



UNIVERZA V LJUBLJANI  
ŠTUDIJSKO LETO 2014/15  
BOLONJSKI MAGISTRSKI PROGRAM

**EKONOMSKA FAKULTETA**

Predmet: RAZVOJ IN TRŽENJE NOVIH IZDELKOV

Nosilec: prof. dr. Tanja Dmitrović

**AKADEMIJA ZA LIKOVNO UMETNOST IN OBLIKOVANJE**

Predmet: UPRAVLJANJE V OBLIKOVANJU

Nosilec: doc. dr. Miha Klinar

**PROJEKT RAZVOJA NOVEGA IZDELKA NA PRIMERU LOŠKE  
MLEKARNE**

**Primer ekološkega otroškega jogurta**

Ljubljana, april 2014

GORDANA JANKOVIĆ, EF  
VANJA KERMC, EF  
EVA BOŠTJANČIČ, EF  
ŠPELA GOLČER, EF  
VANJA LOJEN, ALUO  
GREGOR HUMAR, ALUO

# KAZALO

BRIEF.....	1
POVZETEK ZA VRHNI MANAGEMENT.....	5
UVOD.....	8
1 STRATEŠKA IZHODIŠČA.....	9
1.1 Poslanstvo in vizija.....	9
1.2 Strateške usmeritve.....	9
1.3 Analiza trga.....	9
1.3.1 O Loških mlekarnah in naboru izdelkov.....	9
1.3.2 Konkurenti Loške mlekarne.....	13
2 STRATEŠKI NAČRT INOVACIJE IZDELKA.....	26
2.1 Ozadje.....	26
2.2 Arena.....	27
2.2.1 Tehnologija.....	27
2.2.2 Izdelek.....	27
2.2.3 Segment porabnikov.....	28
2.2.4 Korist za porabnike.....	28
2.3 Cilji.....	28
2.3.1 Dobiček.....	28
2.3.2 Rast.....	29
2.3.3 Tržni položaj.....	29
2.3.4 Drugi cilji.....	29
2.4 Smernice.....	30
2.4.1 Stopnja novosti.....	30
2.4.2 Časovne omejitve.....	30
2.4.3 Druge smernice.....	31
3 OPIS METODE GENERIRANJA IDEJ IN SEZNAM IDEJ.....	31
3.1 Lateralno razmišljanje.....	31
3.2 Seznam dimenzij.....	32
3.3 Pridobljene ideje.....	32
4 IZBOR METODE RAZISKAVE ATRIBUTOV.....	33
5 ANALIZA REZULTATOV ANKETE.....	34

6	FAKTORSKA ANALIZA.....	36
7	ANALIZA INTERVJUJEV.....	39
8	KONCEPT IZDELKA.....	41
8.1	Opis koncepta.....	41
8.2	Testiranje koncepta.....	42
8.3	Končne ugotovitve testiranja.....	42
8.4	Končni koncept izdelka.....	43
9	OCENA POVPRASEVANJA PO IZDELKU.....	44
10	PRIPOROČILA ZA NADALJNJE TESTIRANJE REVIDIRANEGA KONCEPTA IZDELKA.....	45
11	PRIPOROČILA VRHNJEMU MANAGEMENTU.....	46
	SKLEP.....	48
	VIRI IN LITERATURA.....	49

## KAZALO SLIK

Slika 1:	Stara spletna stran Loške zadruge.....	10
Slika 2:	Facebook stran Loške zadruge.....	11
Slika 3:	Eko jogurti Loške mlekarne.....	13
Slika 4:	Zbiranje nalepk Oki Doki.....	15
Slika 5:	Oki Doki razgibancija.....	15
Slika 6:	Oki Doki v treh okusih.....	16
Slika 7:	Fruchtwerge izdelki.....	17
Slika 8:	Lik Dino.....	18
Slika 9:	Disney izdelki.....	19
Slika 10:	Disney jogurt piškot in jagoda.....	19
Slika 11:	Trije okusi Actimela.....	20
Slika 12:	Actimel jagoda.....	20
Slika 13:	Komuniciranje s pomočjo Actimel junakov.....	21
Slika 14:	Lik Actimela.....	21
Slika 15:	Lik Dukatina.....	23
Slika 16:	Dukatino skuta s sadjem.....	23
Slika 17:	Dukatino sadni jogurt.....	24
Slika 18:	Dukatino mlečni deserti.....	24
Slika 19:	Dukatino Gric.....	25
Slika 20:	Lik Milki in linija izdelkov.....	25
Slika 21:	Zaznavni zemljevid na podlagi ocen lastnosti.....	38

## KAZALO TABEL

Tabela 1: Rezultati faktorske analize .....	37
Tabela 2: Ocena povpraševanja po izdelku .....	44

## **BRIEF**

### **EKOLOŠKI OTROŠKI JOGURT LOŠKE MLEKARNE**

Naročnik projekta: KGZ z.o.o. Škofja Loka, enota Loška mlekarne

Projekt je izrednega pomena za prihodnost Loške mlekarne in njeno delovanje ter prepoznavnost.

Projekt je potrebno nujno izvesti, saj trenutna situacija Loške mlekarne ni obetajoča in potrebuje korenite spremembe. Večina ljudi mlekarne in njenih proizvodov ne pozna, oziroma je na prodajnih mestih ne prepozna ter dojema. Namen projekta je na podlagi raziskave konkurentov mlekarne, njenih zmožnosti, možnosti, ki jih mlekarne ponuja lokalno območje ter drugih področij, usmeriti in svetovati odgovornim v podjetju pri nadaljnjem delu in potrebnih spremembah. Poleg tega je namen podjetju ponuditi nov izdelek, ki bo edinstven, v skladu z atributi mlekarne in bo na trgu dosegel čim večji tržni delež. Cilj projekta je pomagati odgovornim pri sprejemanju odločitev ter jim predstaviti možnosti, ki jim bodo pomagale pri nadaljnjem poslovanju, pripomogle k večji prepoznavnosti in jim odprle nove poti, da se diferencirajo od ostalih konkurentov na trgu.

Glede na dejstva, ki so se pokazala skozi obsežno raziskavo konkurenčnih mlekarne in njihovih izdelkov ter analizo Loške mlekarne, predlagamo naslednje predloge, omejitve, smernice in priporočila, ki so razvrščeni v 4 kategorije.

#### **1. VIZUALNA IDENTITETA IN SPOROČILNOST**

Loška mlekarne ima velik problem z vizualno identiteto. Mlekarne imajo tradicijo, visoko kvaliteto, ekološko pridelano mleko in so najstarejša mlekarne v Sloveniji. Predelujejo izključno slovensko mleko, vendar ničesar od tega ne sporočajo z vizualno identiteto, spletno stranjo ali izdelki samimi. Trenutna celostna podoba mlekarne ne sporoča niti enega od naštetih atributov. Zaradi tega logotip mlekarne nima teže, ne predstavlja in ne asociira na mlekarne ter njene izdelke in prednosti. Trenutni znak vsebuje grad in silhueto črnca, ki sicer izhaja iz Škofjeloškega grba, vendar ga razen lokalnega prebivalstva nihče ne povezuje z izvorom, zaradi česar deluje konfuzno in nejasno. Poleg tega trenutni logotip vsebuje elemente, ki nimajo nobene sporočilnosti in so namenjeni le zapolnitvi prostora. Ti elementi povzročajo izgubljanje informacij in prenasičenost ter so popolnoma odvečni. Nekateri elementi pa so v logotipu tako majhni, da se pri pomanjšavah popolnoma izgubijo. Zato, predlagamo prenovno celostno grafično podobo Loške mlekarne.

Nov logotip mlekarne mora sporočati in komunicirati preko omenjenih atributov podjetja. Predlagamo izčiščeno podobo, brez odvečnih elementov, ki nimajo nobene sporočilne vrednosti. Prav tako predlagamo, da se posebna pozornost posveti temu, kaj se dogaja z

logotipom, ko ga pomanjšamo, da še vedno ostaja prepoznaven in sporočilen. Tak logotip zavzame manj prostora, saj je lahko manjši, a obenem še vedno učinkovit, prepoznaven in jasen. Predlagamo, da se vsebino za znak poskusi poiskati v značilnosti lokalnega okolja, ljudskih običajih, prepoznavnih elementih kulturne in naravne krajine, ljudskemu izročilu in podobnem. Takšna vsebina, interpretirana in preoblikovana na sodoben način, bi sporočala in se navezovala na attribute mlekarne. Na slovenskem trgu imamo vključno z Loško mlekarno šest različnih mlekarn. Tri mlekarnе komunicirajo preko zelene barve, dve preko modre in ena preko rdečo-modre kombinacije. Vredno bi bilo razmisliti o barvi, ki bi se ločila od večine.

Logotip se mora pojavljati na vseh izdelkih, infrastrukturi in drugih deležnikih, ki so z njo v neposredni povezavi. Trenutno mlekarna nima svoje lastne spletne strani. Predstavljena je na spletni strani zadruga, vendar tam o mlekarni, njenih posebnostih, prednostih in izdelkih ne izvemo veliko. Nujna je postavitve lastne spletne strani, ki bo ponujala več informacij: zgodovino, poslanstvo, vizijo, način dela, kakovost mleka, vrste izdelkov, podrobnejše informacije o izdelkih, prodajna mesta itd. Spletna stran mora biti oblikovana v skladu s celostno podobo Loške mlekarne, predlagamo izčiščeno in jasno zasnovano stran, s potrebnimi informacijami do katerih uporabnik dostopa s čim manjšim številom klikov. Vse slovenske mlekarnе, razen Loške se poslužujejo socialnih omrežij. Vzpostavitev Facebook ali drugega profila, bi bila za mlekarno pozitivna, saj zanjo ne potrebujejo finančnega vložka. Obenem, pa bi mlekarna lahko obveščala uporabnike o novostih, delila informacije in se umestila na to področje medijev, kjer do sedaj ni bila prisotna.

Vsi mlečni izdelki mlekarne morajo sporočati jasno pripadnost znamki. Vsak izdelek Loške mlekarne mora vsebovati logotip mlekarne, oblikovan pa mora biti tako, da je med izdelki in celostno podobo mlekarne jasna rdeča nit. Le tako bodo potrošniki izdelke povezali in se pričeli zavedati blagovne znamke. Vsak izdelek mlekarne mora jasno sporočati, od kod je prišel ter sporočati, kakšne so njegove kvalitete ter kvalitete znamke.

Ustrezna celostna grafična podoba, bo blagovni znamki pomagala pri razvoju in omogočila, da začne graditi na prepoznavnosti, potrošniki pa se je bodo pričeli zavedati in ji zaupati. Mlekarna ima močne temelje in dobro izhodišče, potrebno bi bilo graditi na iskrenosti znamke, saj bo znamka le tako uspešna.

## **2. INFRASTRUKTURA**

Loška mlekarna ima na lokalnem območju veliko odprtih možnosti, ki jih ne izkorišča v svoj prid. Izdelki mlekarne bi se lahko prodajali v vseh trgovinah zadruga, mesnicah, Domačem kotičku itd. Pri tem je potrebno opozoriti, da bi bila logična poteza, da se iz omenjenih prodajnih mest izključijo izdelki konkurentov. V trgovini zadruga Alpsko mleko nima kaj iskati. Lokalno območje mora Loška mlekarna popolnoma obvladovati ter oskrbovati. Predlagamo tudi predelitev mesnic, ki bi v ločenem delu, ta je lahko zelo majhen, vendar vsebinsko ločen, ponujal izdelke Loške mlekarne. Vsa prodajna mesta se morajo združiti in poenotiti z generalno celostno podobo.

Večina slovenskih mlekarne išče svoj prostor na prodajnih policah supermarketov. Na primeru Loške mlekarne se nam ta način ne zdi najbolj učinkovit in primeren. Razlog so preveč nasičene police marketov, prodajalci pa postavljajo visoke pogoje kot so stroški marže, ipd. Z vidika, da je Loška mlekarna zadružna mlekarna, ki temelji na lokalnem, bi bilo tudi njen trg smotrno omejiti na lokalno raven. Mlekarne imajo na svojem področju izjemno prednost pred drugimi mlekarnami, ki niso s tega področja, saj se vaščani poistovetijo s proizvodi in surovinami, ki izhajajo iz njihovega domačega okolja in v proizvodnjo, katerih so tudi sami vključeni. Smiselno se nam zdi, da bi mlekarna na lokalnem področju oskrbovala javne in državne ustanove/institucije (šole, vrtci, kmečki turizmi, apartmaji, hoteli, zdravilišča, domovi starejših občanov, itn (seznam se nahaja v prilogah). Nesmiselno je, da otroci, katerih dedje, očetje in strici so in še prispevajo k delovanju lokalne mlekarne, v šolah in vrtcih uživajo mleko in druge proizvode iz drugih slovenskih ali celo tujih mlekarne, ki so nižje kvalitete in nimajo nobene lokalne note. S takšnim povezovanjem bi podpirali lokalno proizvedene izdelke, podpirali svojo skupnost, otroci pa bi uživali ekološke izdelke visoke kakovosti za katere jamčijo lokalni kmetje.

### **3. STORITVE**

Ena izmed možnosti, ki jo ponuja sodelovanje z vzgojno izobraževalnimi institucijami je povezovanje s t. i. projektom "Slovenski zajtrk". Mlečni izdelki proizvedeni na tradicionalen način in visoke kakovosti, kakršne ponuja Loška mlekarna, so nujno potrebni za rast in razvoj otrok, zato menimo, da je to odlična priložnost za mlekarne.

Druga možnost, ki bi jo mlekarna lahko izkoristila, je prodaja na terenu oziroma alternativna prodaja z vozilom, ki je opremljen s hladilnikom, na principu prodaje zamrznjenih izdelkov, kruha, sladoledov.

Škofja Loka prireja ogromno prireditvev, ki so odlična priložnost za Loške Mlekarne za pridobitev neposrednega stika s kupci in se z udeležbo na prireditvah tudi promovirajo. Predlagamo prodajo na tržnicah, kjer so stroški prodaje nižji od tistih v supermarketih, pa tudi neposreden stik s kupci pomaga prodajalcu. V kratkoročnem planu, do 5 let, predlagamo predvsem usmeritev prodaje na tržnicah, lokalnih prireditvah in sejnih, lastne trgovine (mesnine s predeljenim delom za mlečne izdelke, Loški Kotiček). Primarno je oskrbovati ta omenjena področja, v primeru viškov izdelkov, pa te usmeriti na prodajna mesta v marketih. Druge možnosti so povezovanje z drugimi ponudniki storitev: Zeleni zabojček, Odprta kuhinja v Ljubljani ipd.

### **4. PRODUKT**

Mlekarni predlagamo vpeljavo novega izdelka, in sicer izdelka za otroke. Ker je Loška mlekarna močna na področju predelave albuminske skute in malo manj na področju jogurta, smo se odločili, da uvedemo nov ekološki izdelek za otroke, ki je mešanica jogurta in skute. Z

mešanjem jogurta in skute dobimo rahlo, puhasto strukturo, ki je kot kažejo intervjuji in analize, po mnenju njihovi staršev, otrokom všeč.

Pregled surovin iz lokalnega okolja, ki se že stoletja uporabljajo v tradicionalni škofjeloški kulinariki nam je pomagal pri izboru dodatkov otroškemu izdelku. Predlagamo tri tipe okusa izbranega izdelka: navaden brez dodanega okusa (kombinacija jogurta in albuminske skute), okus suhih jabolčk in prosene kaše ter okus orehov z medom.

Da bo izdelek apeliral na potrošnika predlagamo, da se posebno pozornost nameni oblikovanju vsebine lončka, torej jogurta s skuto. Dodatne sestavine, ki predstavljajo različne okuse izdelka - jogurta, bi polnili na površini jogurta in ne na dnu, kakršna je praksa. S tem bi pridobili na zgladu in dodali tisti "touch", dodano vrednost, ko potrošnik odpre embalažo. Pri okusu jabolčk, ta ne smejo biti na robno narezana v pire, ampak mora ostati tekstura, prav tako pri okusu orehov z medom, morajo orehi bolj grobo mleti in posuti čez med.

Embalaža izdelka: ker je izdelek namenjen predvsem otrokom, prepričati pa mora tudi starše, predlagamo, da se izdelek vizualno poenoti z ostalimi izdelki mlekarne. S tem bi se ohranila pripadnost znamki, hkrati pa se mu doda grafika na otroškem nivoju, ki bi lahko izhajala iz morebitnih lokalnih otroških bajk, basni ali junakov in podobno. Interpretirali bi jih v skladu z vrednotami mlekarne in izdelkom samim. Kot je pokazala raziskava, otroci pojejo do 200 g jogurta. Na podlagi tega predlagamo različne vrste pakiranja v lončku po količini: za mlajše 125 g in večje otroke 200 g. Lonček smo izbrali na podlagi rezultatov intervjujev in trenutne prakse pakiranja v Loški mlekarini. V primeru oskrbovanja vrtcev in šol puščamo odprto možnost pakiranja v več-litrski embalaže, da si pri malici otrokom izdelek dozira po želji, nanj pa se naknadno posujejo različni dodatki (princip postrežbe kot pri Frozen jogurtu).

Dodajano tudi priporočila glede fotografij na lončku ter tudi pri ostalih izdelkih, ki niso namenjeni le otrokom. Fotografija mora biti posneta na način, da potrošniku že ob pogledu nanjo vzbudi željo po okušanju izdelka in izdelku da privlačnost. Prav tako predlagamo, da se premesti črtno kodo na spodnji stranski del lončka, saj trenutna pozicija na pokrovčku zavzema strateško pozicijo, kjer lahko komuniciramo pomembnejše informacije kot so: vsebina, atributi, prednosti ipd.



## POVZETEK ZA VRHNJI MANAGEMENT

Naša naloga pri projektni nalogi je bila podjetju Loška mlekarna predlagati koncept otroškega jogurta.

Cilj projektne naloge je bil pomagati odgovornim pri sprejemanju odločitev ter jim predstaviti možnosti, ki jim bodo pomagale pri nadaljnjem poslovanju, pripomogle k večji prepoznavnosti in jim odprle nove poti, s katerimi se bodo lahko diferencirali od konkurentov. Poleg tega je cilj projektne naloge podjetju ponuditi nov izdelek, ki bo edinstven in bo na trgu dosegel čim večji tržni delež.

S tem razlogom smo v okviru projektne naloge izvedli segmentacijo, analizo stanja na trgu, analizo konkurence, raziskali attribute s pomočjo analize vrzeli, izvedli anketo med ciljno publiko, oblikovali koncept izdelka in na koncu testirali koncept s pomočjo intervjuja. Na podlagi testiranja pa smo oblikovali končni koncept izdelka.

Cilj razvoja novega izdelka je bil ustvariti kakovosten izdelek, ki bo primeren, privlačen in predvsem okusen za otroke ter dovolj zdrav, a tudi cenovno ugoden za odrasle.

Na začetku projektne naloge smo izvedli segmentacijo trga. Za segment smo določili porabnike, ki imajo otroke, mlajše od 12 let.

Pri raziskavi atributov smo se odločili, da za analizo lastnosti izdelka uporabimo metodo analize vrzeli, in sicer zaznavni zemljevid na podlagi ocen lastnosti.

Prvi korak v naši analizi je bila izvedba ankete, s katero smo preverili trenutno stanje na trgu mlečnih izdelkov oz. otroških jogurtov. Z anketo smo ugotovili, da na trgu otroških jogurtov vlada močna konkurenca s širokim naborom izdelkov. Ker je vstop na ta trg zahteven, predlagamo, da se Loška mlekarna diferencira in naredi drugačen izdelek za otroke, ki trenutno še ne obstaja na trgu.

Na podlagi ankete smo s pomočjo programa za statistično obdelavo podatkov SPSS naredili faktorsko analizo. Rezultati factorske analize in zaznavnega zemljevida so nam dali usmeritve za izdelavo prvega koncepta izdelka – kombinacijo navadnega jogurta in albuminske skute s puhasto strukturo.

Za testiranje prvega koncepta smo uporabili intervju. Na podlagi rezultatov in pregleda surovin iz lokalnega okolja, smo oblikovali tri različne okuse: navaden okus brez dodanega okusa (kombinacija jogurta in albuminske skute), okus suhih jabolk in prosene kaše ter okus orehov z medom.

Za embalažo predlagamo, da ohrani pripadnost znamki, hkrati pa se ji doda grafika na otroškem nivoju. Kot je pokazala raziskava, otroci pojejo med 100 in 200 g jogurta. Na podlagi tega, predlagamo različne vrste pakiranja v lončku po količini: za mlajše 125 g in večje otroke 200 g.

Analizo konkurence smo opravili s pomočjo metode opazovanja. Prišli smo do ugotovitev, da je ponudba navadnih jogurtov na trgu srednje velika, ponudba otroških pa zelo majhna. Največje blagovne znamke, ki ponujajo jogurte so Ljubljanske mlekarne, blagovna znamka Zelene Doline, Pomurske mlekarne, Dukat in Danone.

Na podlagi analize trenutnega stanja smo ugotovili, da ima Loška mlekarna težave z vizualno identiteto. Loška mlekarna ima številne konkurenčne prednosti, ki pa se premalo izpostavljajo: tradicijo, visoko kvaliteto, ekološko pridelano mleko, so najstarejša mlekarna v Sloveniji, predelujejo izključno slovensko mleko. Ničesar od tega ne sporočajo z vizualno identiteto, spletno stranjo ali izdelki samimi. Trenutni logotip ne sporoča ničesar od naštetega in ni v povezavi z identiteto mlekarne ter ne izpostavlja njenih prednosti, ki so tradicija, lokalnost, »ekološkost« in kakovost.

Zaradi trenutne slabše prepoznavnosti predlagamo prenovno celotne grafične podobe podjetja: spremembo znaka, spremembo barve, ki se bo ločila od večine, torej opustitev zelene, ter premisliti o imenu: Loška Mlekarna.

