно	0,5 kg
Тестенини (фиде, макарони, јуфки...)	2,5 kg
Ориз	1,5 kg
Жито (пченка, пченица)	0,7 kg
Кекси, бисквити	0,6 kg

Планирани месечни количества на пијалаци и зачини

Производ	Количество
Чај	0,1 kg
Кафе	0,4 kg
Негазирани пијалаци	3 L
Газирани пијалаци	7 L
Ракија, вино	2 L
Зачини	0,6 kg
Јаболков оцет	1 L

Во групата **пијалаци** се зголемени количествата на газирани и негазирани пијалаци, како и природните сокови, а од **зачините** посебно важен е јаболковиот оцет.

Според препораките за одделните групи на прехранбени производи во прехранбената кошница и планираните количества за едно четиричлено семејство, подолу е дадена

предлог-табела со комбинации за дневни оброци за една недела, за сезоната лето. Со оваа планирана листа на јадења се обезбедува режим на четири оброци дневно, но бројот на оброците може да се намали или зголеми во зависност од возраста на потрошувачот, здравствената состојба, тежината на работата, полот и слично.

Табела 3. Предлог-еднонеделна исхрана во сезоната лето

Ден	Појадок	Ручек			Ужина	Вечера
		супа	главно јадење	салата		
Понеделник	Павлака, краставица, чај од шипка	Крем чорба од мешан зеленчук	Мусака од модри домати	Зелка со моркови и магнонос	Овошен сладолед	Пржени пиперки, домати, сирење
Вторник	Путер, мед, млеко со какао		Боранија со месо	Таратор	Овошје	Пинџур, сирење, компот
Среда	Две виршли, мајонез (сенф), пиперки, планински чај	Супа од коски со резанки	Турлитава со месо	Краставици со лук и магнонос	Овошен колач	Пченкарна пита, јогурт
Четврток	Палента со урда (сирење), јогурт	Супа со топчиња месо	Полнети пиперки	Мешана салата	Овошна салата	Похуван модар домати кашкавал, домати
Петок	Јајце, две зденки, домати, чај	Пилешка супа со фиде	Тава ориз со пилешко	Печени пиперки со лук и магнонос	Овошје	Пржени пиперки, домати, сирење
Сабота	Печиво, јогурт	Пилешка чорба	Гулаш со шпагети	Мешана салата	Сок	Јајца на око, таратор
Недела	Маргарин, сирење, домати	Чорба од домати со ориз	Пржена риба со рестуван компир	Пинџур	Овошје	Полнети пиперки со урда, јајца, домати, чај

Количеството на леб се движи во зависност од индивидуалните потреби (100-200 g на оброк)

ХРАНЛИВА И БИОЛОШКА ВРЕДНОСТ НА ОВОШЈЕТО

Доц.д-р Фросина Бабановска Миленковска,
Факултет за земјоделски науки и храна, УКИМ

Под овошје се подразбираат плодови на култивирани и самоникнати растенија во свежа состојба, наменети за човекова употреба. Овошјето претставува зрел плод на растението, кој содржи семки. Делот на овошјето кој се консумира, во најголем број на случаи е месест дел или ткиво кое се наоѓа околу семката. Поделбата на овошјето се темели на неговата ботаничка структура, карактеристичната градба на плодот, хемискиот состав и климатските услови на одгледување. Според трговските карактеристики, во современата трговија најпозната е поделбата на овошјето на:

- *Јаболческо*: јаболка, крушки, дуњи и др.;
- *Коскеско*: сливи, праски, кајсии, нектарини, цреши, вишни и др.;
- *Ситино, јагодеско или бобическо*: јагоди, малини, капини, рибизли, огрозди, боровинки, трпезно грозје и др.;
- *Јајкаско*: ореви, лешници, бадеми, кикиритки, фстаџи, питом костен и др.;
- *Ајруми или цитрусно*: портокали, мандарини, лимон, лимета и грејпфрут;

- *Јужно, ситројско, тиројско и еџотично*: освен агруми спаѓаат и банани, урми, ананас, смокви, маслинки, рогач, јапонско јаболко, киви и друго овошје кое е ретко на нашите пазари, на пр., авокадо, манго, шеримоја, папаја, гуава и др.;
- *Диво, самоникнајто или шумско*: дренка, шипка, брусница, капини, малини, јагоди, оскоруша и други диви плодови.

Хемискиот состав на овошјето е сложен и зависи од повеќе фактори: видот и сортата на овошјето, климатските услови, својствата на почвата, начинот на одгледување, агротехничките мерки, времето на берба, степеноот на зрелост, послебербените активности и сл. Во овошјето се наоѓаат различни хранливи материи од органска и неорганска природа, кои се растворливи и нераствор-





ливи во клеточниот сок. Најважни компоненти од хемискиот состав на овошјето се: вода, јаглехидрати, протеини, органски киселини, боени материи, ароматични, пектински, минерални материи, витамини и други соединенија кои се важни за биолошката вредност на овошјето. Состојките растворливи во вода, човековиот организам може лесно да ги апсорбира, поради што овошјето игра значајна улога во исхраната на човекот. Компонентите на хемискиот состав со количествата и меѓусебниот сооднос ги формираат сензорските, нутритивните и биолошките својства на производот. Различниот удел на јаглехидрати, протеини и масла влијае на енергетската вредност на овошјето.

Според хемискиот состав, овошјето се дели на:

- овошје богато со вода и
- овошје богато со масла.

Кај *овошјето богато со вода*, во зависност од видот и условите на одгледување, содржината на вода се движи во граници од 75 до 93 %. Високата содржина на вода овозможува висока физиолошка вредност на овошјето, а ја намалува неговата енергетска вредност (40-80 kcal).

Во *овошје богато со масла* спаѓа јаткастото овошје (бадеми, лешници, ореви, фистаци, кикиритки и др.), како и авокадо и маслинки. Во овошјето богато со масла има многу малку вода, од 5 до 10 %, протеини (14-21 %) и јаглехидрати (15-19 %), додека содржината на масла е околу 50-60 %. Поради ваквиот состав, ова овошје има околу 10 пати поголема енергетска вредност од претходната група, преку 600 kcal/100 g.

Хранлива и биолошка вредност на овошјето

Водата претставува состојка која во најголем дел е застапена во овошјето (75-93%), како слободна вода или врзана. Водата во желудникот кај човекот делува повољно на секрецијата на солната киселина и пепсинот, како и на секрецијата на цревните сокови.