Ugotovili smo, da se Loška zadruga za blagovno znamko Loška mlekarna ne poslužuje klasičnih oglaševalskih pristopov. Na družbenem omrežju Facebook predstavljajo le Loško zadrugo in Loške mesnine. Komuniciranje preko spletne strani je slabo in pomanjkljivo, ne poslužujejo se agresivnejših pristopov oglaševanja v medijih, zato so slabo poznani v lokalnem okolju, izredno slabo pa na ravni celotne Slovenije. Predlagamo vzpostavitev spletne skupnosti na družbenih medijih, ki za mlekarno ne bo predstavljala velikega finančnega vložka. Preko družbenih omrežij bi lahko mlekarna obveščala porabnike o novostih, delila informacije in se umestila na to področje medijev, kjer do sedaj ni bila prisotna.

Večina slovenskih mlekarne svoje produkte prodaja v supermarketih in večjih trgovinah. Menimo, da za Loško mlekarno običajne prodajne poti niso najbolj učinkovite in primerne. Razlog je, da v omenjenih trgovskih formatih vlada velika konkurenca, poleg tega pa močni trgovci postavljajo stroge pogoje. Z vidika, da je Loška mlekarna zadružna mlekarna, ki temelji na lokalnem, bi bilo tudi njen trg smotrno omejiti na lokalno raven. Smiselno se nam zdi, da bi mlekarna na lokalnem področju oskrbovala javne institucije (šole, vrtci, kmečki turizmi, apartmaji, hoteli, zdravilišča, domovi starejših občanov itn.

Naše mnenje je, da bi se lahko poleg ankete in intervjuja poslužili še nadaljnjega testiranja koncepta z različnimi metodami (druga anketa, fokusna skupina, degustacije), ki bi bile relativno enostavne, učinkovite ter ne bi zahtevale večjega denarnega vložka.

Z drugo anketo bi bilo možno podrobneje preveriti ceno in tržne poti, v smislu, kje bi kupovali ekološke otroške jogurte ter morebiti tudi nakupni proces.

S fokusno skupino, ki je enostavna in cenovno ugodna metoda, bi lahko testirali izdelek ter na ta način prejeli še dodatne koristne in nove informacije, ki bi lahko izdelek dodatno izboljšali.

Predlagamo izvedbo degustacije na tržnicah in pred trgovinami, ki bi omogočale Loškim mlekarnam idealno priložnost, da bi seznanili obiskovalce z novim izdelkom, preverili ali so jim izdelki všeč in obiskovalcem predstavili Loške mlekarne.

Za konec menimo, da bi blagovni znamki izredno pomagala in doprinesla jasna vizija in cilji. Najprej se nam zdi smotno postaviti kratkoročne cilje in stremeti k dosegu le teh. V kratkoročnem planu bi bilo vredno stremeti k oskrbovanju celotne lokalne skupnosti z lokalnimi mlečnimi produkti ter graditi na jasnem sporočanju prednosti ter izpostavljanju atributov mlekarne. Ob tem bi bilo pozitivno postaviti tudi dolgoročne cilje, ki bi podjetje vodilo ter motiviralo na njihovi poti v želji po doseganju ciljev. Mlekarna ima močne temelje in dobro izhodišče, potrebno bi bilo graditi na avtentičnosti in konkurenčni prednosti blagovne znamke, saj bo znamka le tako uspešna.

## UVOD

Loška mlekarne je najstarejša slovenska mlekarne in je v lasti Kmetijsko gospodarske zadruga Škofja Loka. Po obsegu spada med manjše mlekarne, vendar imajo željo po ustvarjanju novih tržnih priložnostih z bolj proaktivnim delovanjem. Njihov problem je prepoznavnost blagovne znamke, saj je večina, predvsem izven področja Škofje Loke, Loške in Poljanske doline, ne pozna.

Cilj projektne naloge je ustrezno diferencirati izdelke od drugih blagovnih znamk, razviti vzdržni in hkrati konkurenčni poslovni model ter določiti kriterije, po katerih bi Loška mlekarne lahko uspešno razvijala blagovno znamko ter identiteto le-te.

Namen projektne naloge je seznanitev s procesom razvoja novega izdelka, v našem primeru ekološkega jogurta za otroke in pri tem uporabiti orodja oziroma metode, ki prispevajo k učinkovitem lansiranju novega izdelka na trg.

Pri razvoju nove linije ekoloških otroških jogurtov bomo upoštevali njihove omejitve, mnenja, ki smo jih pridobili tekom obiska v Škofji Loki ter se osredotočili na njihove potencialno edinstvene prednosti, ki bi jih lahko na trgu diferenciralo od ostalih blagovnih znamk.

Prvo poglavje je namenjeno predstavitvi strateških izhodišč, in sicer vizije, poslanstva ter strateških usmeritev podjetja. Naslednje poglavje zajema strateški načrt inovacije, kjer se bomo usmerili na področje ekoloških otroških jogurtov Loške mlekarne. Tretje poglavje obsega opis generiranja idej in seznam idej. Tukaj bomo uporabili različne kvalitativne tehnike in oblikovali ideje, kako bi v skladu s strategijo, vizijo in poslanstvom podjetja oblikovali razvoj novega izdelka, otroškega ekološkega jogurta. Nadalje bomo v četrtem poglavju izbrali metodo raziskave atributov, ki bo oblikovana na podlagi načrta raziskave za ugotavljanje preferenc kupcev. Kasneje bomo analizirali rezultate ankete in s pomočjo faktorske analize naredili tudi zaznavni zemljevid za prepoznavanje vrzeli na trgu. Vse rezultate bomo tudi opisno interpretirali. Sledila bo analiza izvedenega poglobljenega intervjuja. Pomemben del bo zajemalo poglavje končnega koncepta, kjer bomo novi izdelek na podlagi novih dognanj opisali. Celotno strategijo bomo na kratko opisali v priporočilih vrhnjemu managementu.

# 1 STRATEŠKA IZHODIŠČA

Poslanstvo in vizija nikjer na spletni strani Loške mlekarne nista zapisana. Iz analize spletne strani smo izluščili bistvo, ki bil lahko zajet kot poslanstvo in vizijo.

## 1.1 Poslanstvo in vizija

Poslanstvo Loške mlekarne je s svojimi izdelki poudarjati, da je **zdravje bogastvo**, saj lahko največ storimo za naše zdravje, če si privoščimo zdrav obrok. Vizija je usmeritev Loške mlekarne in razvijanje zadruga v prihodnosti. Zato je njihova vizija zagotavljanje izdelkov, narejenih na tradicionalen način, iz domačih surovin, brez nobenih umetnih dodatkov ter ustvarjenih z ljubeznijo in po receptu prednikov z doseganjem visoke kvalitete (Loška mlekarne, 2015).

## 1.2 Strateške usmeritve

Podjetje svoje delovanje usmerja predvsem v stabilnem poslovanju zadruga in njenih članov, ohranjanju likvidnosti podjetja, socialni pravičnosti glede enakih pogojev za vse ter zagotavljanju osnovnega porabnega materiala po konkurenčni cenah in odkup proizvodov oziroma pridelkov po konkurenčnih cenah.

## 1.3 Analiza trga

V nadaljevanju bomo predstavili analizo Loške mlekarne, trga in glavnih konkurentov.

### 1.3.1 O Loških mlekarnah in naboru izdelkov

Loška mlekarne nima svoje lastne spletne strani, temveč je predstavljena v okviru Loške zadruga. V Loški zadrugi so pred kratkim prenovili spletno stran. V prejšnji podobi razdelek ni ponujal dovolj informacij o sami mlekarni, njenemu delovanju ali izdelkih. Spletna stran zadruga je nepregledna in slabo oblikovana. Poleg znaka Loške Zadruga je tudi znak Loških mesnin, vendar znaka Loške mlekarne ni mogoče zaslediti, dokler se ne odpre njenega razdelka. Moteče se nam zdijo tudi informacije na sami strani. Mlekarna bi se morala potrošniku približati s predstavitvijo vseh izdelkov, ki jih ponuja ter izpostavitvijo lastnih atributov ter lastnosti, ki mlekarno delajo edinstveno in boljše v očeh porabnika. Najbolj problematičen se nam zdi stavek, da ni embalaža vrhunsko oblikovana, ampak, da daje vtis preprostega in domačega. Takšna informacija ne bi smela biti nikoli zapisana niti ne na njihovi spletni strani, niti ne v kakršnemkoli gradivu, s katerim se podjetje oglašuje.

Zdajšnja prenovljena spletna stran spet nima samostojne spletne strani za Loško mlekarne, temveč so ponovno v okviru Loške zadruga. Pod razdelkom blagovne znamke imajo

predstavljene vse štiri blagovne znamke, ki sodijo v zadrugo: Loška mlekarina, Mesnine Bohinja, Domači Kotiček in Loške mesnine. S klikom na Loško mlekarino se prikaže stran s celotnim pregledom nabora izdelkov. Nova stran je za potrošnika vseeno bolj pregledna, informativna, vendar vseeno vsebuje stavek o ne vrhunski embalaži, ki je moteč.

*Slika 1: Stara spletna stran Loške zadruge*



*Vir: Predstavitvev mlekarne, 2015*

Nabor izdelkov Loške mlekarne je razmeroma širok, saj zajema: neekološke oziroma navadne mlečne izdelke: mleko, skute, siri, kajmak, topljeni siri, smetana in ekološke izdelke: mleko, sirotka, jogurti, skuta (Izdelki, 2015).

Loška zadruga se za blagovno znamko Loške mlekarne ne poslužuje klasičnih oglaševalskih pristopov. Na družbenem omrežju Facebook predstavljajo le Loško zadrugo in Loške mesnine. Komuniciranje preko spletne strani je slabo in pomanjkljivo, ne poslužujejo se agresivnejših pristopov oglaševanja v medijih, zato so slabo poznani v lokalnem okolju, izredno slabo pa na ravni celotne Slovenije. Vzpostavitev Facebook ali drugega profila, bi bila za mlekarino pozitivna, saj zanjo ne potrebujejo finančnega vložka. Ob enem, pa bi mlekarina lahko obveščala uporabnike o novostih, delila informacije in se umestila na to področje medijev, kjer sedaj ni bila prisotna.

Slika 2: Facebook stran Loške zadruga



Vir: Loška zadruga, 2015

#### 1.3.1.1 Ugotovitve, smernice in predlogi na podlagi oblikovalske analize Loške mlekarne in konkurentov

**ATRIBUTI TER SPOROČANJE:** Loška mlekarne ima velik problem z vizualno identiteto. Mlekarne imajo: tradicijo, visoko kvaliteto, ekološko pridelano mleko, so najstarejša mlekarne v Sloveniji, predeljujejo izključno slovensko mleko, vendar ničesar od tega ne sporočajo z vizualno identiteto, spletno stranjo ali izdelki samimi. Trenutni logotip ne sporoča ničesar od naštetega in ni v povezavi z identiteto mlekarne ter ne izpostavlja njenih prednosti, ki so tradicija, lokalnost, ekološkost in kakovost.

**VIZUALNA PODOBA:** Na slovenskem trgu imamo vključno z Loško mlekarne, 6 različnih mlekarne. Dve od 3 mlekarne komunicirajo preko zelene barve, dve preko modre in ena preko kombinacije rdečo-modra. Vredno bi bilo razmisliti o barvi, ki bi se ločila od večine, torej predlagamo prenovno celotne grafične podobe: spremembo znaka, spremembo barve, ki se bo ločila od večine, torej opustitev zelene, ter premisliti o imenu: Loška mlekarne. Prav tako, je slabost trenutnega logotipa ta, da se pri pomanjšanju znak izgubi in nima več pomena. Predlagamo, da se posebno pozornost pri oblikovanju novega znaka nameni temu, da bo ta prepoznaven tudi kadar je pomanjšane velikosti. Predlagamo opustitev vseh elementov, ki ničesar ne sporočajo in so prisotni le, da zapolnijo prostor. Prazen prostor ni nujno slab. Predlagamo načelo več je manj, kar bo izboljšalo zapomnljivost znaka.

**RDEČA NIT IZDELKOV:** Na podlagi prej opravljene analize smo opazili, da med izdelki Loške mlekarne ni rdeče niti, zato ni jasno kam spadajo, kdo je proizvajalec itn. Zaradi tega, Loška mlekarne ni prepoznavna. Za večjo prepoznavnost predlagamo poenoten grafični jezik na vsem vizualnem gradivu mlekarne: spletna stran, embalaže proizvodov, sekundarne embalaže, tiskani mediji, vizualna podoba prevoznih sredstev in vseh drugih deležnikov v neposredni povezavi z mlekarne. Vsak izdelek mlekarne mora jasno sporočati, od kod je prišel ter sporočati kakšne so njegove kvalitete ter kvalitete znamke.

**PRODAJNA MESTA in LOKALNOST:** Večina slovenskih mlekarne išče svoj prostor na prodajnih policah supermarketov in megamarketov. Za primer Loške mlekarne se nam ta način ne zdi najbolj učinkovit in primeren. To iz razloga, saj so police marketov že preveč nasičene, prodajalci pa postavljajo visoke pogoje. Z vidika, da je Loška mlekarne združna mlekarne, ki temelji na lokalnem, bi bilo tudi njen trg smotrno omejiti na lokalno raven. Mlekarne imajo na svojem področju izjemno prednost pred drugimi mlekarne, ki niso s tega področja, saj se vaščani poistovetijo z domačimi proizvodi in surovinami. Smiselno se nam zdi, da bi mlekarne na lokalnem področju oskrbovala javne in državne ustanove/institucije.

**CILJI:** Znamki bi izredno pomagala in doprinesla jasna vizija in cilji. Najprej se nam zdi smotrno postaviti kratkoročne cilje in stremeti k dosegu le-teh. V kratkoročnem planu bi bilo vredno stremeti k oskrbovanju celotne lokalne skupnosti z lokalnimi mlečnimi produkti ter graditi na jasnem sporočanju prednosti ter izpostavljanju atributov mlekarne. Ob tem bi bilo pozitivno postaviti tudi dolgoročne cilje, mogoče tudi malce utopične ideje, ki bi podjetje, mlekarne vodilo ter motiviralo na njihovi poti v želji po doseganju ciljev. Mlekarne ima močne temelje in dobro izhodišče, potrebno bi bilo graditi na iskrenosti znamke, saj bo znamka le tako uspešna.

#### 1.3.1.2 Podrobnejša analiza jogurtov

Naši predlogi za razvoj izdelka se nanašajo na ekološki otroški jogurt za otroke. Loška mlekarne v svoji trenutni ponudbi nima otroških jogurtov. V njihovi ponudbi je navaden ekološki jogurt ter dva sadna jogurta, z okusom jagode in gozdnih sadežev. Sadna kaša ni slovenskega porekla, temveč avstrijskega, saj v Sloveniji niso mogli pridobiti ustrezne kaše, sami pa je ne proizvajajo. Jogurti za Loško mlekarne ne predstavljajo osrednjega produkta, saj se bolj osredotočajo na sire in skute. Trenutno je sadne kaše v sadnem jogurtu 20 %. Proizvodnja jogurtov je bistveno manjša. Vsi omenjeni jogurti so narejeni iz pasteriziranega, nehomogeniziranega ekološkega mleka slovenskega porekla in 3,2 % maščobe. Površina jogurta zajema mlečna maščoba, jogurt je bolj čvrst kot pri ostalih obravnavanih konkurenčnih jogurtih. Pokrovček jogurta ni zavarovan s prozornim plastičnim ovitkom, teža je 190 g (Ekološki jogurt, 2015).

Embalaža jogurta je plastična z aluminijastim pokrovčkom. Prevladuje zelena barva, spreminja se le fotografija, ki ni optimalna. Na vsakem jogurtovem lončku je na pokrovčku



črna koda, kar je velika slabost, saj zavzema prostor drugim bolj pomembnim elementom oziroma informacijam. Naš predlog bi bil, da bi Loške mlekarne prestavile kodo na spodnji del lončka in se pri tem zgledovali po drugih konkurentih. S tem bi dosegli večjo preglednost celotne embalaže. Pomanjšan logotip Loških mlekar, ki je v prekinjenem krogu naniza na vrhu pokrovčka pridobiva obliko čipke. To ni ustrezno, saj se izgublja informacije ter pomembnost logotipa.

*Slika 3: Eko jogurti Loške mlekarne*



*Vir: Ekološki jogurt, 2015*

### **1.3.2 Konkurenti Loške mlekarne**

Z metodo opazovanja smo poskušali analizirati konkurenčne izdelke. Pregledali smo trgovine Mercator in Interspar ter hkrati tudi raziskovali spletne strani Mlekarne Celeia, Pomurskih mlekar, Dukata in Danone.

#### **1.3.2.1 Mlekarna Celeia**

Začetki Mlekarne Celeia segajo v medvojna leta, ko so pričeli s polnitvijo mleka v manjših proizvodnih prostorih v središču Celja. Leta 1984 se je zaradi potrebe po večjih prostorih proizvodnja preselila v Arjo vas, dvanajst let kasneje pa so tja preselili tudi šmarsko sirarno ter posodobili in avtomatizirali strojno linijo za izdelavo sirov. S tem podvigom so postali največji ter najbolj avtomatiziran proizvajalec poltrdih sirov v Sloveniji. Pravno organizacijsko se je družbeno podjetje v prvih letih devetdesetih let preoblikovalo v družbo z omejeno odgovornostjo Hmezad Celeia, mlekarstvo, sirarstvo in čebelarstvo. Od leta 1995 pa se podjetje imenuje Mlekarna Celeia, mlekarstvo in sirarstvo, d.o.o (Predstavitev družbe, 2015).

Mlekarna Celeia se ponaša s številnimi certifikati, med katerimi so certifikat višja kakovost, družini prijazno podjetje ter certifikat pridelano/proizvedeno brez GSO. Prav slednji certifikat

so pridobili kot prvo živilskopredelovalno podjetje v Sloveniji. S tem certifikatom zagotavljajo, da živali za oddajo mleka niso bile krmljene s krmnimi mešanicami ali rastlinami, ki bi bile proizvedene iz gensko spremenjenih rastlin. Tudi dodatki v proizvodnji živil so v Mlekarni Celeia brez gensko spremenjenih organizmov (Certifikati, 2015).

Mlekarna Celeia izdelke trži pod krovno blagovno znamko z imenom Zelene doline. Kakovost je njihova temeljna vrednota, ki jo želijo v podjetju negovati. Mlekarna prav tako proizvaja poleg lastnih blagovnih znamk tudi mlečne izdelke pod trgovskimi blagovnimi znamkami (Dejavnost družbe, 2015).

Njihova vizija je, da postanejo najbolj uspešna slovenska mlekarne in ostanejo med vodilnimi ponudniki na slovenskem trgu ter hkrati pomemben ponudnik na trgih JV Evrope. Poslanstvo Mlekarnice Celeia je inovativnost in tradicija za kvalitetne sveže izdelke iz naravnega slovenskega mleka za dobro počutje ter zdravje (Dejavnost družbe, 2015).

Pod okvir mlekarne spadajo: Linia, Zelene doline, Desert, LCA ter Oki Doki. Njihovi znani slogani blagovnih znamk kot so »Naprej k tradiciji«, »Lahkotnost gibanja«, »Naprej k naravi«, »Naprej k razvajanju« in se osredotočajo na tradicijo dolgoletnega uspešnega delovanja mlekarne, lahkega gibanja zaradi majhne vsebnosti maščob in sladkorja, naravo ter razvajanje z okusnimi deserti (Zelene doline, 2015).

Mlekarna Celeia se je leta 2012 zaradi slabih rezultatov prodaje ter umikanja izdelkov iz trgovskih polic odločila za celotno prenovu otroških jogurtov Junior. Zato so ustvarili novo podobo otroškega jogurta z Oki Dokijem, prenovili okus in komunikacijsko zgodbo. Nove produkte so pripravili skladno z željami potrošnikov, saj so le-te preko raziskav vključili v proces prenove. Po štirih mesecih na trgu so Mlekarnice Celeia dosegle 100 % prisotnost na prodajnih policah. Linija Oki Doki je postala tržni vodja. Celotna podkategorija otroških jogurtov je narasla za 65 %. Z Oki Dokijem so se uspeli približati bolj zahtevnemu ciljnemu segmentu ter zapolniti tržno nišo. Kampanja je imela celostni marketinški pristop (Effie 2014 dokazana učinkovitost tržnega komuniciranja, 2014).

Izdelek so opremili s prepoznavno grafiko, ki tako kot vsi drugi izdelki nagovarja svojo ciljno skupino: otroke. Izdelek komunicira preko lika Oki Dokija, mlečne kapljice. Izdelek ima jasno zgodbo, ki temelji na domišljijem svetu otrok in jih vanj vabi z različnimi aktivnostmi, kot so zbiranje nalepk ali nagradnih iger. Na tak način izdelek promovirajo in ohranjajo ciljno skupino blizu in vedno vključeno. Oki Doki je vključen na spletni strani Mlekarnice Celeia, vendar je problematično priti do zavijka, saj za razliko od Zelenih dolin, Linie, LCA in Deserta nimajo svojega lastnega razdelka, kar predstavlja veliko pomanjkljivost. Dizajn Oki Dokija je skladen z značilno zeleno barvo in logotipom Zelene doline.

Slika 4: Zbiranje nalepk Oki Doki

Album zapolni z nalepkami, ki jih najdeš na slastnih Oki Doki jogurtih.



Vir: Zbiraj nalepke, 2015

Slika 5: Oki Doki razgibancija



Vir: Oki Doki-Razgibancija, 2015

Jogurti so v treh okusih: jagoda, vanilija in jogurt s čoko kroglicami. Jogurti so z naravno aromo, brez barvil, s slovenskim mlekom ter brez gensko spremenjenih organizmov. Prednost otroškega jogurta je, da je brez vsebnosti alergenih snovi, vendar je možna navzkrižna kontaminacija ter nimajo deklaracije prekrižanega žita, da so brez glutena. Vsebuje naravni sladkor. Menimo, da je ta jogurt glede naše nove bodoče uvedene linije najbolj konkurenčen Loški mlekarni (Oki Doki Jogurt s čoko kroglicami, 4,2 %, 2015).

*Slika 6: Oki Doki v treh okusih*



*Vir: Jogurti Oki Doki za velike in majhne, a po srcu vesele, 2015*

Pakiranje je v lončku teže 150 g. Okusa vanilija in jogurt sta že v zmešana in z 2,4 % mlečne maščobe. Pri okusu čoko kroglice so čoko kroglice shranjene posebej nad lončkom, v plastičnem pokrovčku. Mlečna maščoba je pri tem okusu nekoliko višja, in sicer 4,2 %.

#### 1.3.2.2 Danone

Pričetek podjetja Danone sega vse do leta 1919, ko je ustanovitelj Isaac Carasso zasledil novice o živilu, jogurtu, ki bi lahko pomagal otrokom s črevesnimi obolenji v Barceloni. Leta 1994 so bili prvi izdelki podjetja Danone direktno uvoženi iz Avstrije v Slovenijo (Zgodovina-zgodba o uspehu jogurta, 2015).

Vizija Danone je prehrana in zdravje za vse ljudi. Njihovo poslanstvo je zagotavljati zdravje s pomočjo hrane čim večjemu številu ljudi (O skupini Danone, 2015).

Njihove vrednote so navdušenje, odprtost, bližina ter humanost (Vrednote, 2015).

Danone se v Sloveniji povezuje z lokalno skupnostjo. Oglašujejo zdrav način življenja, saj so v sodelovanju z lokalnimi strokovnjaki izdali nekaj knjižic o zdravem načinu življenja in prehranjevanju. Podjetje sodeluje pri izobraževalnih projektih na temo prehrane, z organiziranjem ter podpiranjem seminarjev in konferenc. Včasih so bili sponzorji tudi nekaterim športnikom, kot je Tina Maze ali državna rokometna reprezentanca. Danone podpira manjše projekte, ki so povezani z otroci in starostniki (Danone Slovenija, 2015).

Danone ima tri blagovne znamke otroških jogurtov, in sicer Fruchtzwerge, Disney in Actimel.

- Fruchtzwerge

Fruchtzwerge je mlečni izdelek iz skute in sadja. Proizvod izdelujejo v Danone proizvodnji Hagenow v Nemčiji. Osnovna sestavina izdelka, mleko, prihaja iz neposredne okolice proizvodnje ter je podvrženo strogim standardom kakovosti (Vprašanja in odgovori, 2015).

Za pripravo enega lončka Fruchtzwerge sta potrebna dva lončka mleka. Največji delež izdelka predstavlja skuta. Tako skuta kot tudi jogurt sta pripravljena iz fermentiranega mleka, vendar je v skuti količina beljakovin višja. Ostale hranilne snovi in vsebnost sadja, pa so podobne kot v jogurtu (Zakaj Fruchtzwerge, 2015).

Fruchtzwerge izdelki so narejeni samo iz naravnih sestavin, brez vsebnosti konzervansov, umetnih barvil (uporabljena naj bi bila naravna barva iz živil, na primer sok reče pese, zgoščeni grozdni ali bezgov sok) in arom, sladil, želatine ter glutena. Sadna skuta vsebuje mlečni sladkor, in sicer laktozo, sadni sladkor (fruktoza) in kristalni sladkor. V izdelku je skuta iz svežega mleka in svežega sadja v šestih različicah: jagoda, banana, marelica, hruška, malina in češnja. Danone oglašujejo Fruchtzwerge kot okusno malico, ki bo teknila otrokom (Zakaj Fruchtzwerge, 2015).

*Slika 7: Fruchtzwerge izdelki*



Vir: Fruchtzwerge, 2015

FruchtZwerge, večje pakiranje (4x100g), so primerni za večje otroke ali za večjo lakoto pri manjših otrocih. Izdelek vsebuje dvojno količino vsebine v enem lončku, kot pri navadnem pakiranju.

S potrošniki pri izdelku Fruchtzwerge komunicirajo s pomočjo svoje lastne spletne strani. Znamko oglašujejo preko tiskanih in tv oglasov ter tudi drugače, s pobarvanko.

*Slika 8: Lik Dino*



*Vir: Danone-Dino macht Urlaub auf Abspeckfarm, 2015*

Prepoznavni lik izdelkov je moder dinozaver/zmajček Dino, ki se pojavlja v različnih podobah in situacijah glede na aktivnosti, na katere nagovarja otroke: teče, deska, žonglira.

- Disney

Disney so jogurti za otroke, ki so za razliko od drugih otroških jogurtov ločeni po vizualnosti glede na spol otroka. Izdelki vsebujejo naravne arome, sladkor (kristalni sladkor, fruktoza) in vsebuje emulgator pektin.

Na lastni spletni strani v slovenskem jeziku imajo predstavljene svoje izdelke.

Kot že ime pove samo, znamka uporablja Disney junake kot svoj prepoznavni lik in karakter. Embalaža je polna barv, rdeča in modra za fantke ter prevladujoča roza za deklice. Z embalažo želijo pritegniti najmlajše, da bi želeli imeti njihov izdelek.

*Slika 9: Disney izdelki*



*Vir: Danone Disney Joghurt mit Knusper, 2015*

*Slika 10: Disney jogurt piškot in jagoda*

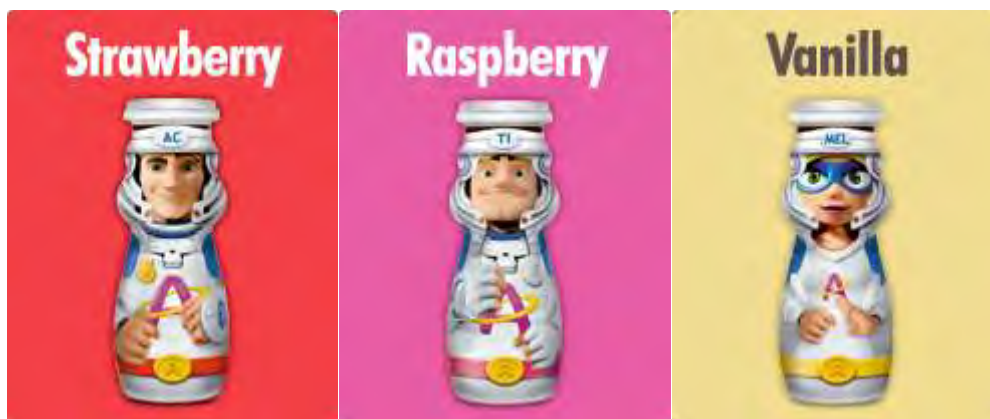


*Vir: Disney, 2015*

- Actimel

Embalaža je enaka kot pri izdelkih Actimel za odrasle, z razliko potiska, ki apelira na otroke. Izdelek predstavljajo liki astronautov, ki naj bi jih otroci zbirali ter se jim tako pridružili na njihovih vesoljnih avanturah. Preko te zgodbe nagovarjajo otroke in se oglašujejo.

*Slika 11: Trije okusi Actimela*



*Vir: Flavours, 2015*

Pakiranje ene plastenke je 100 g, ponudba pa zajema tudi eno pakiranje s šestimi plastenkami Actimela, vsaj vsebuje 100 g izdelka.

*Slika 12: Actimel jagoda*



*Vir: Actimel for Kids, 2015*

Izdelek oglašujejo kot dodatek k zajtrku, del kosila ali prigrizek po končanem pouku. Izdelek vsebuje L.casei, sadno kašo, kalcij, vitamin D in proteine. Ne vsebuje umetnih arom, barvil in konzervansov. Izdelek je predstavljen na spletni strani podjetja Danone, vendar ni dostopnih informacij v slovenskem jeziku. Storitve, ki jo ponujajo je, da si uporabnik-starš prenese ozadja za računalnik s podobo Actimel junakov, pobarvanke, kviz in igre (Actimel for Kids, 2015).



*Slika 13: Komuniciranje s pomočjo Actimel junakov*



*Vir: Actimel for Kids, 2015*

Izdelek predstavljajo liki astronautov, ki naj bi jih otroci zbirali ter se jim tako pridružili na njihovih vesoljnih avanturah. Preko te zgodbe nagovarjajo otroke in se promovirajo. Liki so oblikovani v stilu animiranih risank in ilustracij. Poimenovanje sledi iz imena ACTIMEL: lik 1=AC, lik 2=TI, lik 3=MEL (Meet the Acti-Heroes. 2015).

*Slika 14: Lik Actimela*



*Vir: Meet the Acti-Heroes, 2015*

### 1.3.2.3 Dukat

Dukat ima več kot 100-letno tradicijo, saj je bila takrat v Zagrebu ustanovljena Mestna mlekarna. Sedaj ima Dukat v 9 proizvodnih tovarn na Hrvaškem, Sloveniji, Srbiji, Bosni in Hercegovini in Makedoniji. Dukat je dandanes vodilno podjetje na področju mleka in mlečnih izdelkov v regiji ter so eni večjih regionalnih mlečnih blagovnih znamk (Dukat danas, 2015).

Dukatino je produkt za otroke hrvaškega proizvajalca Dukat. Dukatino je skupina izdelkov: sveže skute s sadjem, sadni jogurti, mlečni desert in Dukatino Gric. Vsi izdelki Dukatino naj bi bili bogati z vitaminom D, kalcijem in beljakovinami, ki jih otroci potrebujejo za rast in razvoj. Mleko kot osnovna surovina je iz lokalnih kmetij. Jogurti naj bi bili ustrezni tudi za najmlajše otroke. Zdravstvene učinke Dukatina je potrdilo tudi Ministrstvo za zdravje in socialo Republike Hrvaške (Dukat danas, 2015).

Dukat je pridobil več nagrad in priznanj. Šest zaporednih let je bil Dukat na Hrvaškem s strani potrošnikov imenovan za najbolj vredno zaupanja znamko (Trusted Brand) na področju mleka in mlečnih izdelkov, prav tako so dobili za 14 mlečnih kategorij naziv Best Buy. Za Dukatinov sadni jogurt marelica in korenje so leta 2008 dobili nagrado Golden Quality Medals, ki jo podeljuje Nemško agrikulturno društvo DLG ter je ena najbolj prestižnih mednarodnih zvez, ki je odgovorna za ocenjevanje hrane z vsakoletnim testiranjem kakovosti preko 20.000 izdelkov v Evropi (Nagrade i priznanja, 2015).

Izdelek Dukatino ima svojo brezplačno aplikacijo na pametnih telefonih, za iPhone, iPad, iOS in Androidne naprave. Namen aplikacije je razvedriti in kratkočasiti otroke z zanimivimi igrami, kot sta igra spomina ali Dukatino košarka. Aplikacija zajema tudi »projekt« slikanja, saj se lahko otroci slikajo z Dukatonom kot potapljačem ali kmetom ali gorskim plezalcem. (Dukatino application for smartphones and tablets, 2015).

Prepoznavni lik je Dukatino, stvor otroške domišljije rumene barve. Lik je nerodno ilustriran, saj ne moremo jasno definirati, kaj predstavlja, je namreč premalo stiliziran za čisto domišljijski lik, preveč stiliziran za kak realen karakter. Mogoče še najbolj spominja na obliko mlečne kapljice.

*Slika 15: Lik Dukatina*



*Vir: Dukatino te vodi na Miffy-dobitnici, 2015*

Dukatino skuta s sadjem je obogatena z vitaminom D in predstavlja manjši hranljiv obrok sveže skute in sadja. Izdelek je naravnega izvora in ga oglašujejo kot vir kalcija in vitamina D, ki naj bi otrokom pomagal pri razvoju kostne mase. Prodajajo v štirih okusih: marelica, jabolko, hruška in jagoda. Pakirano je v šestih lončkih, posamezen je težek 50 gramov. Na embalaži je predstavljena tudi maskota Dukatina (Dukatino sveži sir s vočem-rast uz zabavu i užitak za najmlađe, 2015).

*Slika 16: Dukatino skuta s sadjem*



*Vir: Dukatino sveži sir s vočem-rast utz zabavu i užitak za najmlađe, 2015*

**Dukatino sadni jogurt:** Prav tako kot skuta je tudi jogurt obogaten z vitaminom D in proizveden iz domačega mleka in dodanimi majhnimi koščki sadja. Izdelki so popolnoma naravni in naj bi otroku pomagali pri rasti in razvoju. Jogurt je kremaste teksture in z zelo majhnimi koščki sadja tako, da je primeren tudi za zelo majhne otroke. Okusi so kombinacija zelenjave, sadja in piškota (marelica in korenček, gozdni sadeži, malina in piškot). Pakiranje

je posamezno ali v kompletu štirih lončkov 4x125g. Embalaža v notranjosti skriva zgodbe in dogodivščine lika Dukatina, pobarvanke in druge igre za otroke (Dukatino vočni jogurt-rasti sretno, jedi fino, 2015).

*Slika 17: Dukatino sadni jogurt*



*Vir: Dukatino-novi vočni jogurti po mjeri djece; Uksune Dukatino poslastice za vroče ljetne dane, 2015*

### **Dukatino mlečni desert**

Okusi so čokolada, lešnik in mleko, vanilija in jagoda. Pakiranje je različno, od 80 gramskega lončka, 4x62,5gramov, do maxi pakiranja 4x120g.

*Slika 18: Dukatino mlečni deserti*



*Vir: Dukatino mliječni deserti-pravi mliječni užitek, 2015*

**Dukatino Gric:** Je družina izdelkov, ki predstavljajo obrok malice ali prigrizka. Izdelek je kombinacija jogurta z dodatkom čokoladnih kroglic. Okusi so jogurt in čokoladne kroglice, jagodni jogurt in čokoladne zvezdice. Na vsakem pakiranju se nahaja slička, ki jo otrok prilepi v Dukatino album. Izdelek vsebuje gluten. (Dukatino Gric-zabavna novost za svakog mališana, 2015).

*Slika 19: Dukatino Gric*



*Vir: Dukatino Gric nagraduje, 2015*

#### 1.3.2.4 Pomurske mlekarne

Pomurske mlekarne so sedaj eden od nosilcev živilsko predelovalne industrije na samem severozahodu Slovenije ter eden od stebrov v slovenski mlekarski industriji. Na letni ravni pridelajo okoli 80 milijonov litrov mleka, proizvodnja pa poteka na dveh lokacijah, v Murski Soboti in v Ljutomeru. 70 odstotkov celotne proizvodnje izdelkov se prodaja na slovenskem trgu, 30 odstotkov pa na drugih tržiščih izven Slovenije, kot so tržišča EU, severno ameriški trg in evropska tržišča izven EU (Pomurske mlekarne danes, 2015)

*Slika 20: Lik Milki in linija izdelkov*



*Vir: Fotografije osebe Otroška hrana Milki, 2015*

Pomurske mlekarne imajo prav tako kot Mlekarna Celeia, posebno linijo mlečnih izdelkov za otroke, poimenovano Milki. Blagovna znamka Milki je družina izdelkov za zdravo rast in razvoj otrok. Po velikosti in sestavi so izdelki prilagojeni otrokom. Milki izdelki so: mleko, čokoladno mleko, mlečni desert (vanilija/lešnik), vaniljev in čokoladni puding ter topljeni sir

za mazanje. Med ponudbo ni jogurta, kar je velika pomanjkljivost te linije. Prav tako ta linija ne vsebuje nobenih novih okusov, embalaža je pestra, z maskoto Milkijem na njej (Milki, 2015).

Milki je del spletne strani Pomurskih mlekarn ter ima svojo spletno Facebook stran. Za promoviranje blagovne znamke uporabljajo klasične pristope (oglasi) in tudi druge načine: nagradne igre, pobarvanke in stripi.

Prepoznavni lik blagovne znamke je Milki, otroško ilustrirana mlečna kapljica. Milki je karakter, s katerim naj bi se otroci poistovetili: nagajivi radovednež z oranžno kapo. Milki skupaj s prijatelji odkrivajo bogate zaklade dežele Milkinije (Zgodba o rojstvu Milkija, 2015).

## **2 STRATEŠKI NAČRT INOVACIJE IZDELKA**

Strateško načrtovanje je organizacijska dejavnost upravljanja, ki se uporablja za določitev prednostnih nalog, za fokusiranje energije in virov, za krepitev dejavnosti ter zagotovitev, da zaposleni in druge interesne skupine delujejo v smeri skupnih ciljev, vzpostavitve dogovorov okoli dobička in rezultatov, ocenitve in prilagoditve smeri organizacije na odziv na spremembe v okolju. To je discipliniran napor, ki proizvaja temeljne odločitve in ukrepe, ki oblikujejo in vodijo kakšna organizacija je, s čim se ukvarja, zakaj to počne (Strateško načrtovanje, 2015).

Strateški načrt inovacije izdelka je strategija razvojne skupine, ki se nanaša na izdelke ter na opredelitev inovacije. Je tudi dokument, kjer so zapisani pogoji, pod katerimi podjetje posluje (Dmitrović, 2015a, str. 24).

Strateški načrt inovacije izdelka je sestavljen iz štirih glavnih sestavin:

- ozadje;
- arena;
- cilji;
- smernice.

(Dmitrović, 2015a, str. 26).

### **2.1 Ozadje**

Prva sestavina strateškega načrta inovacije je ozadje, kjer ugotavljamo trenutno trženjsko stanje tako na mikrookolju kot na makrookolju. Poleg analize stanja odgovarjamo na vprašanje, zakaj smo se odločili za razvoj novega produkta (Dmitrović, 2015a, str. 27).

Analizo stanja na trgu jogurtov smo opravili s predstavitvijo podjetja Loških mlekarn in njihovega vodstva ter z brskanjem po spletu. Prišli smo do ugotovitev, da je ponudba

navadnih jogurtov na trgu srednje velika, ponudba otroških pa zelo majhna. Zaradi takšnega stanja želi vodstvo podjetja Loških mlekarne uvesti nov izdelek na trgu otroških jogurtov.

V supermarketih, večjih marketih in v trgovskih centrih najdemo srednje veliko ponudbo navadnih jogurtov in relativno manjšo ponudbo otroških jogurtov. Največje blagovne znamke, ki ponujajo jogurte so Ljubljanske mlekarne, blagovna znamka Zelene Doline, Pomurske mlekarne, Dukat in Danone.

Loške mlekarne ponujajo vse svoje izdelke v svoji prodajalni samo na lokaciji v Škofji Loki in okoliških področjih, ponudbo loških jogurtov imajo tudi na lokaciji v Ljubljani, in sicer v Plavi Laguni in Nami.

## **2.2 Arena**

Močno konkurenčno prednost lahko na današnjem konkurenčnem trgu pretvorimo iz omejenih virov. Za doseg ciljev je potrebno uporabiti drugo sestavino strateškega načrta inovacij, ki jo imenujemo arena. Arena je sestavljena iz štirih dimenzij moči, in sicer iz tehnologije, izdelka, segmenta porabnikov in koristi za porabnike (Crawford & Di Benedetto, 2006, str. 63).

### **2.2.1 Tehnologija**

Tehnološko moč največkrat opazimo v obliki laboratorijskih raziskav, vendar se podjetja velikokrat odločijo in najdejo vrednost tudi v ne-laboratorijski tehnologiji. Tehnološke novosti obstajajo tudi na področju trženjskih oddelkov, kot so tehnične podporne storitve strankam, oglaševalski oddelki, management izdelkov ter področje sistemov fizične distribucije (Crawford & Di Benedetto, 2006, str. 63).

Pri podjetju Loške mlekarne imajo pri razvoju novega izdelka omejitve s tehnologijo, saj pravzaprav nimajo ustrezne tehnologije za izdelavo jogurtov. Jogurti trenutno predstavljajo bolj obstranski produkt. Imajo zelo preprosto tehnologijo, ki je primerna za majhne mlekarne ter enostavne aparate, ki bi jih bilo potrebno nadomestiti s primernimi za razvoj novega izdelka.

### **2.2.2 Izdelek**

Podjetja se velikokrat osredotočijo na sam izdelek in posledično namenijo manj pozornosti tehnologiji, komu bo sam izdelek namenjen ter kakšne koristi bodo le-ti imeli od izdelka (Crawford & Di Benedetto, 2006, str. 64).

Po analizi ponudbe jogurtov smo prišli do ugotovitev, da mora otroški jogurt vsebovati naslednje lastnosti:

- kombinacijo različnih sadnih okusov (jabolka, breskve, bučke, grozdje);
- manjša, potovalna embalaža, z možnostjo ponovnega odpiranja / zapiranja (Plastenka ali tetrapak 2,5 dl / 0,5 l);
- mora biti narejeno iz ekološkega mleka;
- mora biti domačega okusa (okolica Škofje Loke);
- vsebovati kombinacijo vitaminov in mineralov;
- izdelek mora biti cenovno ugoden;
- kupcu mora jogurt zagotoviti korist.

### **2.2.3 Segment porabnikov**

Korist, ki jo ima dobimo s segmentacijo porabnikov, se nanaša na vprašanje, komu je izdelek namenjen. Na kakšen način se bo opravila segmentacija porabnikov je odvisna od odločitve podjetja, saj poznamo več načinov le-te. Najboljše ideje za produkte, ki so inovativni so osnovane prav na reševanju kupčevih problemov (Crawford & Di Benedetto, 2006, str. 64-65).

Pri otroškem jogurtu za Loške mlekarne smo se odločili, da bomo imeli naslednje segmente:

- otroci;
- starši (kupujejo jogurte za svoje otroke);

### **2.2.4 Korist za porabnike**

V zadnjem koraku pri drugi sestavini strateškega načrta inovacij se mora podjetje odločiti, kakšne koristi bo izdelek prinesel porabnikom. Na podlagi analize smo le-te določili kot:

- nadomesti določene vitamine in minerale;
- poteši željo po sladkem z bolj zdravo sladico;
- podpiranje črevesne flore;
- ohranja zdravje z ustreznim vnosom kalcija.

## **2.3 Cilji**

Definicija ciljev pravi, da so razdeljeni na dolgoročne in kratkoročne cilje, kjer so v nadaljevanju razdeljeni še v štiri dodatne kategorije: dobiček, rast, tržni položaj in drugi cilji (Crawford & Di Benedetto, 2006, str. 65).