Јаглехидратите, после водата, се најзастапени (5%-35%) и го сочинуваат најголемиот дел од сувата материја на овошјето. Најчести јаглехидрати се: глюкоза, фруктоза, сахароза, скроб, целулоза, хемицелулоза, пектински материи и други состојки. Позрелите плодови имаат повисока содржина на јаглехидрати. Глюкозата и фруктозата се најмногу застапени и одговорни се за слаткиот вкус на овошјето, а помалку се застапени сахарозата, пектинските материи, скробот, целулозата и хемицелулозата. Затапеноста на шеќерите во овошјето е различна (јаболчесто - фруктоза, косткесто - сахароза, кај слива, цреша и виш-

на преовладува гликоза, јагодестото овошје содржи еднакви количества на гликоза и фруктоза, а содржината на сахароза е под 1 %). Скробот во текот на созревањето на овошјето се трансформира во прости шеќери, пред сè, во гликоза. Содржината на целулозата во овошјето се движи до 1 %, а дуњата има околу 2,5 %. Целулозата, заедно со хемицелулозата, не се разградуваат во органите за варење, туку се исфрлаат од организмот, повлекувајќи ги со себе токсичните материи. Затоа, во нутритивна смисла, тие се физиолошки вредни поради способноста да ја подобруваат перисталтиката на цревата. Утврдено е дека вкупниот дневен внес на околу 10 % растителни влакна е најефикасен во намалувањето на серумскиот холестерол.

Во овошјето се наоѓаат пектински материи кои ги има во две форми, растворлива и нерастворлива. Нерастворливиот облик, протопектинот, е присутен во незрелото овошје, и тој ја дава цврстата конзистенција. Во текот на созревањето, протопектинот преминува во растворлив облик, пектин, кој на овошјето му дава мека и сочна конзистенција. Пектинските материи се одговорни за желатинозната маса, што е особено важно при производството на мармалад. Мекото овошје, како јагоди, содржи околу 0,6 % пектини, додека дуњите имаа значително повеќе, до 5 %. Незрелото овошје содржи и танини кои имаат горчлив, киселкаст и опор вкус.

Овошјето содржи органски киселини (околу 3 %) кои го даваат киселиот вкус со освежувачко дејство. Најчесто застапени киселини се лимонската, јаболчната и винската киселина, како и др. Содржината на сите присутни киселини во овошјето може да се изрази и како рН вредност која често служи како мерка за зрелост на овошјето. Кај киселото овошје рН се движи од 2,5 до 3,5, а кај средно киселото овошје од 3,5 до 4,5.

Протеините во својот состав содржат аминокиселини кои може да бидат есенцијални (не се синтетизираат во човековиот организам) и неесенцијални. Содржината на протеините во овошјето е ниска (јагодестото овошје 0,1-0,3 %; коскестото овошје 0,01-0,2 %; јаболчестото овошје 0,03-0,13 %; јаткастото овошје 15-20 %).

Мастите во овошјето се наоѓаат во облик на масла, восоци и многу растителни ароматични материи. Содржината на масла во повеќето овошја се движи од 0,5 % до 1,5 % (во месестиот дел или во семките од коскестото овошје), а кај јаткастото овошје, авокадото и маслинките е значително повисока. Прехранбената вредност на овие овошја најчесто е висока поради големата содржина на масла и белковини во делот кој се консумира. Поради содржината и составот на масните киселини во плодовите - маслото од кикиритки во многу делови од светот се употребува како растителна маст во индустријата и домаќинствата, а бадемовото, ореовото или кокосовото масло во козметиката, кондиторската индустрија и во подготовката на сродни производи. Во одделни плодови, содржината на масло достигнува и до 70 %. Енергетската вредност на 100 g ореви без лушпа е многу висока и достигнува до 2900 kJ. Маслиновото масло поволно делува на здравјето бидејќи содржи оптимален однос на есенцијални масни киселини и витамини кои делуваат превентивно кај болестите на срцето и крвниот систем. Површинските клетки на плодовите на некои овошја лачат восочни материи. Тие им овозможуваат одредена заштита од микроорганизми, инсекти и надворешни влијанија. Овие материи делуваат и на физиолошките процеси при созревањето на плодовите.

Во одделни видови на овошје карактеристично е присуството на ароматични материи. Се смета дека во ароматичните материи се

наоѓаат голем број на компоненти, преку 100, полесно или потешко испарливи. Содржината на етерични масла, кои на овошјето му даваат карактеристичен мирис и арома, е зголемена кога овошјето е во зрела состојба. Јужното овошје содржи разни растителни етерични масла кои поседуваат пријатен и јак мирис. Најпознат е лимоненот којшто е главна состојка на етеричното масло кај јужното овошје. Аромата на овошјето поседува и одредена физиолошка вредност, бидејќи поволно влијае врз апетитот и секрецијата во желудникот и на другите органи за варење.



на калиум го намалува крвниот притисок, додека натриумот го зголемува. Затоа луѓе со хипертензија треба да внесуваат овошје богато со калиум. Калциумот е важен за правилна калцификација на коските и забите. Магнезиумот кај човекот го стимулира создавањето на крвните зрнца, го регулира крвниот притисок, го намалува холестеролот во крвта, спречува артеросклероза и потхранетост. Особено значајна улога имаат и микроелементите (Fe, Cu, J, F, Zn и др.) кои се застапени во многу мали количества, но се важни за активноста на ензимите.

Во некои овошја застапени се алкохолни шеќери, кои имаат сладок вкус, кои можат да се употребуваат како засладувачки средства при производството на диететски, нискокалорични производи. Собитолот којшто се наоѓа во крушите, јаболката и некои други видови овошје, може да се користи како замена за шеќерот. Неговото присуство или отсуство служи како доказ за фалсификување на преработките. Манитолот е застапен во малините, ананасот и други видови овошја.

Овошјето претставува богат извор на многубројни витамини, растворливи во вода (витамин С, комплекс на витамини В) и витамини растворливи во масти (витамин А, витамин D, витамин К, витамин Е, витамин F). Витамините претставуваат група на органски соединенија чија функција во организмот е специфична и неопходна. Недоволниот внес на одредени витамини доведува до болест, т.н. хиповитаминоза. Доколку недостигот е силно изразен, тоа се нарекува авитаминоза.

Некои плодови се особено значајни поради присуството на биолошки достапни активните компоненти (минерали и витамини). Минералните материи во овошјето се наоѓаат во границите од 0,3 до 0,8 %, а најмногу се застапени Ca, P, Na, K и Mg. Калиумот ја регулира алкалноста во клетката, а натриумот надвор од клетката. Нивниот меѓусебен однос го регулира крвниот притисок во организмот на човекот. Зголемената содржина



Витамините од групата В се застапени во мали количества во овошјето. Осетливи се на сончева светлина, но и на разни постапки на конзервирање. При термичка обработка на продуктите, доаѓа до губење на витамините, дури и до 50 %. Според содржината на витамин С (аскорбинска киселина), овошјето е посиромашно за разлика од зеленчукот, но е во предност бидејќи се користи во свежа состојба. Од овошјето, најбогато е јужното овошје (лимони, грејпфрут,

портокал и мандарина) со 45-50 mg/100 g, а особено богати со витамин С се плодовите на шипка со 1000-1500 mg/100 g. Витаминот С е особено осетлив на кислород и топлина (нестабилан е на температура над 60°C). Затоа е важно продуктите кои содржат значителни количества на витамин С да се конзумираат во свежа состојба, по можност непосредно по бербата или по чување при соодветни услови.