### **2.3.1 Dobiček**



Dobiček je že od nekdaj eden od glavnih ciljev podjetja. V preteklosti je bilo znano, da je dobiček bil glavni cilj podjetja, vendar se je mišljenje podjetij do danes glede dobička spremenilo in ga več ne postavijo na prvo mesto, ampak ima mesto nižje na lestvici prioritet in ciljev. Podjetja vedo, da je dobiček pomemben, saj lahko z njim financirajo nove investicije, ga namenijo za izplačilo dividend ali za nakup lastnih delnic. (Dobiček, 2015)

Pri predstavitvi podjetja in pri analizi njihovega poslovanja smo ugotovili, da je dobiček eden od ciljev, vendar ni pozicioniran visoko na lestvici, saj je vodstvo mnenja, da je potrebno določene stvari doseči prej kot pa sam dobiček. Bolj pomembno kot dobiček se jim zdi pospeševati gospodarske koristi svojih članov. Ena od strateških usmeritev podjetja je prizadevanje, da bi dobiček vrnilo oziroma prelili nazaj članom zadruga v obliki višje odkupne cene mleka. Za takšen korak so se odločili, saj so kmetje člani zadruga in vodstvo želi, da imajo kmetje maksimalno korist, saj bo tako kmet pripravljen optimalno sodelovati, zadruga pa bo zaradi tega uspešno poslovala. So tudi mnenja da so vsi enaki in da je potrebno pravično razdeliti dobiček in da so pogoji enaki za vse.

### **2.3.2 Rast**

Definicija pravi, da je rast podjetja kvantitativno večanje obsega podjetja, za katero je potrebno, da ima podjetje jasno vizijo, konkretno opredeljene cilje in izdelano oceno tveganja. Poznamo štiri strategije rasti : prodor na trg, razvoj trga, razvoj izdelka/storitve in diverzifikacijo (Rast, 2015)

Loške mlekarne so se odločile za uvajanje novega izdelka v prodajni asortiman na trgu jogurtov, saj želijo z uvedbo novega izdelka povečati svoj tržni delež in poslovni izid.

### **2.3.3 Tržni položaj**

Managerji želijo, da novi produkt prevzame na trgu največji možni tržni delež, vendar imajo tudi druge cilje na področju tržnega položaja. Ti so lahko:

- minimiziranje znižanja tržnega deleža;
- povečanje tržnega deleža;
- obramba le-tega;
- vstop na trg;

(Crawford & Di Benedetto, 2006, str. 66).

Vodstvo Loških mlekarn želi vstopiti na trg otroških jogurtov in zvišati tržni delež na tem trgu.

### **2.3.4 Drugi cilji**

Poleg naštetih ciljev si lahko podjetje določi tudi cilje, kot so: sprememba imidža, dopolnitev skupine izdelkov in diverzifikacija (Dmitrović, 2015a, str. 29).

Loške mlekarne se želijo z vstopom na trg otroških jogurtov diverzificirati, saj do sedaj še niso bili prisotni na omenjenem trgu (posredno so z ekološkim jogurtom jagoda in gozdni sadeži). Cilj podjetja je ustvariti kakovosten izdelek, ki bo primeren, privlačen in predvsem okusen za otroke ter dovolj zdrav, a tudi cenovno ugoden za odrasle. Cilj je tudi jogurt ponuditi v manjši embalaži, ki bolj ustreza potrebam manjših otrok.

## **2.4 Smernice**

Ekipa, ki se ukvarja z raziskovanjem mora upoštevati navodila in smernice vrhnjega managementa, ki so lahko določene s strani glavnega vodstva ter so lahko zelo zahtevne in restriktivne. Smernice lahko ne glede na to, kdo jih je oblikoval razdelimo na tri sklope: stopnja novosti, časovne omejitve in druge smernice (Crawford & Di Benedetto, 2006, str. 66).

### **2.4.1 Stopnja novosti**

Vodstvo lahko od svoje raziskovalne ekipe pričakuje stopnjo novosti, ki je lahko nizka (celotna in popolna imitacija izdelka na trgu) ali pa zelo visoka (popolnoma nov produkt na trgu). Nov izdelek je zelo tvegana strategija, saj bi šlo za pionirski izdelek z novo in posebno tehnologijo, ki do prihoda izdelka še ni obstajala. Vsi izdelki pa tudi niso posebni, saj v kategorijo popolnih novosti spadajo tudi produkti, ki uporabijo že obstoječo tehnologijo na nek nov način. Pogostejši na trgu so izboljšani izdelki, ki nastanejo tako, da že obstoječe produkte izboljšajo. Same izboljšave so lahko tehnične in ne-tehnične narave. Najnižja stopnja novosti je posnemanje obstoječih produktov. To pa ne pomeni, da pri tem dejanju podjetje ne prevzame tveganja, saj le-to s takšnim izdelkom tvega prepozen vstop ali tožbo podjetja z inovativnim oziroma obstoječim produktom (Crawford & Di Benedetto, 2006, str. 66).

Vodstvo podjetja Loških mlekarn želi z uvedbo novega izdelka posnemati že obstoječe izdelke na trgu jogurtov oziroma dodati nov ter izboljšan jogurt z dodano vrednostjo.

### **2.4.2 Časovne omejitve**

Smernice časovne omejitve razvrstimo v tri skupine: prvi vstop, vzporedni vstop in pozni vstop.

Prvi vstop je mišljen za pionirske izdelke oziroma popolne inovacije. Vzporedni vstop je prav tako namenjen inovacijam, vendar podjetje ne ve ali bo izdelek uspešen ali ne. Pri poznejšem vstopu ima podjetje dovolj informacij, kako uspešen je izdelek, vendar lahko tvega, da so

priložnosti že zasedene. Pri poznejšem vstopu se lahko podjetja odločajo za cenovno politiko konkuriranja na trgu (Crawford & Di Benedetto, 2006, str. 67).

Pri otroškem jogurtu Loških mlekarj smo mnenja, da gre za vzporedni vstop na trg, saj smo spremljali konkurenco blagovnih znamk Ljubljanske mlekarne, Pomurske mlekarne in Zelene doline. Ker smo opazili slabo in omejeno ponudbo otroških jogurtov na policah, menimo, da je v tem primeru vzporedni vstop primerna odločitev.

### **2.4.3 Druge smernice**

Poleg navedenih smernic, si lahko podjetja določijo tudi za ostale, kot so: možnost patentiranja, zahtevana raven kakovosti in strategija blagovne znamke (Dmitrović, 2015a, str. 30). Smernice, ki smo jih dobili s strani predstavnic podjetja Loške mlekarne za nov izdelek so:

- poudarjanje kakovosti;
- prepoznavnost izdelkov na policah;
- biti inovator na področju jogurtov ter
- biti različen od ostalih blagovnih znamk.

## **3 OPIS METODE GENERIRANJA IDEJ IN SEZNAM IDEJ**

S kvalitativnimi tehnikami za analizo lastnosti se zbira ideje za nove izdelke. Med te tehnike sodijo lateralno razmišljanje, sezname za preverjanje (checklist), seznam dimenzij, analogija ter analiza povezanosti (Dmitrović, 2015b, str. 5).

### **3.1 Lateralno razmišljanje**

Psiholog Dr. Edward de Bono je skoval lateralno razmišljanje v svoji knjigi iz 70. let, z naslovom Lateralno razmišljanje. Lateralno razmišljanje je metoda generiranja idej ter tehnika reševanja problemov, kjer se ustvarjajo novi koncepti s pregledom stvari na novejši, drugačen način. Logično oziroma vertikalno razmišljanje prenaša izbrano idejo naprej. Prav tako se pri taki vrsti razmišljanja poskuša premagati probleme z neposrednim pristopom. Medtem, ko se pri lateralnem razmišljanju izzove nove ideje oziroma se spremeni referenčni okvir. Pri lateralnem razmišljanju se poskuša premostiti probleme z obvozom le-teh z drastično drugačnim pristopom (Latentno razmišljanje, 2015). Lateralno razmišljanje zastopa pet tehnik, in sicer proste asociacije, izvleček koncepta, naključni izbor, izpodbijanje ter uporaba absurdnega.

Pri lateralnem razmišljanju smo uporabili tehniko izvlečka koncepta, saj smo si za fokus izbrali ekološki jogurt, ki je na trgu že prisotna ideja, vendar smo pri tem iskali drugačne

oziroma nove alternative za uporabo ekološkega jogurta za otroke in smo s tem predrugačili funkcionalnost jogurta.

### 3.2 Seznam dimenzij

Seznam dimenzij je tehnika, s katero oblikujemo seznam možnih dimenzij oziroma lastnosti nekega izdelka. Na samem začetku izdelave dobimo zelo dolg seznam lastnosti, ki nam sprva ne pomaga oziroma nam dajejo možnosti iskanja ali kreiranja novih in koristnih idej. Pogoj za kreiranje idej je razmišljanje izven konteksta ali viharjenje možgane v vse smeri, ki so možne ter izdelku podati takšne lastnosti, ki mu jih na prvi pogled ne bi pripisali oziroma takšne lastnosti, katerih nihče ne opazi ali vidi ob omembi izdelka (Crawford & Di Benedetto, 2006, str. 151).

Zgornjo tehniko smo uporabili z namenom ustvarjanja seznama z različnimi lastnostmi ali dimenzijami ekološkega jogurta. Za ustvarjanje seznama smo opravili analizo konkurenčnih podjetij na domačem trgu, kjer smo z opazovanjem trgovin in s samo ponudbo na policah ter s spremljanjem spletnih strani konkurence približno ugotovili primerne lastnosti.

### 3.3 Pridobljene ideje

Z zgoraj opisanimi kvalitativnimi tehnikami smo zbrali ideje za ekološki otroški jogurt:

- **Embalaža:** Najbolj primerna embalaža za otroke in za naš izbrano mešanico je lonček s pokrovčkom, ki se odlepi. Sama velikost lončka, ki bi bila primerna za otroke je 125ml in 200 ml, saj otroci ne pojedjo tolikšne količine kot odrasli. Dizajn embalaže bi moral imeti isto osnovo, kot ostali izdelki Loških mlekar, saj bo jogurt tako bolj prepoznaven. Razmišljamo tudi o uvedbi maskote, ki bi bila narisana na sami embalaži.
- **Probiotičnost:** Dodano vrednost bi pridobili z dodajanjem probiotičnih kultur za uravnavanje črevesne flore, ki je pomemben del pri otroškem razvoju (Probiotiki, 2015). Tako bi zadostili tudi zahtevam staršem, ki ta izdelek kupijo.
- **Novi okusi:** V trenutni navadni ponudbi sta na voljo zgolj klasična okusa, ki jih imajo praktično vsi konkurenti, jagoda in gozdni sadeži. Iz pripovedovanja doktorja Janeza Benedičiča, bi v jogurt uvedli suho sadje, kot so jabolka in hruške in so lokalnega izvora. Dodana vrednost bi bila v tem primeru tudi slajenje z naravnim sladilom, domačim lokalnim medom. Ajda ali prosena kaša bi bila lahko v jogurtu v obliki drobnih krispijev ali v obliki kaše, namesto klasičnega riža. Prisotni bi bili tudi lokalno proizvedeni orehi. Naš cilj bi bil narediti jogurt, ki bi bolj spominjal na jabolčni zavitek, kot pa na običajen jogurt. Razvili bi lahko tudi okuse s sadjem ringlo,

ki je v Sloveniji že dolgo prisoten in bi se lahko s tem diferencirali od drugih mlekarn. Dodatek sliv bi pripomogel k bolj uravnoteženi prebavi otrok, ribez in maline pa bi zadostili potrebo po C vitaminu.

- **Možnost manjše mlečne maščobe:** Na voljo bi dali jogurt z 1,5 % mlečne maščobe in 3,2 % mlečne maščobe, saj trenutno manjka lažji jogurt. Naš cilj je zadovoljiti otrokov okus po nečem sladkem in hkrati ustreči staršem glede zahtev zdrave prehrane, da je otroku jogurt všeč in cene izdelka.
- **Dodana vrednost A, B, C, D, E, K vitaminov** z dodajanjem sadja in zelenjave. Zelenjava bi bila prav tako lokalno gojena, in sicer pesa, korenje, bučke. Lahko pa bi notri že dodali kombinacijo jogurta z zelenjavnim sokom Biološke-dinamične kmetije Pr Rejcu iz Gorenje vasi.
- **Navadni oziroma tradicionalni jogurt:** Na voljo bi bil jogurt zmešan s skuto brez kakršnih koli dodatkov. Izdelek bi bil prvotno namenjen otrokom, ki imajo rajši naraven okus brez dodatkov, ali pa si raje sami dajo notri dodatke. Loške mlekarne bi lahko tudi skomunicirale, da je izdelek lahko širše uporabljen, in sicer pri peki tort in peciv.
- **Jogurt s suhim sadjem in proseno kašo:** Vseboval bi že pripravljeno mešanico iz navadnega jogurta, ki bi bil mešanica jogurta in skute ter dodatnih koškov suhega sadja (jabolko) in prosene kaše. Dodatki bi bili na vrhu jogurta (če bi bilo to tehnološko izvedljivo), in bi se nato pomešali z mešanico jogurta in skute.
- **Jogurt z orehi in medom:** Navadnemu jogurtu, ki je sestavljen iz mešanice jogurta in skute, bi na vrhu dodali plast medu s posipom grobo mletih orehov, ki bi dodali jogurtu dodatno energijsko vrednost in teksturo.

#### 4 IZBOR METODE RAZISKAVE ATRIBUTOV

V naši raziskavi smo se odločili, da za analizo lastnosti izdelka uporabimo metodo analize vrzeli, in sicer zaznavni zemljevid na podlagi ocen lastnosti (ang. AR – attribute ratings Perceptual Gap Map). S to metodo smo preverili kako kupci zaznavajo obstoječe izdelke in njihove lastnosti. S tem lahko ocenimo tudi možne vrzeli, ki obstajajo na trgu in jih obstoječi izdelki še niso zapolnili. Prepoznavanje vrzeli nam omogoča lažje določanje novih lastnosti našega izdelka in s tem lažjo uvedbo izdelka na trg. Pri izdelkih široke potrošnje je že najmanjša sprememba v lastnostih izdelka dovolj, da se nov izdelek razlikuje od obstoječe ponudbe in s tem lahko dosega višjo ceno (Crawford & Di Benedetto, 2011, str. 152).

Ta metoda nam omogoča, da na podlagi različnih atributov izdelkov dobimo tiste, ki so za to izdelčno kategorijo pomembnejši. In ker so to ocene lastnosti, ki jih kupec poda za posamezni izdelek, so zato pomembna informacija o zaznavanju ponudbe na trgu.

Pri metodi analize vrzeli z zaznavnim zemljevidom je potrebno najprej opredeliti nabor atributov (to so lahko lastnosti, koristi ali funkcije izdelka), ki opisujejo izdelčno kategorijo, ki jo preučujemo. Anketirance je smiselno povprašati tudi o pomembnosti posameznega atributa pri nakupu izdelkov te kategorije. Nazadnje je potrebno zmanjšati število atributov na optimalno količino, ki se lahko uporabi za izdelavo zaznavnega zemljevida. Za to je primerna faktorska analiza - statistična tehnika, ki se uporablja za zmanjševanje velikega števila atributov na manjše število faktorjev, ki se uporabijo kot osi oz. glaven razsežnosti na zaznavnem zemljevidu (Crawford & Di Benedetto, 2011, str. 155).

Prvi korak v naši analizi je izdelava in izvedba ankete s katero smo preverili trenutno stanje na trgu mlečnih izdelkov oz. otroških jogurtov. V anketi smo se osredotočili predvsem na vprašanja o trenutni ponudbi teh izdelkov in njihovih lastnostih. Za različne izdelke v ponudbi jogurtov in otroških jogurtov smo pripravili nekaj vprašanj, kjer smo kupce spraševali o posameznih atributih teh izdelkov. Vprašanja so postavljena v obliki trditev, pri katerih anketiranec označi, kako močno se strinja s posamezno trditvijo. Spraševali smo o atributih, ki se nam zdijo pomembni pri uporabi jogurta in otroškega jogurta, kot so na primer vsebnost hranil pomembnih za razvoj otroka, vsečnost okusa, nizka vsebnost sladkorja, ekološka pridelava, itd. Nato smo s pomočjo programa za statistično obdelavo podatkov SPSS naredili faktorsko analizo, s katero skušamo pojasniti povezave med večjim številom spremenljivk, z manjšim številom faktorjev, ki predstavljajo skupne razsežnosti na zaznavnem zemljevidu. S tem smo želeli pridobiti vpogled v možne vrzeli, kjer ni prisotnega nobenega izdelka in kamor lahko zato na trg usmerimo naš izdelek.

Ker je zaznavni zemljevid narejen na podlagi dejanskih zaznav potrošnika, je bolj verjetno, da bodo vse najdene vrzeli bolj zanimive za potencialne kupce (Crawford & Di Benedetto, 2011, str. 160). Na podlagi teh vrzeli smo lažje opredelili lastnosti našega izdelka, ki smo jih zatem preverili še z intervjujem. V intervjuju smo postavljali konkretna vprašanja o izdelku, ki ga nameravamo uvesti na trg, ter o možnih tržnih poteh, ceni, embalaži, itd. Ta kvalitativna metoda nam je omogočila globlji vpogled v izdelčno kategorijo, od stališča do posameznih blagovnih znamk in nakupnega procesa do načina uporabe.

## **5 ANALIZA REZULTATOV ANKETE**

Prvi korak v naši analizi je bila izdelava in izvedba ankete, ki smo jo naredili s pomočjo spletne strani Ika spletne ankete. Cilj ankete je bil izvedeti, kako pomembne se anketirancem zdijo specifične lastnosti otroškega jogurta.

Ciljni segment, ki smo ga želeli zajeti z anketo, so bili starši, ki imajo otroke stare do 12 let. Zato so bili za nas relevantni predvsem anketiranci v tem demografskem segmentu. Anketo smo posredovali na številne Facebook strani, preko elektronske pošte ter forume, kot sta Bibaleze in Moj malček.

Anketa je sestavljena iz treh delov:

V prvem delu so demografska vprašanja, s katerimi smo želeli izvedeti, koliko članov šteje gospodinjstvo anketiranca, koliko otrok ima in ali ima vsaj enega otroka, starega 12 ali manj let. Starost otroka je bil glavni kriterij, ki je določil, ali bo anketiranec lahko nadaljeval z anketo ali ne. V primeru, da je označil, da ima vsaj enega otroka, ki je star 12 ali manj, se mu je prikazalo naslednje vprašanje, drugače se je anketa za anketiranca zaključila.

V drugem delu ankete so vprašanja, s katerimi smo želeli izvedeti, kakšne so nakupovalne navade ciljnega segmenta porabnikov. Z vprašanji smo poskusili ugotoviti, kako pogosto porabniki kupujejo otroški jogurt, ali otroku kupujejo otroški jogurt ali navaden jogurt, namenjen vsaki generaciji, jogurt s kakšnim okusom najpogosteje kupujejo svojim otrokom, kje najpogosteje kupujejo otroške jogurte in kakšna embalaža jogurtov jim najbolj ustreza. Poleg tega smo zastavili tudi nekaj vprašanj, s katerimi smo želeli izvedeti, kakšne so navade otrok, ki jogurt uživajo, kot so: ali otrok anketiranca sploh je jogurt, kdaj ga je in kako pogosto.

V tretjem delu so vprašanja postavljena v obliki trditev, s katerimi so anketiranci s pomočjo 5-stopenjske Likertove lestvice izrazili stopnjo strinjanja ali nestrinjanja naprej s splošnimi trditvami in nato s trditvami, ki se navezujejo na blagovno znamko jogurta, ki jo anketiranec najpogosteje kupuje. Na podlagi tega dela anket smo naredili tudi faktorsko analizo, s katero želimo pojasniti povezave med več spremenljivkami z manjšim številom faktorjev.

Namen ankete je bil preučiti trenutno stanje na trgu otroških jogurtov in konkurenco Loške mlekarne na slovenskem trgu. Z anketo smo ugotovili, da na trgu otroških jogurtov vlada močna konkurenca s širokim asortimanom izdelkov. Ker je vstop na ta trg zahteven, predlagamo, da se Loška mlekarne diferencira in naredi drugačen izdelek za otroke, ki trenutno še ne obstaja na trgu. Naš predlog je kombinacija jogurta in skute s puhasto strukturo. Povsem nov mlečni izdelek za otroke se tudi sklada s smernicami, ki smo jih dobili s strani predstavnic podjetja Loška mlekarne: biti inovator na področju jogurtov ter biti različen od ostalih blagovnih znamk.

Z anketo smo želeli ugotoviti, ali starši otrokom kupujejo otroške jogurte oziroma mlečne izdelke namenjene prav otrokom. V primeru, da otroških jogurtov ne kupujejo, nas je tudi zanimalo, kaj je vzrok za to. Z anketo smo ugotovili, da 60 % respondentov za svoje otroke kupuje običajen jogurt, namenjen vsaki generaciji, ker otroški jogurti po mnenju respondentov vsebujejo preveliko količino sladkorja in aditivov ter so predragi. Otroški jogurti, ki so trenutno na trgu, se jim ne zdijo dovolj naravni. Večinoma za otroke kupujejo enak jogurt, kot za preostale družinske člane, in predvsem naraven jogurt, brez dodatkov.

Tukaj vidimo priložnost za Loško mlekarno, saj njihov ekološki jogurt ne vsebuje dodanega sladkorja in je narejen iz ekološko pridelanega mleka.

Z anketo smo želeli tudi ugotoviti, jogurte s kakšnim okusom starši najpogosteje kupujejo svojim otrokom. 42 % respondentov je odgovorilo, da otrokom največkrat kupijo sadni okus, 26 % navadni jogurt, 24 % pa jogurt z dodatki, kot so kosmiči, krspiji in podobno. Na podlagi teh rezultatov predlagamo razvoj treh različnih produktov. Prvi produkt naj vsebuje le osnovno mešanico jogurta in skute, s tem pokrijemo segment navadnega jogurta. Drugi produkt naj vsebuje proseno kašo in sadje, s tem pokrijemo segment jogurta z dodatki in sadnega jogurta. Tretji produkt naj vsebuje kombinacijo medu in orehov, s tem pokrijemo segment produkta z naravnim in zdravim sladilom za otroke, kar pri trenutni izbiri otroških jogurtov starši najbolj pogrešajo. Menimo, da bi z naštetimi okusi uspešno zadovoljili željo otrok po nečem sladkem in hkrati ustregli staršem glede zahtev zdrave prehrane.

Z anketo smo želeli ugotoviti, kako pomembne se anketirancem zdijo specifične lastnosti otroškega jogurta. S pomočjo 5-stopenjske Likertove lestvice, s katero so respondenti izrazili stopnjo strinjanja ali nestrinjanja s trditvami, smo ugotovili, katere lastnosti so za respondente najbolj pomembne pri otroškem jogurtu. Starši so se najbolj strinjali s trditvami: pri otroškem jogurtu je pomembno, da ne vsebuje umetnih barvil in konzervansov, pri otroškem jogurtu je zelo pomembno, da ima nizko vsebnost sladkorja in pri nakupu otroškega jogurta izberem tak okus, ki je všeč mojemu otroku. Odgovori respondentov se skladajo z ugotovitvami, do katerih smo prišli tudi pri ostalih odgovorih. Na podlagi tega predlagamo razvoj ekološkega otroškega produkta, z naravnimi dodatki in okusom, ki bo privlačen za otroke.

Z anketo smo preučevali, kakšne so nakupovalne navade ciljnega segmenta porabnikov - staršev z otroki, ki so mlajši od 12 let. To smo ugotavljali z vprašanjem, kje otroške jogurte najpogosteje kupujejo. 73 % respondentov je odgovorilo, da jih najpogosteje kupuje v prehrabnih trgovinah (supermarketi, hipermarketi, manjše trgovine). Loški mlekarni svetujemo, da se ne poslužuje običajnih prodajnih poti, kot je prodaja v trgovinskih formatih kot so supermarketi, hipermarketi, diskonti itd., saj je tam konkurenca premočna. Predlagamo, da se raje odloči za prodajo na tržnicah, v mobilnih trgovinah (prodaja iz kombija) in v specializiranih trgovinah z ekološko prehrano.

Z anketo smo želeli tudi ugotoviti, kakšna embalaža je najbolj primerna za otroški jogurt. 69 % respondentov je odgovorilo, da jim najbolj ustreza embalaža s pokrovčkom, ki se odlepi. Glede na preference potrošnikov in samo strukturo našega predlaganega produkta, menimo, da je kot embalaža najbolj primeren lonček s pokrovčkom, iz katerega bodo otroci lahko produkt brez težav jedli z žlico.

## **6 FAKTORSKA ANALIZA**

Na podlagi ankete smo s pomočjo programa za statistično obdelavo podatkov SPSS naredili faktorsko analizo. Namen faktorske analize je izdelava zaznavnega zemljevida na podlagi



ocen lastnosti (ang. AR – attribute ratings Perceptual Gap Map), s katerim smo lahko definirali vrzeli, ki obstajajo na trgu in jih obstoječi izdelki še niso zapolnili.

V anketi smo respondente prosili, da na lestvici od 1 do 5 ocenijo svoje strinjanje s podanimi trditvami, pri čemer 1 pomeni popolno nestrinjanje s trditvijo, 5 pa popolno strinjanje. Vprašanja so se nanašala na stališča do osmih spremenljivk, od vsebnosti ekoloških sestavin, maščob in sladkorja, raznih dodatkov, do primernosti embalaže. Program SPSS nam je pri faktorski analizi ponudil dva faktorja, katera pojasnita 65,82 % variance med vsemi spremenljivkami (Priloga 4). V Tabeli 1 so prikazani rezultati faktorske analize. Spremenljivke, ki spadajo v faktor 1, se nanašajo na lastnosti jogurta, ki so pomembne za otroka. Zato smo faktor 1 poimenovali »Primernost za otroke«. Ostale tri spremenljivke, ki spadajo k faktorju 2, pa so povezane s sestavinami jogurta, zato smo ta faktor poimenovali »Kakovost sestavin«.

*Tabela 1: Rezultat faktorske analize*

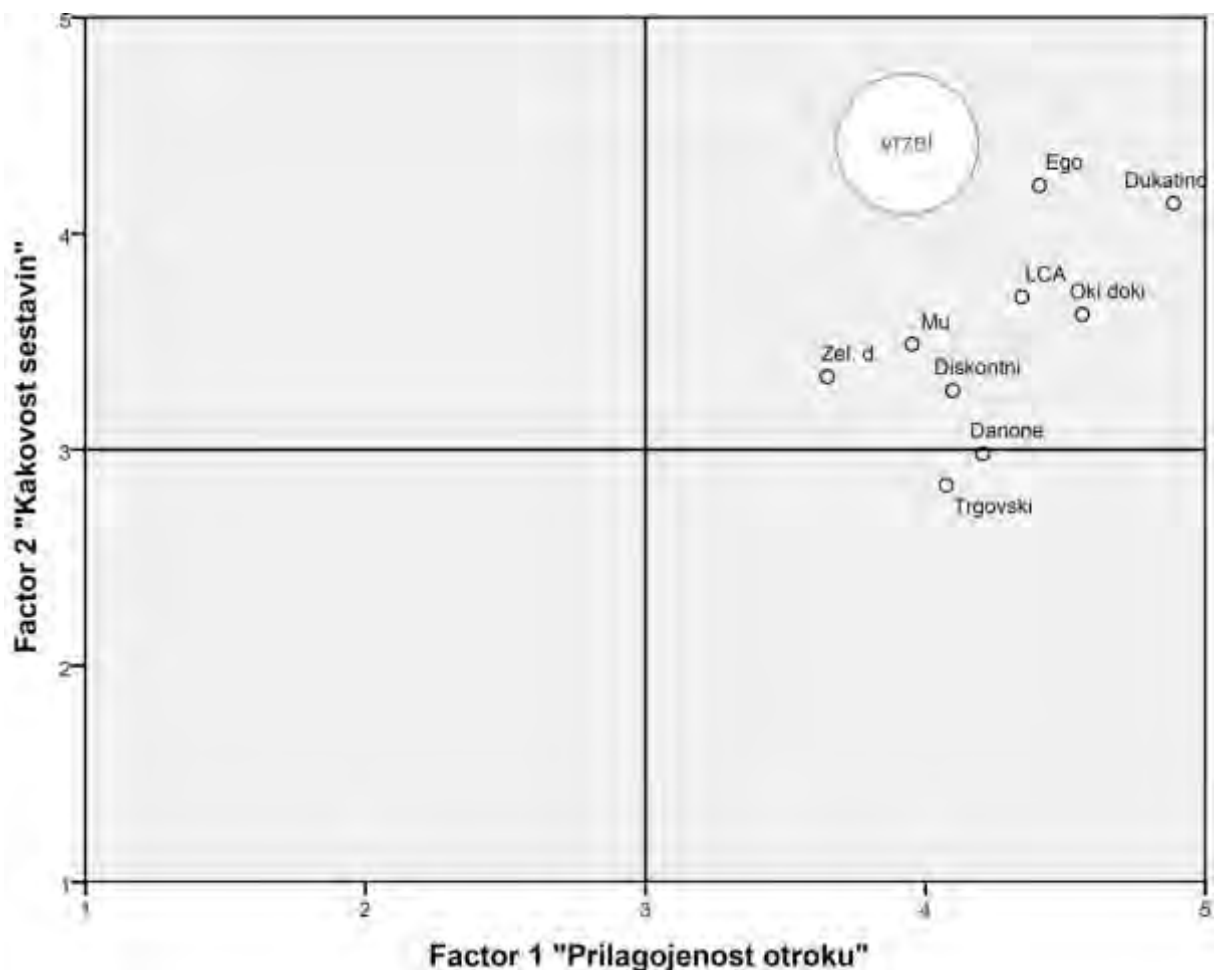
	Factor 1	Factor 2
Pomembno je, da je otroški jogurt vsebuje dodatke, ki so vsec otrokom (npr. cokoladni krispiji, veliki koscki sadja, koscki cokolade, itd.).	.862	
Pri otroškemu jogurtu je zelo pomembno, da ima dodana hranila, ki so pomembna za razvoj otroka (npr. kalcij, vitamini, itd.).	.810	
Otroški jogurt mora imeti embalazo, ki je mojemu otroku vsec.	.778	
Pri otroškemu jogurtu je pomembno, da ima nizko vsebnost mascob.	.731	
Pri nakupu otroškega jogurta izberem tak okus, ki je vsec mojemu otroku.	.700	
Pri otroškemu jogurtu je zelo pomembno, da ima nizko vsebnost sladkorja.		.889

Pri otroškemu jogurtu je pomembno, da ne vsebuje umetnih barvil in konzervansov.	.836
Pomembno je, da je otroški jogurt narejen iz ekološko pridelanega mleka.	.738

Vir: SPSS program, 2015

S tem smo dobili obe osi v našem zaznavnem zemljevidu. Nato smo na podlagi povprečij ocen posameznih atributov za posamezne znamke in s pomočjo koeficientov ocen faktorjev (ang. Factor score coefficient matrix) v programu SPSS na zaznavni zemljevid uvrstili tudi blagovne znamke jogurtov oz. otroških jogurtov. V analizi nismo upoštevali nekaj blagovnih znamk otroških jogurtov, ki smo jih opisali v analizi konkurence, to so Fruchtzwerge, Disney, Actimel in Milki. Razlog za to je v tem, da za te znamke nismo dobili nobenega odgovora v naši anketi ali pa je bilo število odgovorov premajhno (en ali dva odgovora), da bi pokazalo pravo sliko o blagovni znamki, zato teh odgovorov nismo vključili v analizo.

Slika 21: Zaznavni zemljevid na podlagi ocen lastnosti



Zaznavni zemljevid nam je ponudil sliko, ki nakazuje kako potrošniki (respondenti so bili starši z vsaj enim otrokom pod 12 let) ocenjujejo posamezne znamke jogurtov in otroških jogurtov glede na kakovost sestavin in prilagojenost jogurta otroku. Kot vidimo, potrošniki ne vidijo velikih razlik med posameznimi blagovnimi znamkami jogurtov in otroških jogurtov. Otroška jogurta Oki Doki in Dukatino sta dobila najboljšo oceno pri atributu prilagojenost otroku, vendar razlika pred ostalimi blagovnimi znamkami ni velika. To se tudi sklada z ugotovitvijo v anketi, kjer je 60 % respondentov odgovorilo, da za svojega otroka običajno kupi jogurt namenjen vsaki generaciji in ne otroški jogurt, ker smatrajo, da je slednji manj sladek in nasploh ne zaznavajo razlike med obema. Najnižje po kakovosti sestavin so ocenjeni jogurti trgovskih blagovnih znamk in Danone.

Rezultati factorske analize in zaznavnega zemljevida so nam dali nekaj usmeritev za izdelavo koncepta izdelka. Iz Slike 21 je namreč razvidno, da obstaja vrzel na trgu, ki jo trenutno nobena od ocenjevanih znamk ne zaseda, to je visoka kakovost sestavin in srednja prilagojenost otroškim potrebam. Ugotovitev nas je presenetila, saj smo pričakovali manjše ocene pri prvem faktorju. Vsekakor bi bilo potrebno za končno odločitev analizo bolj poglobljeno raziskati in po potrebi ponoviti na večjem vzorcu respondentov.

## **7 ANALIZA INTERVJUJEV**

Pri izdelavi poglobljenih intervjujev smo si pomagali z rezultati ankete, ki smo jo naredili z 161 respondenti. Zbiranje podatkov je potekalo od 4. aprila do 6. aprila 2015. Zbrali smo 16 rešenih intervjujev. Intervjuji so bili individualni in osebni. Za intervjuvance smo izbrali enak segment kot pri anketi, in sicer starše z otroci, mlajšimi od 12 let.

Na podlagi rezultatov ankete smo sestavili brif, v katerem smo predstavili Loške mlekarne, saj je nobeden od respondentov ni poznal, ter podrobneje predstavili izdelek. Izdelek je ekološki in lokalni jogurt s skuto, slajen le z medom, brez umetnih barvil in konzervansov. Navedli smo, da je mogoča uvedba dodatkov. Izpostavili smo navaden jogurt s skuto, saj okoli 60 % respondentov ankete kupuje le navadne jogurte. Embalažo smo prilagodili potrebam otroka, v velikosti 125 g in 200 g.

Intervjuvance smo spraševali o bodočem novem izdelku, da bi si pridobili mnenje o konceptu izdelka. Vprašanja so bila zastavljena tako, da bi pridobili čim več informacij o tem, kakšen naj bi izdelek bil in če se mnenja intervjuvancev ujemajo z respondenti v anketi.

Pri prvem vprašanju smo poizvedovali, kaj intervjuvanci menijo o novem okusu, ki je sestavljen iz jogurta in skute. Od 16 respondentov je bilo 14 odgovorov, da je se strinjajo s to kombinacijo ter se jim zdi odlična, primerna, zanimiva ali ustrezna. Le dva intervjuvanca sta bila mnenja, da izdelek ne bi bil ustrezen, ker niso ljubitelji skute ali ker na splošno ne

odobravajo kravjega mleka, saj uporabljajo le kozjega. Menimo, da bi bil lahko glede na rezultate intervjuja končni koncept izdelka jogurt s skuto, saj je velika večina nad to idejo navdušena.

Na vprašanje, kaj menijo o dodatkih ter kje naj se le-ti nahajajo, so bila mnenja že relativno bolj deljena. 35,2 odstotka ima dodatke najraje že pomešane s samo osnovo, 17,6 odstotka radi vidijo dodatke na vrhu, isti rezultat je pri dodatku na dnu. Le 2 intervjuvanca si želita imeti mešanico v posebnem razdelku lončka, eden je odgovoril, da želi imeti nepomešano, enemu je bilo vseeno ter eden je želel imeti le navaden jogurt, brez vseh dodatkov, zato odgovor pravzaprav ni bil ustrezen. V primeru uvedbe izdelka z dodatkom, bi želeli intervjuvanci imeti že proizvedeno mešanico in ne ločnice med osnovo in dodatki, kar je v nasprotju s sedanjim načinom dela Loških mlekarn, saj imajo na dnu sadno kašo in nad sadno kašo osnovo, tj. jogurt.

Intervjuvance smo spraševali po treh kombinacijah okusov, ki smo jih prilagodili glede na ponudbo lokalnih danosti pridelkov. Zanimalo nas je ali je možnost uvedbe jogurta s skuto brez dodatkov ali z dodatki. Prva kombinacija okusov je bila mešanica jogurta s skuto, brez dodatkov. Druga kombinacija je bila jogurt s skuto in dodatkom prosene kaše s suhimi jabolki. Zadnja kombinacija je bila jogurt s skuto, orehi in medom. Kar 41,38 % respondentom najbolj ustreza navaden okus brez dodatkov, predvsem zato, ker bi lahko sami izbirali svoje dodatke. Kombinacija prosene kaše z suhimi jabolki odgovarja 24,14 % intervjuvancem. Za dodatek medu in orehov bi se odločilo 34,48 % intervjuvancev, dilema se poraja le zaradi otrok, starih manj kot 12 mesecev, ki ne smejo uživati medu ter orehov, ki so lahko alergeni. Večinsko mnenje je, da naj bo jogurt s skuto navaden, brez dodatkov.

Intervjuvance smo tudi vprašali, kakšen okus bi predlagali, da bi odražal značilnosti slovenske mlekarne ter bi zadostil otrokom in staršem. Predlogi so bili raznoliki. 6 intervjuvancev nam je predlagalo uporabo svežega sadja kot dodatka, trije so predlagali uporabo hruške (dvema od treh je bilo vseeno ali je sadje sveže ali suho), dva pa sta predlagala dušena jabolka ali s cimatom ali v podobi čežane. Če bi uvedli dodatke, bi se odločili za uporabo svežega sadja.

Peto vprašanje je spraševalo po dopustnosti mlečne maščobe v našem izdelku. Mlečna maščoba petih intervjuvancev ne moti ali pa imajo raje polnomastni produkt. Trem ustreza 1,5 % mlečne maščobe, dvema 1,3 % mlečne maščobe, 3,6 % mlečne maščobe dvema, enemu 3,5 % ter enemu 2,5 %. Dva intervjuvanca pa sta komentirala, da se na to ne spoznata. Loške mlekarne bi lahko zaradi večinskega mnenja, da imajo intervjuvanci raje polnomasten izdelek, izdelajo produkt, ki je skladen z njihovo obstoječo linijo izdelkov.

Naslednje vprašanje je intervjuvance spraševalo po najbolj primerni embalaži za otroke. 82,35 odstotkov se je enotno strinjalo, da njihovim otrokom najbolj ustreza lonček, saj je iz njega najlažje jesti, se ne polije ter se ga lahko je z uporabo žlice. Predlagan je bil samo dvakrat tetrapak, predvsem zaradi priročnosti po poti ter v enem primeru steklo, ker deluje najčistejše.

Lonček je tako ustrezna izbira, ki jo pri ekoloških jogurtih za vse generacije že uporabljajo Loške mlekarne.

Pri sedmem vprašanju so si bili intervjuvanci zelo enotni. Vseh 16 jih je odgovorilo, da meri 125 ml in 200 ml ustrezata otrokovim potrebam, le en intervjuvanec je imel pomisleke, če je to prava količina za dojenčke.

Nadalje smo spraševali ali menijo, da je med primerno sladilo za naš izdelek ter če bi njihovi otroci jedli takšen jogurt s skuto. 87,5 % intervjuvancev je bilo mnenja, da je med kot sladilo primerno. Zadržki so se pojavili le zaradi dojenčkov, ki medu ne smejo uživati. Ostalih 12,5 % ne želi imeti medu kot sladila. Med kot sladilo bi bil tako z vidika slovenske dediščine in lokalnosti ter naravnosti najbolj primeren.

V devetem vprašanju smo spraševali po ceni, ki bi jo bili pripravljene plačati za takšen produkt, saj tega vprašanja v anketi nismo uvrstili. Povprečna cena, ki bi jo intervjuvanci plačali za takšen izdelek je 1,2 evra.

57,14 % intervjuvancev bi takšen jogurt s skuto najraje kupovali v trgovini oziroma supermarketu, saj jim je lokacija teh nakupovalnih središč najbližje ali jim najbolj ustreza, saj tam opravljajo večje nakupe. Isti odstotek, 19,05 % bi jih kupovalo ali v specializiranih trgovinah ali na tržnici ter le 4,76 odstotka neposredno na ekološki kmetiji.

## **8 KONCEPT IZDELKA**

Definicija pravi, da je koncept izdelka grafično ali verbalno podan opis, ki opiše in pove, kaj se bo glede na nezadovoljene potrebe in na obstoječe izdelke spremenilo, in kaj bo kupec s samim izdelkom pridobil (Dmitrović, 2015c, str. 31).

### **8.1 Opis koncepta**

Osnovni namen navadnega jogurta, ki je mešanica jogurta in skute brez kakršnih koli dodatkov, je ponuditi otroku jogurt s skuto, brez dodatkov ter možnost dodajanja različnih dodatkov po njihovem okusu in željah. Jogurt bi se nahajal v lončku, velikosti 125 g in 200 g, kjer bi na pokrovčku, ki se odlepi, bile zapisane vse ustrezne informacije o izdelku. Jogurt s skuto bi lahko Loške mlekarne prodajale tudi kot pripomoček pri peki tort in peciv. Izdelek bi s tem pridobil na dodani vrednosti, saj bi postala uporabnost izdelka širša ter dostopnejša tudi ostalim generacijam kupcev. Jogurt bi se prodajal na tržnicah, v vseh trgovinah, ki so v lasti Loških mlekarn in na stojnicah pred velikimi nakupovalnimi centri. Izdelek bi bil ekološkega in lokalnega izvora. Cena bi znašala 1,2 €.

## 8.2 Testiranje koncepta

Za analizo trga smo se odločili uporabiti spletni vprašalnik in za testiranje koncepta smo opravili poglobljene intervjuje. Že pri izdelavi anketnega vprašalnika, smo v aplikaciji Ika.si določili pogoje, kot so število članov v gospodinjstvu, koliko otrok imajo, ali je vsaj eden od otrok mlajši od 12 let ter ali so v zadnjem mesecu kupili otroški jogurt. Na podlagi teh omejitev smo izločili anketirance, ki niso ustrezali pogojem. Nato smo za namen analize vse podatke (odgovore respondentov) izvozili v SPSS program. V SPSS smo opravili faktorsko analizo in pridobili zaznavni zemljevid.

## 8.3 Končne ugotovitve testiranja

Največ respondentov (58 %), za katere trdimo, da so del segmenta, ki bi zanimalo Loške mlekarne, je odgovorilo, da je v zadnjem mesecu kupilo otroški jogurt, ostalih 42 % pa ni kupilo otroških jogurtov, so pa zato kupili običajne jogurte, namenjene vsem generacijam. Na podlagi števila odgovorov, da so v zadnjem mesecu kupili otroški jogurt, lahko podjetje dobi izkoristi podatek, da je otroški jogurt dobra tržna niša in se na podlagi tega odloči uvesti izdelek na trg.

87% intervjuvancev je dejalo, da je jogurt primeren in ustrezen za vse starostne skupine, še posebej za otroke, saj je obogaten z vitamini in minerali, ki so potrebni za otrokov razvoj. 41,38 % intervjuvancev je omenilo, da bi takšen jogurt bil primeren in zelo koristen, saj nekateri otroci ne jedo dodatkov ali pa si želijo dodatke dodati sami in tako bi vsak dan imeli drugačne okuse jogurtov. Tu bi prišlo do možnosti uporabe domišljije in ustvarjanja, kar je za otroke zelo pomembno in zanimivo ter kot vrsta zabave za otroke, saj bi se ob tem otroci zabavali. 15% intervjuvancev je odgovorilo, da takšen jogurt ni primeren in da ga otroci ne bi jedli, saj je popolnoma brez dodatkov, kar otrokom ne ustreza, saj imajo radi sladke okuse in bi jim bil takšen jogurt grenak.

Največ intervjuvancev (45 %) pravi, da je nova kombinacija zelo zanimiva, inovativna in odlična, saj takšnega okusa še niso zasledili na policah. Pravijo tudi, da lahko jogurt uporabijo tudi na drugačen način in ne samo kot jogurt za svoje otroke. 30 % intervjuvancev pravi, da je kombinacija neustrezna, saj otroci ne jedo radi skute, ostalih 15% intervjuvancev se pa ne morejo odločiti in podati mnenja, saj takšnega jogurta še niso poskusili. Na podlagi odgovorov vidimo, da so intervjuvanci navdušeni nad konceptom izdelka, kar je za Loške mlekarne dobra novica.