Витамините од групата А (ретинол) по своето дејство се познати како антиинфективни и во плодовите се наоѓаат како провитами - каротиноиди, од кој најважен е бета каротинот. Овошје богато со каротеноиди е: кајсијата, портокалот, мандарината, мангото и др. Витамини Е (токоферол) во овошјето се наоѓа во релативно мало количество.

Многу е стабилен и поднесува температура до 200 °C во отсуство на кислород. Тој ја спречува оксидацијата и на каротинот и на витаминот А.

Бојата на овошјето (кајсија, праска, портокал), се должи на присуството на боени материји - каротеноиди, додека темновиолетовата боја на овошјето (слива, боровница, аронија) е поради содржината на антоцијански бои кои имаат антинаемиско дејство. Каротеноидите, хлорофилот, антоцијаните и

варуваат функција на заштита на организмот и јакнење на имунитетот. Бројни научници тврдат дека конзумирањето на храна богата со антиоксиданси му помага на организмот во одбраната од различни болести (рак, кардиоваскуларни болести, дијабетес, итн.) кои предизвикуваат слободни радикали.

Докажано е дека антоцијаните се многу корисни во контролата на нивото на шеќер во крвта, заштитно делуваат на коронарните болести, но исто така го ублажуваат ризикот од Алцхајмерова болест.

Капините, заедно со боровницата, се на место број еден по антиоксидативното дејство. Половина чаша сок од капини има во себе толкаво антиоксидативно дејство, колку пет порции од некое друго овошје и зеленчук (на пр., морков, јаболко). Сокот од брусница и боровница одамна се користи за ублажување на инфекцијата на уринарниот тракт. Некои видови на овошје, на пр., вишната мараска, содржат исклучително висока концентрација на антоцијани, од 3,18 до 19,75 g/kg сува материја. Истражувањата покажале дека конзумирањето на концентрат на вишна мараска е корисно во превенцијата



фенолните и други биолошки активни соединенија, делуваат на организмот како природни антиоксиданси. Антиоксидансите ост-

на болести на крвните садови и тоа како за здрави доброволци, така и за дијабетичари.

ТРАДИЦИОНАЛНА ХРАНА



(ПРВ ДЕЛ)

*Проф. д-р Соња Србиновска,
Факултет за земјоделски науки и храна, УКИМ*

Денес, нашата директна врска со храната станува сè послаба. Стандардизираната храна, вештачките вкусови и индустриското производство, кои денес се широко распространети, предизвикуваат отсуство на многу видови на локална и традиционална храна.

Она што треба да знаеме е како да ја избереме храната која ја купуваме и конзумираме секој ден, да ја цениме важноста на врската помеѓу храната и задоволството, да ги препознаваме вкусовете и обичаите на трpezата, како и да го зголемиме интересот и љубопитноста за откривање на историјата зад чинијата или производот, но и да ги знаеме лицата и рацете на тие од кои е произведена.

ШТО Е ТРАДИЦИОНАЛНА ХРАНА

Со комбинација на традицијата, обичаите, талентот и науката се изработуваат најубавите традиционални производи и специјалитети, а при нивна консумација може да се почувствува вкусот на природата. Кога зборуваме за традиционална храна се мисли на:

- Храна која се изработува во мали количини од вистински мајстори, следејќи ја традицијата на производството.
- Кај традиционалните производи, регионот секогаш има свое влијание, потоа сортата на растенијата, расата на животното, почвата, пашата, микроклимата, микрофлората, лековитите тревки и сл. Сето ова ги прави овие производи најубави и најспецифични во светот.
- Традиционалното производство е и уметност и начин на живот, а овие производи се израз на гордост, страст и традиција на една нација. Тоа е култура, наследство и ценет пејзаж, храна која нè потсетува на детството, на вкусот од кујните на нашите баби и прабаби.

ОЗНАКИ ЗА КВАЛИТЕТ

Единствените квалитетни и културни карактеристики, како и потребата да се заштитат знаењата и вештините својствени за традиционалната и регионалната храна, како и заштита од имитација, доведоа до воспоста-

вување на систем за регистрација на производи користејќи доброволни ознаки за квалитет. За да се зачува специфичниот и традиционален карактер на одредени производи, во Република Македонија, како и во ЕУ, се воведени **заштитени називи за земјоделските и прехранбените производи**. Кај нас, со закон е дефинирана заштитата на називите на ваквите традиционални земјоделски и прехранбени производи и притоа се утврдени и условите под кои тие ознаки можат да се употребуваат. На овој начин е овозможено сите земјоделски производители кои произведуваат некои специфични производи, со посебни карактеристики или, пак, во некој посебен регион, со примена на одредени традиционални постапки, да можат да ги заштитат и на тој начин да им гарантираат на потрошувачите за посебниот квалитет на нивните производи.

Основната цел е создавање на квалитетни производи кои гарантираат безбедност, постојан квалитет, но и специфичност и уникатност при производството. На овој начин се овозможува и зачувување на локалните и регионалните традиционални производства. За жал, кај нас, и покрај големата палета на традиционални производи, заштитена е само охридската цреша.

ШТО ЗНАЧАТ ОЗНАКИТЕ ЗА КВАЛИТЕТ

Сите традиционални производи кои се заштитуваат со ознаките за квалитет мора да имаат докажана употреба на домашниот пазар за период кој овозможува пренос од поколение на поколение, односно традиција од најмалку 30 години. Ако еден производ е заштитен со назив за квалитет, тоа претставува гаранција не само за квалитетот на производот, туку и за неговата автентичност. Тоа значи дека купувачите можат да бидат сигурни дека нема да добијат производ со фалсификат назив на производот

ЗАШТИТЕНА ОЗНАКА ЗА ПОТЕКЛО - ЗОП

- Производи кои потекнуваат од одредено место или регион;
- Производи чиј квалитет или карактеристики, во најголем дел или исклучиво се под влијание на посебни природни, човечки фактори, на одредено географско подрачје и
- Производ кај кој сите производствени процеси во целост се одвиваат во прецизно дефинирано географско подрачје.