Pri vprašanju ali bi otroci jedli jogurt s skuto brez dodatkov, je 41,38 % intervjuvancev odgovorilo, da bi njihov otrok jedel takšen jogurt. Dva intervjuvanca menita, da je jogurt za otroke, ki ne obožujejo dodatkov odličen, saj je danes na policah ponudba navadnega jogurta, ki bi jim povsem ustrezala, zelo majhna. Posamezno imajo jogurt in skut radi, zato bi jim skupna kombinacija zelo ustrezala. 15 % jih je mnenja, da otroci ne želijo takšnega jogurta, ki

je povsem brez dodatkov, saj so mnenja, da dodatki dajo jogurtu izboljššan okus in privlačnejši izgled, ki pritegne otroka. Ostali ne vedo, kako bi njihov otrok reagiral, saj so zelo izbirčni in imajo vsakič drugačno mnenje. Glede na rezultate smo mnenja, da bi bilo podjetje z uvedbo izdelka na trg v uspešno.

## **8.4 Končni koncept izdelka**

Čeprav smo v intervjuju spraševali še o drugih okusih, smo se soglasno v skupini odločili, da bomo imeli za začetni in končni koncept kombinacijo jogurta in skute brez dodatkov, saj je 87 % intervjuvancev odgovorilo, da je takšen jogurt najboljša kombinacija.

Odločili smo se tudi zato, ker je 41,38 % intervjuvancev odgovorilo, da je jogurt primeren za otroke, ki ne marajo dodatkov, poleg tega pa je odličen za eksperimentiranje s številnimi kombinacijami dodatkov in imajo otroci možnost vsak dan okusiti novo kombinacijo dodatkov. Otroci in starši bi se na takšen način zabavali, imeli bi kreativne ideje in spodbujali svojo domišljijo. Čeprav je 15 % intervjuvancev odgovorilo, da je jogurt neprimeren, ker nima dodatkov, menimo, da bi porabnike vseeno spodbudili k nakupu, saj bi imeli neskončne možnosti samostojne izbire dodatkov. Loške mlekarne pa bi poskrbele za najboljšo osnovo (jogurta s skuto) za dodajanje okusov.

Na podlagi odgovorov (82,87 %), smo se odločili, da bo jogurt v lončku pokrovčkom, ki se poklopi najboljša rešitev, saj so bili intervjuvanci mnenja, da je lonček praktičen za otroke, saj ga lahko jedo z žlico, ga normalno držijo v roki in kar je najpomembneje, vidijo sam izgled jogurta. Velikost lončka bi bila 125 ml in 200 ml, saj so vsi intervjuvanci odgovorili, da je takšna velikost primerna za otroke, saj pojedjo manjšo količino kot odrasli, poleg tega lahko jogurt pojedjo takoj in ne puščajo za kasneje

Cena jogurta bi bila na podlagi odgovorov (55 %) 1,2 evra, saj intervjuvanci ne zmorejo finančno plačati več, poleg tega so pa mnenja, da lahko jogurt ceneje kupijo drugje in pod drugo blagovno znamko. Mlečne maščobe so del jogurta s skuto, vendar jih 31 % mnenja da več kot 1,5 % mlečnih maščob ne spada v takšen jogurt-intervju? 25 % se jih ne strinja s to trditvijo, saj menijo, da so mlečne maščobe dobre za otrokov razvoj in da manj kot 3,6 % ne bi bilo primerno, zato menijo da je 3,6 % ali več najbolj primeren odstotek mlečnih maščob v jogurtu.

Ker je jogurt brez dodatkov smo pri testiranju spraševali po dodatkih, ki bi jih otroci želeli imeti in bi jih lahko dodajali v sam jogurt s skuto. Največ respondentov (20 %) je predlagalo okus hruške oziroma sveže ali suhe hruške. Drugi predlog so bila jabolka, saj jih je 13 % odgovorilo, da bi si v izdelku želeli imeti tak dodatek. Sledili so še gozdni sadeži, različna zelenjava in med. Na podlagi odgovorov lahko podjetje že v naslednji fazi naredi dodatne okuse otroških jogurtov.

Izdelek bi se prodajal na tržnicah, v prodajalnah, ki so v lasti Loških mlekarn in na stojnicah pred velikimi nakupovalnimi centri, čeprav je 57,14 % intervjuvancev odgovorilo, da bi jogurt kupovali v trgovinah in večjih nakupovalnih centrih, vendar smo mnenja, da trenutno zaradi neprepoznavnosti Loške mlekarne, takšen jogurt ne bi pridobil ustreznega prostora na policah.

**Kot končni izdelek Loški mlekarni priporočamo, da uvede jogurt z albuminsko skuto, brez dodatkov. Po uvedbi osnovnega koncepta oz. izdelka pa predlagamo, da dopolnijo ponudbo z uvedbo dodatkov, in sicer svežega sadja. Če to s tehnološkega vidika ni izvedljivo, bi lahko naredili džem iz hrušk ali jabolk, ki bi ga sladkali le z medom. Ker bi uporabili jabolka in hruške, ne bi bilo v izdelku nobenih umetnih zgoščevalcev, saj bi pektin v lupini jabolk in hrušk služil kot naravni zgoščevalec džema. Dopuščamo tudi možnost uvedbe kombinacije medu in orehov, saj bi dobra tretjina intervjuvancev kupila tako kombinacijo jogurta s skuto. Embalaža bi bila v obliki lončka, s pokrovčkom in prekrivno plastiko, da bi bila mogoča večkratna uporabnost, brez, da bi se izdelek izsušil. Velikost embalaže bi bile dve, 125 g za najmlajše otroke ter 200 g za večje otroke. Delež maščobe naj določi sama mlekarna, vendar menimo, da naj bo končni izdelek polnovreden. Cena jogurta mora biti določena na podlagi stroškov materiala in izdelave, povprečna cena med intervjuvanci pa bi se nagibala do 1,2 evra.**

## 9 OCENA POVPRASEVANJA PO IZDELKU

S pomočjo modela A-T-A-R ocenjujemo, da bi na slovenskem trgu lahko prodali 117,892 izdelkov.

Model A-T-A-R je enostavna matematična formula za hiter izračun in oceno predvidene prodaje. Obseg prodaje je zmnožek velikosti trga, ocene odstotka zavedanja, ocene odstotka prvega nakupa, ocene odstotka dosegljivosti, ocene odstotka ponovnega nakupa in ocene prodajne količine na letni ravni.

*Tabela 2: Ocena povpraševanja po izdelku*

Velikost trga	303.221
Zavedanje	0,2
Prvi nakup	0,45
Dosegljivost	0,2
Ponovni nakup	0,45
Povprečna velikost letnega nakupa	48



Prodajna količina	117,892
-------------------	---------

*Vir: Lasten vir*

Velikost trga: Za določitev trga smo zajeli delež vseh prebivalcev Slovenije, starih 0-14 let, saj je bil le ta podatek na voljo. Število vseh prebivalcev Sloveniji, starih od 0-14 let, v letu 2014 je bilo 303.221 (Število prebivalcev, 2014)

Stopnja zavedanja: Pri določitvi stopnje zavedanja blagovne znamke Loška mlekarne smo upoštevali rezultate, ki smo jih dobili iz ankete. Pri vprašanju »Katero blagovno znamko jogurtov najpogosteje kupujete za svojega otroka?« nihče izmed 161 respondentov ni izbral opcije jogurt iz Loške mlekarne. Loška mlekarne je, razen v svojem lokalnem okolju, v Sloveniji slabo prepoznavna blagovna znamka. Menimo, da je stopnja zavedanja blagovne znamke Loška mlekarne nizka, ocenili smo jo na 20 %.

Prvi nakup: Pri določanju prvega nakupa smo upoštevali rezultate intervjuja. Ko smo respondente vprašali, ali bi kupili koncept jogurta in skute, ki smo ga oblikovali, je 45 % odgovorilo, da se jim zdi ta kombinacija zelo zanimiva, saj takšnega okusa še niso zasledili na policah.

Dosegljivost: Blagovna znamka Loška mlekarne je na slovenskem trgu slabo uveljavljena in prisotna le v redkih trgovinah. Prisotni so v Škofji loki in okolici, v Ljubljani je njihove izdelke moč kupiti v Nami in na tržnici v Plavi laguni. Zato bi dosegljivost Loške mlekarne ocenili na 20 %.

Ponovni nakup: Ocenjujemo, da bi se potrošniki odločili za ponovni nakup, saj so navdušeni nad predlaganim izdelkom. Glede na rezultate intervjuja ocenjujemo, da bi se okoli 45 % respondentov odločilo za ponovni nakup produkta.

Povprečna velikost letnega nakupa: Povprečno velikost nakupa smo ocenili s pomočjo odgovora respondentov v anketi na vprašanje »Kako pogosto kupujete jogurt za svojega otroka?«. 41 % respondentov je odgovorilo, da kupi otroški jogurt 1 krat na teden. Na mesec bo torej potrošnik kupil približno 4 izdelke, kar na leto znese 48 lončkov.

## **10 PRIPOROČILA ZA NADALJNJE TESTIRANJE REVIDIRANEGA KONCEPTA IZDELKA**

Naše mnenje je, da bi se lahko poleg ankete in intervjuja poslužili še nadaljnjega testiranja koncepta z različnimi metodami, ki bi bile relativno enostavne, učinkovite ter ne bi zahtevale večjega denarnega vložka.

- Z drugo anketo bi lahko preverili koncept, vendar smo to naredili že z intervjujem. Anketa bi bila v tem primeru lahko boljša z vidika bolj reprezentativne slike, ker bi bila narejena na večjem vzorcu. Z anketo bi bilo možno podrobneje preveriti tudi ceno in tržne poti, v smislu, kje bi kupovali ekološke otroške jogurte ter morebiti tudi nakupni proces. Anketa bi se v tem opisanem primeru morala konkretno nanašati na naš predlagani izdelek. S prvo anketo smo preverjali konkurenco in trg, pri drugi pa bi dali poudarek na blagovni znamki (kot je poznavanje in stališča do same blagovne znamke) in izdelku.
- Mogoča bi bila tudi uporaba fokusne skupine, saj je metoda enostavna in poceni za izvedbo. Ljudi v fokusni skupini bi stimulirali, da izrazijo mnenja o stvareh, o katerih ponavadi ne govorijo v posameznem intervjuju. Fokusna skupina bi bila ustrezna pri analiziranju uporabnikovega zadovoljstva in iskanju potencialnih, nezadovoljenih potreb uporabnikov. Največ informacij bi lahko pridobili, če bi dali vnaprej vsem udeležencem fokusne skupine testirati izdelek ter bi ga lahko v okviru svoje družine preizkusili. Vsak udeleženec fokusne skupine bi tako delil mnenje cele družine o izdelku. Na ta način bi prejeli še dodatne koristne in nove informacije, ki bi lahko izdelek dodatno izboljšali.
- Degustacije na tržnicah, trgovinah: degustacije bi omogočale Loškim mlekararnam idealno priložnost, da bi seznanili obiskovalce z novim izdelkom, preverili ali so jim izdelki všeč ter najpomembneje, obiskovalcem predstaviti Loške mlekarne, ki so vsem 161 respondentom ankete popolnoma neznani. Naš cilj bi bil predvsem tržnica in lokacija pred trgovinami, kjer bi se po naši strategiji jogurt prodajal ter se na tem območju nahaja veliko ljudi.

Slabosti razkrivanja izdelka, preden pride na trg vidimo v tem, da je možnost, da se konkurenti seznanijo z novim izdelkom in lahko pride do posnemanja samega izdelka. Če je ta konkurent večja mlekarna je nevarnost še toliko večja.

## **11 PRIPOROČILA VRHNJEMU MANAGEMENTU**

Izrednega pomena je, da Loška mlekarna predvsem v svoji lokalni skupnosti ter nadalje povsod po Sloveniji, ponudi sedanjim potrošnikom in še predvsem bodočim potrošnikom izdelek, ki bi se diferenciral od ostalih že ponujenih konkurenčnih otroških jogurtov. Da bi Loška mlekarna v prihodnosti dosegla večji tržni delež in širok nabor zvestih potrošnikov, je smiselno, da pošlje na trg, kjer obstaja potreba po alternativni verziji klasičnega otroškega jogurta, poseben oziroma drugačen izdelek. Cilj uvedbe novega izdelka ni v poskusu konkuriranja prevladujočim mlekararnam, temveč pridobiti strateški položaj, s katerega bi lahko dosegali nove poslovne uspehe.

V svoj nabor izdelkov naj management uvede ekološki otroški jogurt, ki bi s svojo mešanico jogurta in skute naredil velik in drugačen preskok na trgu otroških jogurtov. Loški mlekarni priporočamo, da bi bile vse sestavine lokalnega izvora, z ekološkim certifikatom. Največji izziv pri tem izdelku je predvsem doseči, da lokalne in slovenske sestavine zadovoljijo zahtevno paletu okusov otrok. Zato bi bilo najbolj optimalno postopno dodajanje okusov oziroma dodatkov sadja v že uvedeni osnovni koncept jogurta s skuto. Če bi bilo mogoče doseči polnost okusa skute, z lahkotnostjo jogurta, bi imeli izredno dobro osnovo za dodajanje novih okusov. Z upoštevanjem naše raziskave, bi po mnenju staršev otrok, starih do dvanajst let, bil ta izdelek izredno dobro sprejet. Loški mlekarni priporočamo tudi, da naj bo skuta albuminska, saj je v osnovi bolj sladka od običajne.

Glede na rezultate primarnih virov priporočamo okvirno ceno izdelka, ki naj bo 1,2 evra, saj je velik del respondentov odgovorilo, da so pripravljeni plačati toliko. Managementu priporočamo poudarek na oglaševanju, da je izdelek slovenskega izvora a hkrati lokalnega, saj oznaka doda izdelku dodatno vrednost. Da bi povečali prepoznavnost svoje blagovne znamke, bi priporočili, da imajo vsi izdelki enako embalažo.

Priporočamo, da bi izdelek prodajali na tržnicah, v lastnih prodajalnah in na stojnicah pred velikimi nakupovalnimi centri, ki so odlična priložnost, saj je veliko anketirancev odgovorilo, da nakupuje v takšnih centrih. Prodaja v supermarketih in hipermarketih se trenutno ne zdi ustrezna, saj menimo, da bi se izdelek porazgubil v poplavi bolj barvitih otroških jogurtov konkurenčnih blagovnih znamk. Predlagali bi tudi prodajo v mlekomatih, razvažanje in prodaja s pomočjo lastnih kombijev.

Uvedli bi tudi spremembe na področju komuniciranja preko družbenih omrežij, saj smo zasledili, da Loška mlekarna nima lastnega Facebook profila, kar posledično vodi do slabe prepoznavnosti. Poleg družbenih omrežij bi predlagali, da bi bila Loška mlekarna sponzor lokalnim športnikom, kot je na primer Peter Prevc. To bi bila odlična priložnost za oglaševanje mlekarne.

Management naj tudi izkoristi danost lokalnih medijev za oglaševanje celotne Loške mlekarne in še posebej novega izdelka, ekološkega otroškega jogurta s skuto. Cilj Loške mlekarne bi po našem mnenju bil, da dosežejo večinski tržni delež v svojem okolju z dobavljanjem ekoloških otroških jogurtov vsem bližnjim šolam in vrtcem ter nato postopoma nadaljujejo s preostalimi kraji v Sloveniji.

## SKLEP

S pomočjo trženjskih analiz in orodij smo dosegli cilj našega projektne delo za Loške mlekarne. Namen dela je bil raziskati trg otroških jogurtov in razviti koncept izdelka, ki bi ga Loška mlekarne lahko uvedla na segment trga mlečnih izdelkov.

S pomočjo primarnih in sekundarnih podatkov za analizo trga smo ugotovili, da je trg jogurtov relativno zasičen. Obstaja veliko konkurentov, ki so že uspešni v tem segmentu, zato je uvedba eko otroškega jogurta velik izziv za Loško mlekarne. Vendar pa ima tu nekaj prednosti pred večjimi in močnejšimi konkurenti, kot so Oki Doki iz Mlekarne Celeia, Dukatino iz Dukata ali pa Fruchtzwerge in Disney iz Danona. Loška mlekarne se namreč lahko s pomočjo štirih glavnih prednosti, tradicijo, lokalnostjo, ekološkim poreklom in kakovostjo, ki predstavljajo dodano vrednost, uspešno diferencira na trgu.

Zaznavni zemljevid, ki smo ga opravili v okviru factorske analize, nam je ponudil pregled pozicije posameznih blagovnih znamk glede na dva faktorja, prilagojenost otroškim potrebam in kakovost sestavin. Presenetljivo smo ugotovili, da imajo vse preučevane blagovne znamke jogurtov, ne le otroških jogurtov, visoko oceno pri prilagojenosti otroškim potrebam. Zato so si tudi vse blagovne znamke pozicionirane zelo blizu na zaznavnem zemljevidu. Vrzel, ki smo jo zaznali, je visoka kakovost sestavin in srednja prilagojenost otroškim potrebam.

Na podlagi tega smo zasnovali koncept izdelka, in sicer jogurt s skuto, ker je trg jogurtov že precej zasičen, s takšni izdelkom pa bi bila Loška mlekarne edinstvena na trgu. Naš predlagani koncept smo testirali tudi s poglobljenim intervjujem in ugotovili, da bi bil za uvedbo na trg najbolj primeren jogurt s skuto. Vendar priporočamo Loški mlekarne, da osnovnemu konceptu oz. izdelku doda sveže sadje ali džem, slajen z medom. Večino sestavin bi Loška mlekarne lahko pridobila od lokalnih dobaviteljev in s tem še vedno ohranila lokalno poreklo vseh sestavin in s tem morebitno pridobljeno konkurenčno prednost.

Zaradi časovne omejitve izvedbe projekta, žal nismo uspeli testirati koncepta z anketo na večjem vzorcu, zato smo to dodali med priporočila za podjetje. Poleg tega pa smo ugotovili, da je poznavanje Loške mlekarne in njenih izdelkov v Sloveniji izredno majhno, zato podjetju priporočamo tudi, da s pomočjo degustacij svojih izdelkov v trgovinah in na tržnicah poveča svojo prepoznavnost.

## VIRI IN LITERATURA

1. *Actimel for Kids*. Najdeno 25. marca 2015 na spletnem naslovu <http://www.actimel.co.uk/actimelforkids/>
2. *Certifikati*. Najdeno 15. marca 2015 na spletnem naslovu [http://www.zelenedoline.si/mlekarna\\_celeia/kakovost\\_in\\_varovanje\\_okolja/certifikati](http://www.zelenedoline.si/mlekarna_celeia/kakovost_in_varovanje_okolja/certifikati)
3. Crawford, C.M & Di Benedetto, C. A. (2006). *New Products Management*. 8th edition. New York: McGraw-Hill
4. Crawford, C.M & Di Benedetto, C. A. (2011). *New Products Management*. 10th edition. New York: McGraw-Hill
5. *Danone-Dino macht Urlaub auf Abspecfarm*. Najdeno 3. aprila 2015 na spletnem naslovu <http://gigold.me/weblog/danone-dino-macht-urlaub-auf-abspeckfarm/>
6. *Danone Disney Joghurt mit Knusper*. Najdeno 3. aprila 2015 na spletnem naslovu <http://www.discounto.de/Angebot/DANONE-Disney-Joghurt-mit-Knusper-354229/#.VSJIUeE2Wmc>
7. *Danone Slovenija*. Najdeno 20. marca 2015 na spletnem naslovu [http://www.danone.si/notranja\\_stran/danone\\_slovenija.asp](http://www.danone.si/notranja_stran/danone_slovenija.asp)
8. *Dejavnost družbe*. Najdeno 15. marca 2015 na spletnem naslovu [http://www.zelenedoline.si/mlekarna\\_celeia/podjetje/vizija\\_in\\_poslanstvo](http://www.zelenedoline.si/mlekarna_celeia/podjetje/vizija_in_poslanstvo)
9. *Disney*. Najdeno 3. aprila 2015 na spletnem naslovu [http://www.danone.si/notranja\\_stran/disney.asp#](http://www.danone.si/notranja_stran/disney.asp#)
10. Dmitrović, T. (2015a). *Predavanja Razvoj in trženje novih izdelkov: Strateški načrt inovacije izdelka*. Ljubljana: Ekonomska fakulteta
11. Dmitrović, T. (2015b). *Predavanja Razvoj in trženje novih izdelkov: Iskanje in ocenjevanje idej*. Ljubljana: Ekonomska fakulteta
12. Dmitrović, T. (2015c). *Predavanja Razvoj in trženje novih izdelkov: Metode za razumevanje preferenc odjemalcev in koncept izdelka*. Ljubljana: Ekonomska fakulteta
13. *Dobiček*. Najdeno 12. marec 2015 na spletnem naslovu <http://www.google.si/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=3&ved=0CCYQFjAC&url=http%3A%2F%2Fwww.delavska-participacija.com%2Fpriloge%2FID110306.doc&ei=6PkFVYfhPI3hauu1gtAC&usg=AFQjCNF65DRp7tUIY03x74n6qR2iPBztGQ&sig2=ptnUYr5GuAEEIFHVyODQ3w>
14. *Dukat danas*. Najdeno 26. marca 2015 na spletnem naslovu <http://www.dukat.hr/hr/ona/dukat-danas>
15. *Dukatino application for smarthphones and tablets*. Najdeno 26. marca 2015 na spletnem naslovu <http://www.dukat.hr/en/magazine/news/dukatino-application-for-smartphones-and-tablets->
16. *Dukatino Gric-zabavna novost za svakog mališana*. Najdeno 26. marca 2015 na spletnem naslovu <http://www.dukat.hr/hr/proizvodi/dukat/dukatino/dukatino-gric>
17. *Dukatino-novi voćni jogurti po mjeri djece*; Uksune Dukatino poslastice za vruće ljetne dane. Najdeno 3. aprila 2015 na spletnem naslovu <http://www.vitamini.hr/3480.aspx>