ЗАШТИТЕНА ГЕОГРАФСКА ОЗНАКА - ЗГО

- Производи кои потекнуваат од одредено место, регион, или земја;
- Производи кои имаат специфичен квалитет, углед или друго обележје кои се припишуваат на географското потекло и
- Најмалку еден од производствените процеси треба да се одвива во дефинирано географско подрачје.



ГАРАНТИРАН ТРАДИЦИОНАЛЕН СПЕЦИЈАЛИТЕТ - ГТС

- Производи кои содржат суровини или состојки кои традиционално се користат, или
- Производи кои се произведуваат на традиционален специфичен начин или
- Производи кои имаат традиционален состав.



ШТО САКААТ ПОТРОШУВАЧИТЕ

Кај повеќето потрошувачи постои тенденција кон купување на земјоделски производи и храна со повисок квалитет, повкусна, побогата со хранливи материи, произведена на традиционален начин или во некој определен регион.

Според мислењето на македонските потрошувачи, традиционалната храна е поврзана со единствени рецепти или, пак, со традиционална преработка на храната во одредена област и е дел од културниот идентитет на заедниците, добиена според единствени (автохтони) рецепти или, пак, со традиционална преработка.

Кога размислуваме за традиционалната храна, атрибутите за квалитет кои најчесто потрошувачот ги користи се:

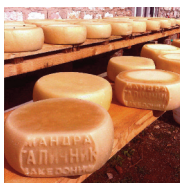
- **Производ со вистински квалитет** (мирис, вкус, изглед), со висока хранлива вредност;
- **Производ со специфични начини на производство** кои се резултат на **локално знаење и традиција**, технологија пренесена од една генерација на друга: предци, наследство, семејство;
- **Производ со природен вкус**;
- **Храна која често се консумира** (од навика) или е поврзана со специфични прослави (Божиќ, Велигден, Рамазан и др. верски празници), или, пак, се прави во специјални прилики и / или сезони;
- **Производ со специфични карактеристики**, често поврзани со географското потекло или ре-

гионот на производство (на пр., планински подрачја, посебни состојки и сл.);

- **Храна со специфично потекло**: земја, локално, фарма, рурална средина и сл.;
- **Храна направена на специфичен начин** со посебно внимание според гастрономското наследство: специјален рецепт, домашно направена итн.;
- **Храна со истакнати и препознатливи сетилни особини**: вкусна, ароматична, специфичен вкус и главно поврзани со одредена локална област, регион или држава;
- **Храна со мала или никаква обработка/манипулација**;
- **Храна која обезбедува разновидност**, поголем избор, пренесени од една генерација на друга.

Поголем дел од потрошувачите сметаат дека оваа храна е: здрава, природна, хранлива, но постојат и мислења дека оваа храна е скапа, недостапна, масна, нездрава, здодевна и сл.

Квалитетот на храната е многу комплексен и постојано може да се напредува и подобрува, сè со цел да се задоволат барањата на потрошувачите. Со еден збор, може да се каже дека квалитетот претставува задоволување на барањата на потрошувачите. Традиционалната и регионалната храна се смета за наследство пренесено во заедниците, а потрошувачите од овие производи очекуваат одредено специфично сетилно искуство со висока хранлива вредност.





ВРЕМЕ Е ЗА СЛАДОЛЕД!

*Доц. д-р Душица Санџа,
Факултет за земјоделски науки и храна, УКИМ*



Иако често го сместуваат во брзата храна, сладоледот е всушност релативно добро балансиран, севкупен, лесно сварлив и вкусен производ. Се претпоставува дека на почетокот тоа биле замрзнати овошни сокови. Иако потеклото е изгубено низ историјата и за него се поврзани многу легенди и митови, сладоледот потекнува од Европа. Подоцна бил донесен во Соединетите Американски Држави од страна на англиските колонисти.

Со користење на различни состојки и додатоци се зголемува нутритивната вредност на сладоледот и тој претставува одличен извор на енергија. Генерално, тој содржи три до четири пати по-

веќе масти од млекото и 15% повеќе протеини. Дополнително, во производството може да се додаде: овошје и производи од овошје, природни засладувачи, кондиторски производи, кафе и производи од кафе, зеленчук и производи од зеленчук, жита и производи од жита и други производи наменети за човековата исхрана. Сладоледот е особено соодветен за децата во раст. Дури, во некои болници во светот влегува и во дневното мени.

Млечните протеини во сладоледот имаат одлична биолошка вредност бидејќи содржат есенцијални аминокиселини како што се триптофанот и лизинот. Протеините се важни за растот на доенчињата и децата, како и за одржување на ткивата кај возрасните. Мастите се богат извор на енергија и играат голема улога кај сладоледот. Тие придонесуваат за богатиот вкус и служат како носачи на витамините растворливи во масти како А, Д, Е и К. Мастите, пред сè, млечната маст, се многу важни во изградбата на стабилната структура на сладоледот и во него мастите се во форма на мали агло-

мерати меѓусебно поврзани на површината на воздушните меури кои ги има во сладоледот. Со стабилизирање на воздушните меури се добива убава кремаста текстура на сладоледот. Масните се додаваат во сладоледот не само поради нивната хранлива вредност, туку и поради вкусот во устата, агрегатната состојба, аромата и сл. Сладоледот, исто така, е одличен извор и на витаминот А кој е доста важен за видот.

Сладоледот, освен основните состојки, содржи и вдуван воздух како и емулгатори кои имаат важна улога во сладоледот. Вдувувањето на воздух како технолошка постапка придонесува за зголемување на волуменот на сладоледот и го подобрува вкусот при консумација. Според нашите законски прописи, волуменот на сладоледот и сладоледните десерти кои се пуштаат во промет со точење во корнети или слично, може да се зголемува до 30%, а, пак, на сладоледот и сладоледните десерти во оригинално пакување, односно во индустриски услови, може да се зголемува до 120%.

Сладоледот содржи и стабилизатори кои се додаваат во мешавината при производството заради подобра вискозност. Без стабилизаторите сладоледот за кратко време ќе добие груба текстура и ќе дојде до појава на кристали мраз, поради миграцијата на слободната вода. Кристалите од мраз се и најчеста мана која се јавува кај сладоледот. Повеќе причини постојат за појавата на кристалите мраз, а тоа се: недоволно вкупни суви материи (висока содржина на вода), недоволна количина на протеини, слаб ста-

билизатор или бавно замрзнување, како и други причини, но најверојатна причина е променливата температура за време на чувањето и дистрибуцијата на сладоледот. Кристалите од мраз се неприфатени од страна на потрошувачите, а тие влијаат и на рокот на траење на сладоледот. Во однос на рокот на траење, според проф. Даглас Гоф од Универзитетот Гелф во Канада, нема

вистински одговор на прашањето колкав е рокот на траење на сладоледот бидејќи тоа најмногу зависи од условите на чување. Рокот може да биде една година, но може и две недели.