18. *Dukatino svježi sir s voćem-rast uz zabavu i užitek za najmlađe.* Najdeno 26. marca 2015 na spletnem naslovu <http://www.dukat.hr/hr/proizvodi/dukat/dukatino/svjezi-sir-s-vocem>
19. *Dukatino voćni jogurt-rasti sretno, jedi fino.* Najdeno 26. marca 2015 na spletnem naslovu <http://www.dukat.hr/hr/proizvodi/dukat/dukatino/vocni-jogurti>
20. *Dukatino te vodi na Miffy-dobitnici.* Najdeno 3. aprila 2015 na spletnem naslovu <http://www.dukat.hr/hr/magazin/novosti/dukatino-te-vodi-na-miffy---dobitnici>
21. *Dukatino mliječni deserti-pravi mliječni užitek.* Najdeno 3. aprila 2015 na spletnem naslovu <http://www.dukat.hr/hr/proizvodi/dukat/dukatino/mljecni-desert>
22. *Dukatino Gric nagrađuje.* Najdeno 3. aprila 2015 na spletnem naslovu <http://www.jatrgovac.com/2012/07/dukatino-gric-nagraduje/>
23. *Effie 2014 dokazana učinkovitost tržnega komuniciranja.* Najdeno 18. marca 2015 na spletnem naslovu <http://www.effie.si/media/e-zbornik.effie.2014.pdf>
24. *Ekološki jogurt.* Najdeno 4. aprila 2015 na spletnem naslovu [http://loska-zadruga.si/?page\\_id=2759](http://loska-zadruga.si/?page_id=2759)
25. *Flavours.* Najdeno 3. aprila 2015 na spletnem naslovu <http://www.actimel.co.uk/actimelforkids/acti-kid-flavours/>
26. *Fotografije osebe Otroška hrana Milki.* Najdeno 3. aprila 2015 na spletnem naslovu <https://www.facebook.com/otroska.hrana.milki/photos/pb.209408389123361.-2207520000.1428242659./309848369079362/?type=3&theater>
27. *Fruchtzwerg.* Najdeno 3. aprila 2015 na spletnem naslovu <http://www.danone.de/danone/unsere-marken/fruchtzwerg.php>
28. *Izdelki.* Najdeno 4.4.2015 na spletnem naslovu [http://loska-zadruga.si/?page\\_id=1696](http://loska-zadruga.si/?page_id=1696)
29. *Jogurti Oki Doki za velike in majhne, a po srcu vesele.* Najdeno 3. aprila 2015 na spletnem naslovu [http://www.zelenedoline.si/mlekarna\\_celeia/novice/clanek?aid=121](http://www.zelenedoline.si/mlekarna_celeia/novice/clanek?aid=121)
30. *Latentno razmišljanje.* Najdeno 13. marec 2015 na spletnem naslovu <http://www.businessdictionary.com/definition/lateral-thinking.html>
31. *Loška mlekarna.* Najdeno 12. marec 2015 na spletnem naslovu [http://kgz-skloka.si/index.php?option=com\\_content&view=article&id=30&Itemid=33](http://kgz-skloka.si/index.php?option=com_content&view=article&id=30&Itemid=33)
32. *Loška zadruga.* Najdeno 28. marca 2015 na spletnem naslovu <https://sl-si.facebook.com/pages/Lo%C5%A1ka-zadruga/169136856613140>
33. *Meet the Acti-Heroes.* Najdeno 25. marca 2015 na spletnem naslovu <http://www.actimel.co.uk/actimelforkids/character-profiles/>
34. *Milki.* Najdeno 27. marca 2015 na spletnem naslovu <http://www.milki.si/>
35. *Nagrade i priznanja.* Najdeno 26. marca 2015 na spletnem naslovu <http://www.dukat.hr/hr/o-nama/nagrade-i-priznanja>
36. *O skupini Danone.* Najdeno 20. marca 2015 na spletnem naslovu [http://www.danone.si/notranja\\_stran/skupina\\_danone.asp](http://www.danone.si/notranja_stran/skupina_danone.asp)
37. *Oki Doki Jogurt s čoko kroglicami, 4,2 %.* Najdeno 15. marca 2015 na spletnem naslovu <http://www.zelenedoline.si/izdelek?prid=76>
38. *Oki Doki-Razgibancija.* Najdeno 3. aprila 2015 na spletnem naslovu <http://www.pristop.si/sl/projekti/203>

39. *Pomurske mlekarne danes*. Najdeno 27. marca 2015 na spletnem naslovu <http://www.pomurske-mlekarne.si/sl/o-podjetju/mlekarne-danes/14/>
40. *Predstavitev družbe*. Najdeno 15. marca 2015 na spletnem naslovu [http://www.zelenedoline.si/mlekarna\\_celeia/podjetje](http://www.zelenedoline.si/mlekarna_celeia/podjetje)
41. *Predstavitev mlekarne*. Najdeno 27. marca 2015 na spletnem naslovu [http://www.kgz-skloka.si/index.php?option=com\\_content&view=article&id=3&Itemid=](http://www.kgz-skloka.si/index.php?option=com_content&view=article&id=3&Itemid=)
42. *Probiotiki*. Najdeno 20. marec 2015 na spletnem naslovu <http://www.probiotik-otroci.si/otroci.html>
43. *Rast*. Najdeno 13. marec 2015 na spletnem naslovu <http://www.podjetniskiportal.si/trzenje>
44. *Strateško načrtovanje*. Najdeno 13. marec 2015 na spletnem naslovu <http://balancedscorecard.org/Resources/Strategic-Planning-Basics>
45. *Število prebivalcev*. Najdeno 6.4.2015 na spletnem naslovu <http://pxweb.stat.si/pxweb/Dialog/Saveshow.asp>
46. *Vprašanja in odgovori*. Najdeno 20. marca 2015 na spletnem naslovu [http://www.fruchtzwerge.si/vprasanja\\_in\\_odgovori](http://www.fruchtzwerge.si/vprasanja_in_odgovori)
47. *Vrednote*. Najdeno 20. marca 2015 na spletnem naslovu [http://www.danone.si/notranja\\_stran/vrednote.asp](http://www.danone.si/notranja_stran/vrednote.asp)
48. *Zakaj Fruchtzwerge*. Najdeno 20. marca 2015 na spletnem naslovu [http://www.fruchtzwerge.si/zakaj\\_fruchtzwerge](http://www.fruchtzwerge.si/zakaj_fruchtzwerge)
49. *Zbiraj nalepke*. Najdeno 3. aprila 2015 na spletnem naslovu [https://www.google.si/search?q=oki+doki+razgibancija&tbm=isch&imgil=1qkL66G2Aud\\_EM%253A%253BkWRlwCqJmbhrlM%253Bhttp%25253A%25252F%25252Fwww.pristop.si%25252Fsl%25252Fprojekti%25252F203&source=iu&pf=m&fir=1qkL66G2Aud\\_EM%253A%252CkWRlwCqJmbhrlM%252C\\_&usg=\\_\\_56gz2HpXYsmP2CBajyPqnVYt1xQ%3D&biw=1138&bih=528&ved=0CEAQyjc&ei=tQYhVYTWDoqRsgHv5YLYDg#imgre=1qkL66G2Aud\\_EM%253A%3BkWRlwCqJmbhrlM%3Bhttp%253A%252F%252Fwww.pristop.si%252Fuploads%252Fprojects%252Ffiles%252Fokidokirazgibancija723x481.jpg%3Bhttp%253A%252F%252Fwww.pristop.si%252Fsl%252Fprojekti%252F203%3B723%3B481](https://www.google.si/search?q=oki+doki+razgibancija&tbm=isch&imgil=1qkL66G2Aud_EM%253A%253BkWRlwCqJmbhrlM%253Bhttp%25253A%25252F%25252Fwww.pristop.si%25252Fsl%25252Fprojekti%25252F203&source=iu&pf=m&fir=1qkL66G2Aud_EM%253A%252CkWRlwCqJmbhrlM%252C_&usg=__56gz2HpXYsmP2CBajyPqnVYt1xQ%3D&biw=1138&bih=528&ved=0CEAQyjc&ei=tQYhVYTWDoqRsgHv5YLYDg#imgre=1qkL66G2Aud_EM%253A%3BkWRlwCqJmbhrlM%3Bhttp%253A%252F%252Fwww.pristop.si%252Fuploads%252Fprojects%252Ffiles%252Fokidokirazgibancija723x481.jpg%3Bhttp%253A%252F%252Fwww.pristop.si%252Fsl%252Fprojekti%252F203%3B723%3B481)
50. *Zelene doline*. Najdeno 15. marca 2015 na spletnem naslovu <http://www.zelenedoline.si/>
51. *Zgodovina-zgodba o uspehu jogurta*. Najdeno 20. marca 2015 na spletnem naslovu [http://www.danone.si/notranja\\_stran/zgodovina.asp](http://www.danone.si/notranja_stran/zgodovina.asp)
52. *Zgodba o rojstvu Milkija*. Najdeno 27. marca 2015 na spletnem naslovu <http://www.milki.si/milki>

## **PRILOGE**

### **KAZALO PRILOG**

Priloga 1: Lateralno razmišljanje .....	2
Priloga 2: Vprašalnik.....	3
Priloga 3: Analiza vprašalnika .....	13
Priloga 4: Izpisi rezultatov faktorske analize iz programa SPSS .....	21
Priloga 5: Intervju.....	25
Priloga 6: Rešeni globinski intervjuji.....	27
Priloga 7: Pregled segmentov in lastnosti znotraj posameznih slovenskih mlekarn.....	56
Priloga 8: Primerjava konkurence .....	58
Priloga 9: Pregled značilnosti Škofje Loke in njene okolice .....	58
Priloga 10: Raziskovalno analitični del – oblikovalski del .....	4

### **KAZALO SLIK**

Slika 1: Nakup otroškega jogurta v zadnjem mesecu .....	13
Slika 2: Odstotek otrok, ki je otroški jogurt .....	14
Slika 3: Kje otroci jejo jogurt .....	14
Slika 4: Kako pogosto otroci jejo jogurt .....	15
Slika 5: Odstotek staršev, ki kupuje otroške jogurte .....	15
Slika 6: Ponudba otroških jogurtov v Sloveniji .....	16
Slika 7: Kakšen okus jogurtov kupujejo otrokom.....	16
Slika 8: Pogostost nakupa jogurta za otroke .....	17
Slika 9: Kje največkrat kupijo otroški jogurt .....	17
Slika 10: Najbolj primerna embalaža za otroški jogurt.....	18
Slika 11: Stopnja strinjanja s trditvami, ki se navezujejo na značilnosti otroških jogurtov.....	18
Slika 12: Blagovna znamka jogurta, ki jo respondenti najpogosteje kupijo za otroke .....	19
Slika 13: Stopnja strinjanja s trditvami, ki se navezujejo na značilnosti jogurtov iz diskontnih trgovin .....	19
Slika 14: Stopnja strinjanja s trditvami, ki se navezujejo na značilnosti jogurta MU iz Ljubljanskih mlekarn.....	20
Slika 15: Stopnja strinjanja s trditvami, ki se navezujejo na značilnosti jogurta Oki Doki iz mlekarne Celeia.....	20



## **Priloga 1: Lateralno razmišljanje**

Alternativa jogurtu: sladilo, hrana, jagoda, lonček, stojalo.

Stična točka: potešiti željo po sladkem, primerna hrana za malico, sestavina, primeren za izdelke in reciklažo, stojalo za svinčnike

Naključne spodbude: hrana, čokolada, sonce, dež, žlica, jabolko, žitarice, plastenka, lonček, deklica, mami, oče, deček, igrala, ura, stil, narodnost, hobiji, vrata, hladilnik, pečica, plastika, karton, vrtec, šola, zabava, morje, reka, slon, opica, žirafa, Afrika, delfin, avto, kolo, vrv, drevo, ptica, vrabec.

### **Seznam dimenzij:**

- Teža (100, 125, 200, 250, 500, 1000 g);
- Premer ( 2, 4, 6, 8, 10 cm);
- Barva ( bela, rumena, modra, rdeča, zelena, siva, oranžna);
- Material (plastika, karton);
- Trajnost (2, 4, 6 meseca);
- Oprijem (dober, neдрseč, gladki robovi);
- Vnetljivost (odporno na vročino, ni topno);
- Aroma (sadje, zelenjava, čokolada, oreščki);
- Ni prozorno, delno ali popolnoma prozorno;
- Neodporno na pritisk ali delno odporno;
- Možnost reciklaže.

## Priloga 2: Vprašalnik

### Otroški jogurti v Sloveniji

**Q1 - Koliko članov ima vaše gospodinjstvo?**

**Q2 - Koliko otrok imate?**

**Q3 - Ali ima vsaj en vaš otrok 12 let ali manj?**

- Da  
 Ne

**Q4 - Ste v zadnjem mesecu kupili otroški jogurt?**

- Da  
 Ne

**Q5 - Ali vaš otrok je jogurt?**

- Da  
 Ne

**Q6 - Kdaj vaš otrok navadno je jogurt?**

Možnih je več odgovorov

- Doma za zajtrk  
 Malica v šoli ali vrtcu  
 Doma za večerjo  
 Moj otrok ne je jogurta  
 Drugo:

**Q7 - Kako pogosto vaš otrok je jogurt?**

- Vsak dan  
 Od 2 do 3-krat na teden  
 1-krat na teden  
 Od 2 do 3-krat na mesec  
 1-krat na mesec  
 Nikoli

**Q8 - Ali običajno kupujete svojemu otroku otroški jogurt ali običajni jogurt, namenjen vsaki generaciji?**

- Otroški jogurt

- Običajni jogurt, namenjen vsaki generaciji  
 Ne kupujem jogurta

**Q9 – Če ste na prejšnje vprašanje odgovorili z »Običajni jogurt, namenjen vsaki generaciji«, nam prosimo povejte zakaj raje kupite ta jogurt za svojega otroka, kot otroški jogurt?**

**Q10 - Menite, da imamo v Sloveniji dovolj veliko izbiro otroških jogurtov?**

- Da  
 Ne

**Q11 - Jogurt s kakšnim okusom največkrat kupujete svojim otrokom?**

- Sadni  
 Navadni  
 Z dodatki, kot so kosmiči, čokoladni krispiji, večji delci sadja  
 Drugo:  
 Ne kupujem jogurta

**Q12 - Kako pogosto kupujete jogurt za svojega otroka?**

- Vsak dan  
 Od 2 do 3-krat na teden  
 1-krat na teden  
 Od 2 do 3-krat na mesec  
 1-krat na mesec  
 Nikoli

**Q13 - Kje največkrat kupujete otroške jogurte?**

- V prehrambenih trgovinah (supermarketi, hipermarketi, manjše trgovine)  
 V prodajalnah z zdravo prehrano  
 Na tržnici  
 V specializiranih prodajalnah mlekarn  
 Ne kupujem otroškega jogurta  
 Drugo:

**Q14 - Katera embalaža jogurta vam je najljubša?**

- Lonček s pokrovčkom, ki se odlepi  
 Tetrapak  
 Plastenka (tekoči jogurt)  
 Ne kupujem jogurta  
 Drugo:

**Q15 - V kolikšni meri se strinjate z navedenimi trditvami?**

	sploh se NE strinjam 1	se NE strinjam 2	deloma sestrinjam 3	se strinjam4	popolnoma sestrinjam 5
Pri nakupu otroškega jogurta izberem tak okus, ki je všeč mojemu otroku.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Pri otroškemu jogurtu je zelo pomembno, da ima dodana hranila, ki so pomembna za razvoj otroka (npr. kalcij, vitamini, itd.).	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Pri otroškemu jogurtu je pomembno, da ima nizko vsebnost maščob.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Pri otroškemu jogurtu je zelo pomembno, da ima nizko vsebnost sladkorja.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Pri otroškemu jogurtu je pomembno, da ne vsebuje umetnih barvil in konzervansov.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Pomembno je, da je otroški jogurt narejen iz ekološko pridelanega mleka.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Pomembno je, da je otroški jogurt vsebuje dodatke, ki so všeč otrokom (npr. čokoladni kripiji, veliki koščki sadja, koščki čokolade, itd.).	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Otroški jogurt mora imeti embalažo, ki je mojemu otroku všeč.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

**Q16 - Katero blagovno znamko jogurtov najpogosteje kupujete za svojega otroka?**

- Jogurt MU iz Ljubljanskih mlekarn
- Jogurt MU Extra iz Ljubljanskih mlekarn
- Jogurt EGO iz Ljubljanskih mlekarn
- Jogurt Zelene doline iz Mlekarne Celeia
- Jogurt LCA iz Mlekarne Celeia
- Otroški jogurt Oki Doki iz Mlekarne Celeia
- Otroški jogurt Dukatino iz Dukata
- Jogurt iz Pomurskih mlekarn
- Jogurt iz Loške mlekarne
- Jogurt Jogobella iz Zotta
- Otroški jogurt Danone iz Danone
- Jogurt trgovskih blagovnih znamk (Mercator, Spar, Tuš)
- Jogurt diskontnih trgovin (Hofer, Lidl, Eurospin)
- Drugo:
- Ne kupujem jogurta

**Q17 - V kolikšni meri se strinjate z navedenimi trditvami za jogurt Mu (Ljubljanske mlekarne)?**

	sploh se NE strinjam 1	se NE strinjam 2	deloma sestrinjam 3	se strinjam4	popolnoma sestrinjam 5
Menim, da jogurt Mu ponuja okuse, ki so všeč mojemu otroku.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Menim, da ima jogurt Mu dodana hranila, ki so pomembna za razvoj otroka (npr. kalcij, vitamine, itd.).	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Menim, da ima jogurt Mu nizko vsebnost maščob	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

	sploh se NE strinjam 1	se NE strinjam 2	deloma sestrinjam 3	se strinjam4	popolnoma sestrinjam 5
Menim, da ima jogurtMu nizko vsebnost sladkorja.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Menim,da jogurt Mu ne vsebuje umetnih barvil in konzervansov.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Menim,da je jogurt Mu narejen iz ekološko pridelanega mleka.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Menim, da jogurtMu vsebuje dodatke, ki so všeč otrokom (npr. čokoladni krispiji, veliki koščkisadja, koščki čokolade, itd.).	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Menim,da ima jogurt Mu embalažo, ki je mojemu otroku všeč.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Menim,da jogurt Mu vsebuje naravna sladila.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

**Q18 - V kolikšni meri se strinjate znavedenimi trditvami za jogurt Mu Extra (Ljubljanske mlekarne)?**

	sploh se NE strinjam 1	se NE strinjam 2	deloma sestrinjam 3	se strinjam4	popolnoma sestrinjam 5
Menim, da jogurtMu Extra ponuja okuse, ki so všeč mojemu otroku.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Menim,da ima jogurt Mu Extra dodana hranila, ki so pomembna za razvoj otroka (npr. kalcij, vitamine, itd.)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Menim,da ima jogurt Mu Extra nizko vsebnost maščob	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Menim, da ima jogurtMu Extra nizko vsebnost sladkorja.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Menim,da jogurt Mu Extra ne vsebuje umetnih barvil in konzervansov.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Menim,da je jogurt Mu Extra narejen iz ekološko pridelanega mleka.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Menim, da jogurtMu Extra vsebuje dodatke, ki so všeč otrokom (npr. čokoladni krispiji, veliki koščkisadja, koščki čokolade, itd.).	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Menim,da ima jogurt Mu Extraembalažo, ki je mojemu otroku všeč.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Menim,da jogurt Mu Extra vsebuje naravna sladila.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

**Q19 - V kolikšni meri se strinjate znavedenimi trditvami za jogurt EGO (Ljubljanske mlekarne)?**

	sploh se NE strinjam 1	se NE strinjam 2	deloma sestrinjam 3	se strinjam4	popolnoma sestrinjam 5
Menim, da jogurt EGO ponuja okuse, ki so všeč mojemu otroku.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Menim,da ima jogurt EGO dodana hranila, ki so	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

	sploh se NE strinjam 1	se NE strinjam 2	deloma sestrinjam 3	se strinjam4	popolnoma sestrinjam 5
pomembna za razvoj otroka (npr. kalcij, vitamine, itd.)					
Menim, da ima jogurt EGO nizko vsebnost maščob	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Menim, da ima jogurt EGO nizko vsebnost sladkorja.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Menim, da jogurt EGO ne vsebuje umetnih barvil in konzervansov.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Menim, da je jogurt EGO narejen iz ekološko pridelanega mleka.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Menim, da jogurt EGO vsebuje dodatke, ki so všeč otrokom (npr. čokoladni krispiji, veliki koščkisadja, koščki čokolade, itd.).	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Menim, da ima jogurt EGO embalažo, ki je mojemu otroku všeč.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Menim, da jogurt EGO vsebuje naravna sladila.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

**Q20 - V kolikšni meri se strinjate znavedenimi trditvami za jogurt Zelene doline (Mlekarne Celeia)?**

	sploh se NE strinjam 1	se NE strinjam 2	deloma sestrinjam 3	se strinjam4	popolnoma sestrinjam 5
Menim, da jogurt Zelene doline ponuja okuse, ki so všeč mojemu otroku.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Menim, da ima jogurt Zelene doline dodana hranila, ki so pomembna za razvoj otroka (npr. kalcij, vitamine, itd.)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Menim, da ima jogurt Zelene doline nizko vsebnost maščob	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Menim, da ima jogurt Zelene doline nizko vsebnost sladkorja.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Menim, da jogurt Zelene doline ne vsebuje umetnih barvil in konzervansov.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Menim, da je jogurt Zelene doline narejen iz ekološko pridelanega mleka.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Menim, da jogurt Zelene doline vsebuje dodatke, ki so všeč otrokom (npr. čokoladni krispiji, veliki koščkisadja, koščki čokolade, itd.).	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Menim, da ima jogurt Zelene doline embalažo, ki je mojemu otroku všeč.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Menim, da jogurt Zelene doline vsebuje naravna sladila.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