Корисни ефекти од консумирањето на сладолед

Млечниот сладолед содржи 0,122г калциум на 100г. Калциумот е корисен за јаки и здрави коски. Редовното внесување на калциум преку сладоледот и другите млечни производи придонесува за намалување на остеопорозата како и болестите поврзани со коските. Доколку во телото не се внесува соодветна количина на калциум, тоа го користи калциумот од резервите. Не само за коските и забите, калциумот игра улога и во намалувањето на тежината што е докажано во многу студии.

Истражувачите силно го поддржуваат ставот дека сладоледот помага во одржувањето на репродуктивното здравје кај жените. Истражувањето спроведено од страна на Школата за јавно здравје од Харвард на 18000 жени на возраст од 24 до 42 години покажало дека консумирањето на сладолед и други полномасни млечни производи ги зголемува шансите за овулација. Д-р Џорџ Чаваро од



Харвард препорачува жените кои сакаат да забременат да пробат да ги заменат млечните производи со намалени масти со високомасни млечни производи, на пример, обезмастеното млеко да се замени со полномасно и наместо јогурт со намалени масти да земаат сладолед.

Сладоледот е богат со лактоферин и цитокини кои го зајакнуваат имунитетот. Некои сладоледот го поврзуваат со причините за настинка и кашлање, а всушност, кога јадеме сладолед, стопениот сладолед кој оди во устата е под влијание на температурата на телото па во таа точка температурата на сладоледот не е толку ниска.

Сладоледот како медиум за пробиотиците

Како што е познато, исхраната игра важна улога кај здравјето на луѓето. Во последните години посебно внимание се посветува на функционалната храна. Функционална храна претставува храна за која адекватно е докажано дека има позитивен ефект на една или повеќе функции во организмот во релација со здравјето и благосостојбата или ги намалува ризиците од појава на болести. Со цел да се подобри здравјето на гастроинтестиналниот тракт, употребата на пробиотици, пребиотици и симбиотици претставува најголем сегмент на пазарот на функционалната храна. Пробиотик значи жив микробиолошки препарат (сама или мешана култура на жив микроорганизам), кој го подобрува здравјето со одржување на природната микробиолошка популација во гастроинтестиналниот тракт.



Во последните години се забележува пораст на употребата на пробиотици во млечните производи. Сладоледот е идеален медиум за внес на овие пробиотици во исхраната, пред сè, поради неутралната рН. Високата содржина на суви материи во сладоледот, вклучувајќи ги и мастите, овозможува заштита на пробиотските бактерии.

Пробиотиците кои се користат најчесто припаѓаат на родовите *Lactobacillus* sp. и *Bifidobacterium* sp. Ефикасноста на додадените пробиотски бактерии зависи од додадената количина, видот на млечните производи, присуството на воздух, ниските температури, и поради тоа нивната активност мора да биде одржувана за да преживеат до гастроинтестиналниот тракт. Според Меѓународната федерација за млеко и млечни производи, минималната доза на живи пробиотски бактерии е 10⁷ по грам на производ. Потребен е соодветен метод за внес на пробиотиците со цел да се одржи нивната активност. Физичката заштита на пробиотиците со помош на микроенкапсулација е нов метод со кој се зголемува преживувањето на пробиотиците. Исто така е важно да се изберат и соодветните пробиотски бактерии со цел да можат да ги преживеат условите во сладоледот како што се високата концентрација на сахароза, кислород, замрзнување и температура на чување. Микроенкапсулацијата може да ги заштити овие бактерии од горенаведените услови. На индустријата и на научниците им претставува голем предизвик развојот на нови пробиотски производи, а секако,

дали новите производи ќе се пробијат на пазарот зависи од прифаќањето на потрошувачите.

Исто така, од страна на потрошувачите постои зголемена побарувачка на разни прехранбени производи па и на сладоледи со помал процент на масти. За жал, вкусот на сладоледот без масти не е прифатлив за голем број потрошувачи. Еден од главните критериуми што ги бараат потрошувачите е сладоледот да има убав и добар вкус при консумирањето. За да се задоволи вкусот на потрошувачите, производителите на сладолед се борат со следното прашање: ако млечните масти се извадат од сладоледот, што може да се додаде за да се симулира улогата на мастите во текстурата и вкусот на сладоледот? Вообичаено, одговорот е агенси кои произведуваат минимални негативни ефекти врз производството на сладолед, рокот на траење и цената. Денес, како алтернатива на висококалоричните млечни масти се додаваат различни замени за мастите. Исто така, и засладувачи кои се замена на јаглехидратите, како што се малтодекстрин и полидекстроза. Поради сето ова, модификацијата на составот на сладоледот (производство на нискокалоричен производ) е многу комплексна задача и претставува вистински предизвик за прехранбената индустрија.

Можеме да заклучиме дека сладоледот е вреден производ поради неговата содржина на висококвалитетни протеини и калциум. Тој



е богат со нутриенти и ни овозможува задоволство кога го конзумираме. Нема никаква причина да не уживате во вкусот на сладоледот доколку применувате здрава и балансирана исхрана и практикувате активен начин на живеење.

Не заборавајте на безбедноста!

Во летниот период, омилениот десерт кој нè разладува е секако сладоледот и тоа е еден од најконсумираните производи во овој период. Но, како потрошувачи треба да бидете посебно внимателни при вашиот избор на сладолед, пред сè, од безбедносен аспект. Посебно посветете внимание на рокот на траење. Купувајте од сигурни места, особено од места каде што има поголем проток на купувачи, внимавајте и на чистотата и изгледот на просторот од каде што купувате. Задолжително читајте ги ознаките на сладоледот.

За крај, дали сте знаеле?

Во Италија, близу до Болоња, во 2003 година е основан Универзитет на сладоледот, на кој студентите учат за тајните на подготовката на сладолед. Факултетот го основала компанијата „Carpigiani“ која е една од најпознатите фабрики за машини за сладолед. На Универзитетот се наоѓа најголемата лабораторија за сладолед во светот, а студентите практично го учат процесот на производство од најдобрите инструктори за сладолед.

ЛИСТЕРИОЗА

ШТО Е ЗНАЧАЈНО ДА ЗНАЕТЕ



Подготвено од
Агенција за храна и ветеринарство
Одделение за заштита на поитрошувачи

Листерииозата е пренослива бактериска болест за човекот и животните. Ја предизвикува грам-позитивна бактерија од групата **листерија** (лат. *Listeria monocytogenes*).

- Се смета дека домашните животни, односно преживарите, го одржуваат циклусот на кружење на листеријата во природата со фекално-орална контаминација на земјиштето.
- Иако бактеријата е позната многу одамна, дури во осумдесеттите години од дваесеттиот век е откриено дека контаминацијата на храната е главниот пат на пренесување на оваа бактерија од околината на луѓето.
- Болеста се јавува поединечно и најчесто случаите не можат да се поврзат, што претставува сериозен епидемиолошки проблем.

- Се проценува дека болеста се јавува засега многу ретко, 3-4 случаи на милион жители на глобално ниво. Во Европа бележи тренд на нешто поголема зачестеност, особено во Франција и Скандинавија, односно варира меѓу 0,3 (Грција) и 7,5 (Шведска).

- Најчесто се јавува од почетокот на пролетта до крајот на летото. Потребен е голем број на бактерии во храната за да се предизвика болеста. За оваа бактерија е специфично што може да се одржи и на ниски температури и во ладилникот.

- Заразените вообичаено имаат треска, болки во мускулите, мачнина, повраќање, пролив.

- Ако мислите дека сте заразени од оваа бактерија, треба да се консултирате со вашиот лекар, бидејќи се лекува





со антибиотска терапија препишана од лекар.

- Болеста е сериозна за ризичните популациони групи. Тие групи се: постари лица, мали деца, лица со намален имунитет /хронични болни, болни со канцер...
- Кај инфицирани трудници, иако немаат сериозни симптоми на болеста, може да настане спонтан абортус, раѓање на мртов плод и сериозна болест или смрт на новороденото.
- Оваа бактерија, всушност, како и повеќето други, ја уништуваат **високи температури - готвење и пастеризација**.
- **Храна која се смета за ризична**, кога е во прашање листерија: непастеризирано млеко и млечни производи произведени од непастеризирано млеко, несоодветно термички приготвено месо и месни преработки, ладно димени производи, непреработено овошје и зеленчук, како и сите видови готова храна која не се загрева пред употребата.

Податоците од ЕФСА (Европската агенција за храна) покажуваат дека замрзнатата пченка и евентуално други замрзнати зеленчуци се најверојатниот извор за појавата на листериоза во Австрија, Данска, Финска, Шведска и Велика Британија од 2015 година. До 15 јуни 2018 година се пријавени 47 случаи, вклучувајќи 9 смртни случаи.

Истите соеви на *L. monocytogenes* се откриени во замрзнат зеленчук, произведен од унгарска компанија во 2016, 2017 и 2018 година. Ова укажува на тоа дека соевите опстанале во преработувачката фабрика и покрај постапките за чистење и дезинфекција кои биле спроведени. За да се идентификуваат точките на загадување, потребни се понатамошни испитувања, вклучувајќи темелно земање на мостри и тестирања.

На 29 јуни 2018 година, унгарската надлежна институција за храна ја забрани продажбата на сите замрзнати зеленчукови и замрзнати мешани растителни производи произведени од засегнатата фабрика помеѓу август 2016 и јуни 2018 година, и нареди итно повлекување и отповикување. Оваа последна мерка веројатно значително ќе го намали ризикот од инфекции кај луѓето и ќе ја спречи појавата на болеста.

Нови случаи сè уште може да се појават поради долгиот период на инкубација на листериозата (до 70 дена); долг рок на траење на замрзнатите производи од пченка и користењето на купената замрзната пченка пред отповикувањето, без соодветна термичка обработка. За да се намали ризикот од инфекција, потрошувачите треба соодветно термички да го третираат замрзнатиот зеленчук подготвен за јадење, иако овие производи најчесто се консумираат без



готвење (на пример, во салати и пијалаци). Ова особено важи за потрошувачите со најголем ризик од листериоза, како што се постарите лица, бремените жени, новородените и возрасните со ослабен имунолошки систем.

Бидејќи ЛИСТЕРИЈАТА е бактерија која кружи во природата и потенцијално може да се најде во термички непреработената храна (млеко, месо, овошје, зеленчук...), за превенција од болестите кои се пренесуваат преку храната, потсетете се на Препораките на Светската здравствена организација

Упатства на СЗО /пет чекори до побезбедна храна

1 чекор



Внимавајте на чистотата

- мијте ги рацете пред земање на храната и во текот на подготовката на храната
- мијте ги рацете после одење во тоалет
- одржувајте ги чисти сите површини и опрема која ја користите за подготовка на храната
- заштитете го просторот на кујната и самата храна од инсекти, штетници и други животни
- Повеќето од микроорганизмите не предизвикуваат болести, но опасните микроорганизми можеме да ги пронајдеме на различни места како што се почвата, водата, како и на животните и луѓето.
- Тие микроорганизми се пренесуваат преку рацете, кујнските крпи и садови, особено преку даските за сечење, а и со најмал допир може да се пренесат на храната и да предизвикаат заболување кое се пренесува преку храна.

2 чекор



Одвојте го сировото од зготвеното

- одвојте го сировото месо, месото од живина, риба и морските плодови од останата храна
- сатовите и приборот како ножевите и даските за сечење за обработка на сировата храна не ги користете за термички обработената храна
- чувајте ја храната во одвоени садови за да се избегне контактот на сировата и преработената храна
- Сировата храна, посебно месото, месото од живина, рибата и морските плодови, може да содржат опасни микроорганизми кои со текот на подготовката и чувањето може да се пренесат на храната.



3 чекор



Темелно згответе ја храната

- храната гответе ја темелно, особено месото, месото од живина, рибата и морските плодови
- супите и гулашите оставете ги да провријат како би биле сигурни дека е постигната температура од 70 °C. При печењето на месо и месо од живина, сокот не смее да биде розеникав туку мора да биде бистар. Се препорачува да се употребува термометар за мерење на температурата на месото.
- при подгрејување храната темелно загрејте ја.
- Правилното готвење ги уништува речиси сите опасни микроорганизми. Истражувањата покажале дека со готвење на храната на 70 °C можеме сосема да бидеме сигурни дека храната е безбедна за конзумирање



4 чекор



Храната чувајте ја на пропишаната температура

- не оставајте ја зготвената храна на собна температура подолго од 2 часа
- целата зготвена и лесно расиплива храна во колку што е можно покус рок оладете ја (на температура под 5 °C)
- пред послужување зготвената храна добро подгрејте ја (над 65 °C)
- дури ни во ладилник не треба да ја чувате храната подолго време
- **Микроорганизмите можат многу брзо да се размножуваат доколку храната се чува на собна температура. Со чување на храната на температура пониска од 5°C и повисока од 60°C размножувањето на микроорганизмите е значително забавено или потполно запрено. Сепак, некои опасни микроорганизми се размножуваат дури и при температура под 5°C.**



5 чекор



Користете исправна вода и свежи намирници

- користете само здравствено исправна вода
- бирајте само свежи намирници и избегнувајте ги оние за кои се сомневате дека се здравствено неисправни
- изберете ја храната која претходно е термички обработена ако тоа го намалува ризикот од труење, а не влијае значително на хранливите својства (пастеризирано млеко)
- измијте го овошјето и зеленчукот пред конзумирање во свежа состојба
- не употребувајте храна со поминат рок на траење
- Сировите намирници, вклучувајќи ги и водата и мразот, можат да бидат контаминирани со опасни микроорганизми и хемикалии. Отровни соединенија може да се создадат во оштетена и мувлосана храна. Со поголемо внимание при изборот на сировите прехранбени намирници, како и со едноставните мерки како миенењето и лупењето, може значително да се намали потенцијалниот ризик.

СПРАВУВАЊЕ СО МАРКЕТИНГОТ НА ХРАНАТА ЗА ДЕЦА ВО ДИГИТАЛНИОТ СВЕТ КАКО ДО РЕШЕНИЈА?

Доц. д-р Игор Сироски
Институт за јавно здравје на Република Македонија - Скопје
Медицински факултет, УКИМ

Храната којашто најчесто се рекламира на децата се покажа дека е „eat less“ храна, како што се жита кои се јадат за појадок засладени со шеќер, пијалаци богати со шеќер, слатки и солени закуски. Таквата храна е јасно дека е цел на ограничувања, но без експлицитно дефинирани нутритивни критериуми, имплементирањето на рестрикциите станува практично невозможно. Тој предизвик е една од најголемите пречки во развојот на политики поврзани со оваа проблематика.

Еден начин на којшто може да се пристапи кон проблемот е креирањето на т.н. Nutrient Profile Model, односно модел за нутритивно профилирање на храната. Таквиот модел се базира на класифицирање и рангирање на храната според нејзиниот нутритивен состав, со цел да се спречи предвремена појава на болести и да се промовира здравјето.

Моделот создаден од Регионалната канцеларија на

СЗО за Европа привлече значително внимание и се применува во повеќе држави, а се вклучува и во национални политики.

Овој профил на СЗО е тестиран и во нашата земја, во истражување спроведено од Одделението за физиологија и мониторинг на исхраната при Институтот за јавно здравје на РМ. Се следеа рекламите за храна и безалкохолни пијалаци кои се прикажуваат во текот на детски програми на сите национални телевизии во РМ и на еден канал на кој се прикажуваат цртани филмови и детски програми со македонска натсинхронизација, а кој се емитува преку кабелски оператори или друг вид на овозможувачи на телевизиски канали за домаќинствата. Производите прикажани на рекламите беа идентификувани, а нивниот нутритивен состав беше добиен од декларациите на истите производи кои се земени од трговијата на мало. Нутритивниот состав на произво-

MARKETING



дите беше спореден со барањата на моделот според кој би се дозволило или забранило нивно рекламирање на храна на деца.

Од 19 идентификувани производи, ниту еден не беше соодветен за рекламирање на деца, според стандардите на моделот на СЗО, во однос на кој се споредувани. Најголем дел од производите припаѓаа во групата на чоколада и кондиторски производи. Производот со најголема калориска вредност на 100g, исто така, спаѓаше во таа категорија, како и производот со најголемо присуство на вкупни и заситени масти. Најголема количина на шеќер имаше во производ од групата на „жита за појадок“, а најголема количина на сол во концентратот за супа. Забележливо е дека кај дел од производите немаше информации на декларацијата за заситени масти и додадени шеќери, а речиси кај сите недостасуваше информација за присуство на трансмасни киселини. Присуството на сол беше во најголем дел пресметувано според декларираното присуство на натриум.

Резултатите од студијата покажуваат дека рекламите за храна кои се прикажуваа во текот на детски програми на телевизиите се исклучиво за производи кои, според моделот за споредба, би биле забранети за рекламирање. Иако моделот според кој се врши споредбата е модел на исклучително развиени држави кои во своето законодавство имаат имплементирано регулатива за оваа проблематика, тоа не го намалува значењето на фактот дека децата кај нас се непропорционално изложени на интензивен маркетинг на храна која им се сугерира дека треба да ја консумираат, а која има несоодветен нутри-

тивен состав за нивна возраст. Таквата состојба е присутна и во многу поразвиени општества каде што децата се под континуиран и агресивен маркетинг на храна богата со шеќер, сол и масти.

Digital Marketing

Зошто се важни податоците од ваквите истражувања?

Преку вакви и слични истражувања кои во иднина ќе се фокусираат на дигиталните медиуми и на социјалните мрежи, може да се процени колку децата посетуваат одредени веб-страници, колку долго тие се задржуваат на содржината, опсегот во кој адолесцентите се изложени на таргетирање базирано на локација и дали тие ја користат оваа промоција. Родителите не можат да видат сè што нивните деца виделе поради малите екрани и поради новата персонализирана природа на маркетингот во дигиталните медиуми. Истражувачите го истражувале маркетингот на храна за децата во социјалните медиуми, но не успеале да ги објаснат феномените на персонализиран маркетинг или користење на самопријавено рекламирање на алкохол преку интернет, што е особено проблематично во дигиталните медиуми каде што рекламите потешко се идентификуваат.

Што би требало да се направи? рава и регулативи

Права на децата во дигиталното окружување

Консензуалната резолуција на Советот за човекови права на Обединетите нации за промоција, заштита и уживање на човековите



права на интернет тврди дека истите права што ги имаат луѓето кога се „offline“, треба да бидат запазени и кога се „online“.

Постигнувањето на целта за намалување на изложеноста на децата на маркетинг на храна богата со масти, сол и шеќер (HFSS) треба првично да дефинира на кого му е потребна помош. Во сферата на дигиталната приватност, треба да се дефинира што претставува „детство“. Поимот „детство“ се разликува помеѓу различни регулативи и држави и овој предизвик се пренесува и на дигиталниот HFSS маркетинг.

Во дигиталното кралство, најчесто е дефинирано дека полнолетството почнува од 13 години. Во рамките на Европската Унија, само неколку држави имаат дефинирани точни граници во кои малолетните лица можат да дадат согласност за обработка на нивните податоци (од 14 до 18 години). Европската Унија постави висока возрастна граница, на 16 години, според која малолетниците можат да дадат согласност за собирање и обработка на лични податоци. Државите-членки можат да постават пониска возрастна граница, меѓутоа не пониска од 13 години.

Друг предизвик за регулирање е големата достапност и пристапот до интернет и воедно наметнување на потребата за значителна прекугранична маркетинг комуникација. Регулативата и поставувањето на стандардите на национално ниво веројатно нема да бидат доволни, освен ако многу земји не преземат соодветно координирано дејствување. Важна е задачата да се

регулира овој глобален феномен на национално ниво, односно да бидат воведени универзални стандарди.

Примерите на кои може да се повикаме засега не се поврзани со рекламирање на храна, туку на тутун и цигари, преку спроведувањето на Рамковната конвенција на СЗО за контрола на тутунот, Директивата за рекламирање на Европската Унија за тутун, Директива за тутунски производи на ЕУ и Директивата за аудиовизуелни медиумски услуги на Европската Унија.

Член 13 од Рамковната конвенција на СЗО за контрола на тутунот ги повикува страните на Конвенцијата да признаат дека „сеопфатната забрана за рекламирање, промоција и спонзорство ќе ја намали потрошувачката на тутунски производи. Меѓутоа, потребно е да се преземе сеопфатна забрана за прекугранична соработка за рекламирање, промоција и спонзорство со потекло од својата територија“.

Регулативите на Европската Унија може да се пренесат и на прекуграничниот маркетинг. Но, компетентноста на Европската Унија во голема мера е ограничена само на маркетингот меѓу нејзините земји - членки. Ирска и Обединетото Кралство одбраа да ги надминат препораките на Европската Унија со воведување на национално законодавство за маркетинг на HFSS храна. Сепак, според правилата на внатрешниот пазар на Европската Унија за слободно движење на стоки и услуги, земјите-членки можат да воведат построги стандарди за мар-



кетинг исклучиво само во нивната јурисдикција. Тие не смеат да го ограничат пренесувањето на медиумските услуги од другите земји-членки на нивната територија.

Класичен пример за тоа се рекламите за храна што се емитуваат во Обединетото Кралство, но потекнуваат од надвор, и тие мора да се усогласат со законите во земјата на потекло наместо законската регулатива на Обединетото Кралство. На овој начин, земјите-членки се одговорни за обезбедувањето на аудиовизуелна комерцијална комуникација од страна на давателите на медиумски услуги под нивна надлежност да се усогласат со релевантното национално законодавство, и тие не би смееле да ја osporat другата земја-членка во која медиумската услуга на провајдерите е помалку регулирана.



секоје лице или субјект што емитува рекламирање, промоција и спонзорство од територијата на страната што може да се прими во друга држава.

Постојат голем број преклопувачки национални и меѓународни правни рамки за регулирање на дигиталниот маркетинг. Додека овие можат да обезбедат опции за регулирање на HFSS маркетингот на децата, државите можеби ќе треба да ги разгледаат и да ги согледаат сите недостатоци. Некои рамки за регионална политика (на пример, Директивата на Европската Унија за аудиовизуелни медиумски услуги и Директивата на Европската Унија за заштита на податоците), делумно се занимаваат со дигиталниот маркетинг и потребата за заштита на децата.

Националната регулатива за дигитален маркетинг, секако, може да игра улога во решавањето на проблемот со дигиталниот маркетинг - ако повеќе

земји воведат мерки, тоа може да го притисне прекуграничниот маркетинг. Во моментот, националното регулирање на дигиталниот маркетинг се состои од:

- различни национални закони, вклучувајќи го Законот за маркетинг практики во Данска, Законот за заштита на податоци во Обединетото Кралство и Законот за заштита на потрошувачите во Австралија;
- регулаторните агенции, како што се оние за заштита на конкуренцијата и агенциите за заштита на потрошувачите, медиумите и агенциите за комуникации, како и иницијативите за саморегулација во индустријата.

Ограничувања треба да постојат и да важат за секое лице или субјект што емитува рекламирање, промоција и спонзорство од територијата на страната што може да се прими во друга држава. Со оглед на законодавните и регулаторните предизвици што ги опишавме погоре, кои се должат на безграничната интернет-природа, понатамошна координирана регулатива е видно потребна во сите земји и регулаторни тела кои играат важна улога во тоа. Ова е јасно загрижувачки во рамките на континуираното отсуство на легислатива на Европската Унија, односно маркетинг содржините, особено дигиталниот маркетинг кој, за жал, понекогаш може и да излезе надвор од надлежноста на една земја (како што и претходно беше споменато). Понатаму, ограничувањата треба да важат за

Заштита на потрошувачите, заштита на податоците и нивната приватност

Националното законодавство за заштита на потрошувачите СТРОГО забранува погрешно или измамничко однесување, неточно или погрешно тврдење и наметнување на нефер договорни услови.

Националните закони за заштита на личните податоци и приватноста бара од бизнисите да бидат отворени и транспарентни во однос на обработката на податоците.

„Спамот“ е вклучен во националните закони за заштита на податоците во Европската Унија и многу земји кои не се членки на Европската Унија, но имаат посебно законодавство за спам (на пример, законодавството против спам во Канада и Законот за австралиски спам), што бараат бизнисите да добијат согласност од потрошувачот пред да започнат комерцијална електронска порака.

Покрај националното и наднационалното законодавство и регулатива, голем број национални и федерални регулаторни агенции ги покриваат различните практики во текот на животниот циклус на производството на содржини во дигиталното рекламирање. Примери на регулаторни агенции кои би можеле да го надгледуваат дигиталниот маркетинг и да ја спроведат усогласеноста се:

- Националните агенции за медиуми и комуникации кои имаат моќ да наметнат казни за



прекршување на националното законодавство за комуникација;

- Националните агенции за конкуренција и заштита на потрошувачите кои имаат моќ да ја регулираат содржината на дигиталното рекламирање преку националното законодавство за заштита на потрошувачите;
- Органите за заштита на податоци и зачувување на приватноста кои имаат овластување да изрекуваат казни за прекршување на овие одредби или други прекршувања на законодавството за заштита на податоците;

Регулаторната сила за спроведување на активностите на овие национални агенции (вклучувајќи и наметнување на санкции) е ограничена на нивната надлежност и немаат мандат да наметнат санкции или парични казни на меѓународно ниво. Овие агенции можат да соработуваат на меѓународно ниво и да ги споделат искуствата.

Исто така, важно е да се напомене дека постои политичка волја да се подигне нивниот законодавен дострел на повисоко ниво.

Регулирањето на маркетингот на нездрава храна на децата е компликуван процес кој бара координирана акција на ниво на една држава, но и значајна меѓудржавна соработка која ќе ја пресретне на државната приroda на електронската комуникација.





АГЕНЦИЈА
ЗА ХРАНА И
ВЕТЕРИНАРСТВО



02 2457 893
02 2457 895

Бесплатна линија
0800 3 22 22

III Македонска бригада, бр. 20, Скопје
Тел. 02 2457 893, 02 2457 895
www.fva.gov.mk



Организација на потрошувачите
на Македонија

50 Дивизија 10А, П. Фах 150, Скопје
Тел. 02 3179 592
e-mail: opm@opm.org.mk
e-mail: sovetuvanja@opm.org.mk
www.opm.org.mk



билт  е н