**Q21 - V kolikšni meri se strinjate znavedenimi trditvami za jogurt LCA (Mlekarne Celeia)?**

	sploh se NE strinjam 1	se NE strinjam 2	deloma sestrinjam 3	se strinjam4	popolnoma sestrinjam 5
--	---------------------------------	---------------------	---------------------------	-----------------	------------------------------

	sploh se NE strinjam 1	se NE strinjam 2	deloma sestrinjam 3	se strinjam4	popolnoma sestrinjam 5
Menim, da jogurt LCA ponuja okuse, ki so všeč mojemu otroku.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Menim, da ima jogurt LCA dodana hranila, ki so pomembna za razvoj otroka (npr. kalcij, vitamine, itd.)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Menim, da ima jogurt LCA nizko vsebnost maščob	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Menim, da ima jogurt LCA nizko vsebnost sladorja.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Menim, da jogurt LCA ne vsebuje umetnih barvil in konzervansov.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Menim, da je jogurt LCA narejen iz ekološko pridelanega mleka.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Menim, da jogurt LCA vsebuje dodatke, ki so všeč otrokom (npr. čokoladni krispiji, veliki koščkisadja, koščki čokolade, itd.).	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Menim, da ima jogurt LCA embalažo, ki je mojemu otroku všeč.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Menim, da jogurt LCA vsebuje naravna sladila.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

**Q22 - V kolikšni meri se strinjate z navedenimi trditvami za otroški jogurt Oki doki (Mlekarne Celia)**

	sploh se NE strinjam 1	se NE strinjam 2	deloma sestrinjam 3	se strinjam4	popolnoma sestrinjam 5
Menim, da jogurt Oki doki ponuja okuse, ki so všeč mojemu otroku.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Menim, da ima jogurt Oki doki dodana hranila, ki so pomembna za razvoj otroka (npr. kalcij, vitamine, itd.)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Menim, da ima jogurt Oki doki nizko vsebnost maščob	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Menim, da ima jogurt Oki doki nizko vsebnost sladorja.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Menim, da jogurt Oki doki ne vsebuje umetnih barvil in konzervansov.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Menim, da je jogurt Oki doki narejen iz ekološko pridelanega mleka.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Menim, da jogurt Oki doki vsebuje dodatke, ki so všeč otrokom (npr. čokoladni krispiji, veliki koščkisadja, koščki čokolade, itd.).	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Menim, da ima jogurt Oki doki embalažo, ki je mojemu otroku všeč.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Menim, da jogurt Oki doki vsebuje naravna sladila.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

**Q23 - V kolikšni meri se strinjate z navedenimi trditvami za otroški jogurt Dukatino (Dukat)?**

	sploh se NE strinjam 1	se NE strinjam 2	deloma sestrinjam 3	se strinjam4	popolnoma sestrinjam 5
Menim, da jogurt Dukatino ponuja okuse, ki so všeč mojemu otroku.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Menim, da ima jogurt Dukatino dodana hranila, ki so pomembna za razvoj otroka (npr. kalcij, vitamine, itd.)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Menim, da ima jogurt Dukatino ima nizko vsebnost maščob	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Menim, da ima jogurt Dukatino nizko vsebnost sladkorja.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Menim, da jogurt Dukatino ne vsebuje umetnih barvil in konzervansov.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Menim, da je jogurt Dukatino narejen iz ekološko pridelanega mleka.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Menim, da jogurt Dukatino vsebuje dodatke, ki so všeč otrokom (npr. čokoladni krispiji, veliki koščkisadja, koščki čokolade, itd.).	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Menim, da ima jogurt Dukatino embalažo, ki je mojemu otroku všeč.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Menim, da jogurt Dukatino vsebuje naravna sladila.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

**Q24 - V kolikšni meri se strinjate z navedenimi trditvami za jogurt iz Pomurskih mlekarne?**

	sploh se NE strinjam 1	se NE strinjam 2	deloma sestrinjam 3	se strinjam4	popolnoma sestrinjam 5
Menim, da jogurt iz Pomurskih mlekarne ponuja okuse, ki so všeč mojemu otroku.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Menim, da ima jogurt iz Pomurskih mlekarne dodana hranila, ki so pomembna za razvoj otroka (npr. kalcij, vitamine, itd.)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Menim, da ima jogurt iz Pomurskih mlekarne nizko vsebnost maščob	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Menim, da ima jogurt iz Pomurskih mlekarne nizko vsebnost sladkorja.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Menim, da jogurt iz Pomurskih mlekarne ne vsebuje umetnih barvil in konzervansov.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Menim, da je jogurt iz Pomurskih mlekarne narejen iz ekološko pridelanega mleka.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Menim, da jogurt iz Pomurskih mlekarne vsebuje dodatke, ki so všeč otrokom (npr. čokoladni krispiji, veliki koščkisadja, koščki čokolade, itd.).	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Menim, da ima jogurt iz Pomurskih mlekarne embalažo, ki je mojemu otroku všeč.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Menim, da jogurt iz Pomurskih mlekarne vsebuje naravna sladila.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

**Q25 - V kolikšni meri se strinjate z navedenimi trditvami za jogurt iz Loške mlekarne?**



	sploh se NE strinjam 1	se NE strinjam 2	deloma sestrinjam 3	se strinjam4	popolnoma sestrinjam 5
Menim, da jogurt izLoške mlekarne ponuja okuse, ki so všeč mojemu otroku.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Menim, da ima jogurt izLoške mlekarne dodana hranila, ki so pomembna za razvoj otroka (npr. kalcij, vitamine, itd.)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Menim, da ima jogurt izLoške mlekarne nizko vsebnost maščob	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Menim, da ima jogurt izLoške mlekarne nizko vsebnost sladkorja.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Menim, da jogurt izLoške mlekarne ne vsebuje umetnih barvil in konzervansov.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Menim, da je jogurt izLoške mlekarne narejen iz ekološko pridelanega mleka.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Menim, da jogurt izLoške mlekarne vsebuje dodatke, ki so všeč otrokom (npr. čokoladni krispiji, veliki koščkisadja, koščki čokolade, itd.).	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Menim, da ima jogurt izLoške mlekarne embalažo, ki je mojemu otroku všeč.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Menim, da jogurt izLoške mlekarne vsebuje naravna sladila.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

**Q26 - V kolikšni meri se strinjate z navedenimi trditvami za jogurt Jogobella (Zott)?**

	sploh se NE strinjam 1	se NE strinjam 2	deloma sestrinjam 3	se strinjam4	popolnoma sestrinjam 5
Menim, da jogurt Jogobella ponuja okuse, ki so všeč mojemu otroku.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Menim, da ima jogurt Jogobella dodana hranila, ki so pomembna za razvoj otroka (npr. kalcij, vitamine, itd.)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Menim, da ima jogurt Jogobella nizko vsebnost maščob	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Menim, da ima jogurt Jogobella nizko vsebnost sladkorja.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Menim, da jogurt Jogobella ne vsebuje umetnih barvil in konzervansov.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Menim, da je jogurt Jogobella narejen iz ekološko pridelanega mleka.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Menim, da jogurt Jogobella vsebuje dodatke, ki so všeč otrokom (npr. čokoladni krispiji, veliki koščkisadja, koščki čokolade, itd.).	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Menim, da ima jogurt Jogobella embalažo, ki je mojemu otroku všeč.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Menim, da jogurt Jogobella vsebuje naravna sladila.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

**Q27 - V kolikšni meri se strinjate z navedenimi trditvami za otroški jogurt Danone?**

	sploh se NE strinjam 1	se NE strinjam 2	deloma sestrinjam 3	se strinjam 4	popolnoma sestrinjam 5
Menim, da jogurt Danone ponuja okuse, ki so všeč mojemu otroku.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Menim, da ima jogurt Danone dodana hranila, ki so pomembna za razvoj otroka (npr. kalcij, vitamine, itd.)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Menim, da ima jogurt Danone nizko vsebnost maščob	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Menim, da ima jogurt Danone nizko vsebnost sladkorja.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Menim, da jogurt Danone ne vsebuje umetnih barvil in konzervansov.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Menim, da je jogurt Danone narejen iz ekološko pridelanega mleka.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Menim, da jogurt Danone vsebuje dodatke, ki so všeč otrokom (npr. čokoladni krispiji, veliki koščkisadja, koščki čokolade, itd.).	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Menim, da ima jogurt Danone embalažo, ki je mojemu otroku všeč.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Menim, da jogurt Danone vsebuje naravna sladila.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

**Q28 - V kolikšni meri se strinjate z navedenimi trditvami za jogurt trgovskih blagovnih znamk (Mercator, Spar, Tuš)?**

	sploh se NE strinjam 1	se NE strinjam 2	deloma sestrinjam 3	se strinjam 4	popolnoma sestrinjam 5
Menim, da jogurt trgovskih blagovnih znamk ponuja okuse, ki so všeč mojemu otroku.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Menim, da ima jogurt trgovskih blagovnih znamk dodana hranila, ki so pomembna za razvoj otroka (npr. kalcij, vitamine, itd.)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Menim, da ima jogurt trgovskih blagovnih znamk nizko vsebnost maščob	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Menim, da ima jogurt trgovskih blagovnih znamk nizko vsebnost sladkorja.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Menim, da jogurt trgovskih blagovnih znamk ne vsebuje umetnih barvil in konzervansov.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Menim, da je jogurt trgovskih blagovnih znamk narejen iz ekološko pridelanega mleka.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Menim, da jogurt trgovskih blagovnih znamk vsebuje dodatke, ki so všeč otrokom (npr. čokoladni krispiji, veliki koščkisadja, koščki čokolade, itd.).	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Menim, da ima jogurt trgovskih blagovnih znamk embalažo, ki je mojemu otroku všeč.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Menim, da jogurt trgovskih blagovnih znamk vsebuje naravna sladila.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

**Q29 - V kolikšni meri se strinjate znavedenimi trditvami za jogurtdiskontnih trgovin (Hofer, Lidl,Eurospin)?**

	sploh se NE strinjam 1	se NE strinjam 2	deloma sestrinjam 3	se strinjam4	popolnoma sestrinjam 5
Menim, da jogurt diskontnih trgovin ponuja okuse, ki so všeč mojemu otroku.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Menim,da ima jogurt diskontnih trgovin dodana hranila, ki so pomembna za razvoj otroka (npr. kalcij, vitamine, itd.)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Menim,da ima jogurt diskontnih trgovin nizko vsebnost maščob	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Menim, da ima jogurt diskontnih trgovin nizko vsebnost sladorja.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Menim,da jogurt diskontnih trgovin ne vsebuje umetnih barvil in konzervansov.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Menim,da je jogurt diskontnih trgovin narejen iz ekološko pridelanega mleka.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Menim, da jogurt diskontnih trgovin vsebuje dodatke, ki so všeč otrokom (npr. čokoladni krispiji, veliki koščkisadja, koščki čokolade, itd.).	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Menim,da ima jogurt diskontnih trgovin embalažo, ki je mojemu otroku všeč.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Menim,da jogurt diskontnih trgovin vsebuje naravna sladila.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

**Q30 - V kolikšni meri se strinjate znavedenimi trditvami zajogurt, ki ste ga dopisali pod»drugo«?**

	sploh se NE strinjam 1	se NE strinjam 2	deloma sestrinjam 3	se strinjam4	popolnoma sestrinjam 5
Menim, da izbrani jogurt ponuja okuse, ki so všeč mojemu otroku.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Menim,da ima izbrani jogurt dodana hranila, ki so pomembna za razvoj otroka (npr. kalcij, vitamine, itd.)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Menim,da ima izbrani jogurt nizko vsebnost maščob	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Menim, da ima izbrani jogurt nizko vsebnost sladorja.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Menim,da izbrani jogurt ne vsebuje umetnih barvil in konzervansov.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Menim,da je izbrani jogurt narejen iz ekološko pridelanega mleka.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Menim, da izbrani jogurt vsebuje dodatke, ki so všeč otrokom (npr. čokoladni krispiji, veliki koščkisadja, koščki čokolade, itd.).	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Menim,da ima izbrani jogurt embalažo, ki je mojemu otroku všeč.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Menim,da izbrani jogurt vsebuje naravna	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

sploh se NE strinjam	1	se NE strinjam 2	2	deloma sestrinjam	3	se strinjam 4	4	popolnoma sestrinjam	5
----------------------------	---	---------------------	---	----------------------	---	------------------	---	-------------------------	---

sladila.

### Priloga 3: Analiza vprašalnika

Z anketo smo zbrali 161 uporabnih rešenih anketnih vprašalnikov. Zbiranje podatkov je potekalo od 26.3 do 4.3.2015.

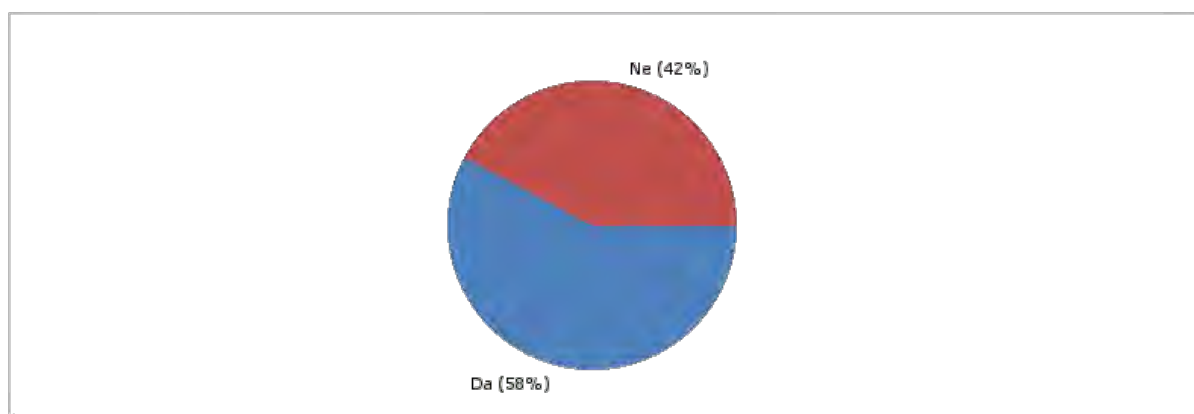
Rezultati prvega demografskega vprašanja kažejo, da ima največ respondentov v gospodinjstvu (38 %) 4 člane, na drugem mestu so gospodinjstva s 3 člani (31 %), na tretjem mestu pa gospodinjstva s 5 člani (15 %).

Rezultati drugega demografskega vprašanja kažejo, da ima največ respondentov (39 %) 2 otroka, na drugem mestu so tisti z 1 otrokom (32 %), na tretjem mestu pa so respondenti brez otrok (13 %).

Pri tretjem demografskem vprašanju je 77 % respondentov odgovorilo pritrdilno na vprašanje »Ali ima vsaj en vaš otrok 12 let ali manj?«. Za respondente, ki so odgovorili z ne, se je na tem mestu anketa zaključila.

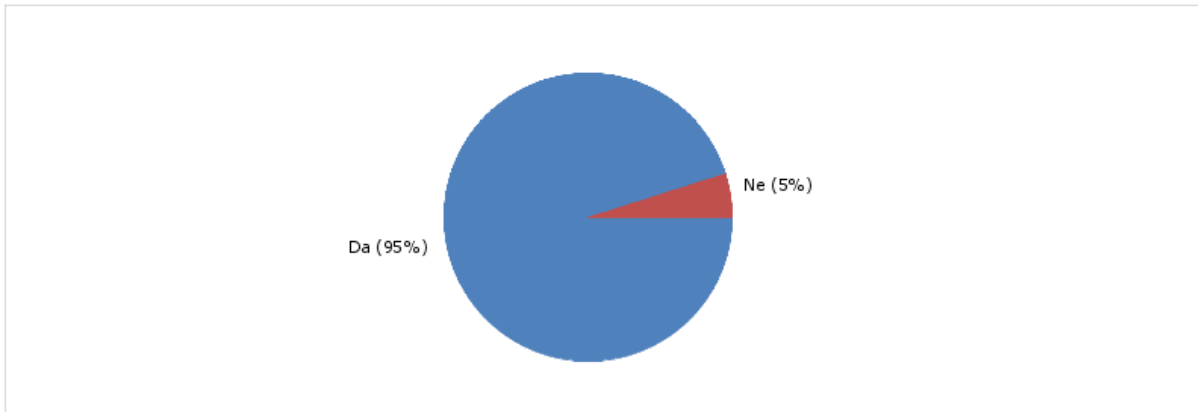
Slika 1 prikazuje, koliko respondentov je v zadnjem mesecu kupilo otroški jogurt. 58 % jih je odgovorilo z da, 42 % pa z ne.

Slika 22: Nakup otroškega jogurta v zadnjem mesecu



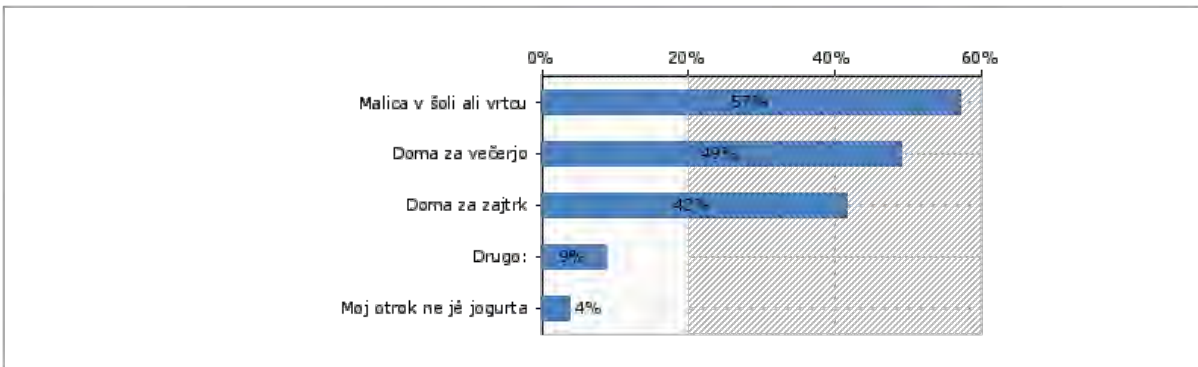
Slika 2 prikazuje odgovore na vprašanje »Ali vaš otrok je jogurt?«. Z da je odgovorilo 95 % z ne pa 5 % respondentov.

Slika 23: Odstotek otrok, ki je otroški jogurt



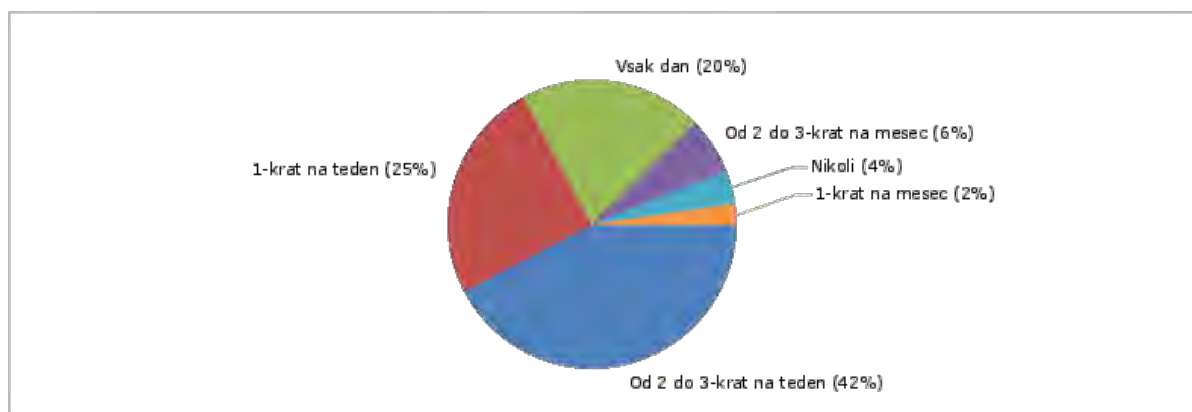
Slika 3 prikazuje odgovore na vprašanje »Kdaj vaš otrok navadno je jogurt?«. Respondenti so imeli pri tem vprašanju možnost izbrati več odgovorov. Iz Slike 3 je razvidno, da največ otrok (57%) je jogurt za malico v šoli ali vrtcu, 49 % ga je doma za večerjo, 42 % pa ga je doma za zajtrk. 9 % respondentov je odgovorilo drugo, 4 % pa, da njihov otrok ne je jogurta. Pri vprašanju so imeli respondenti pod opcijo drugo možnost sami podati odgovor. Tukaj so navedli sledeče odgovore: je ga kadarkoli in doma za malico.

Slika 24: Kje otroci jejo jogurt



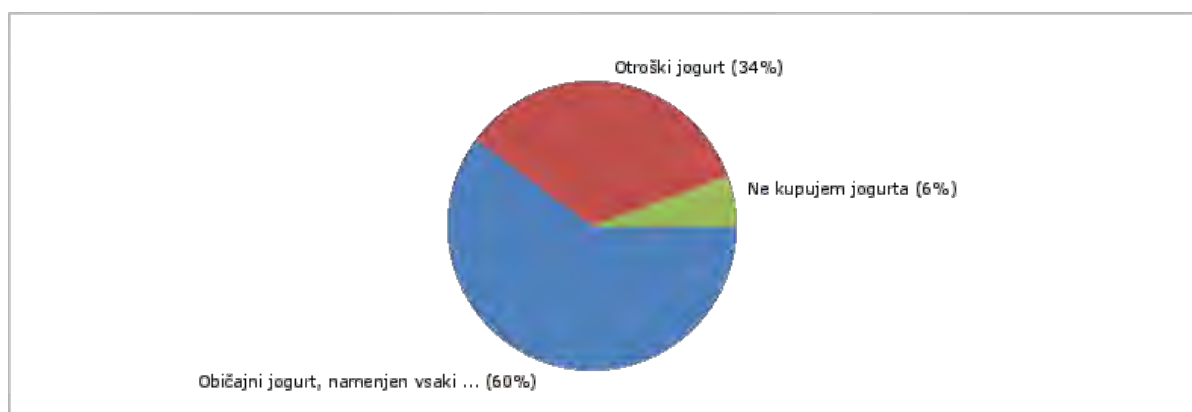
Slika 4 prikazuje odgovore na vprašanje »Kako pogosto vaš otrok je jogurt?« 42 % otrok je jogurt 2 do 3-krat na teden, 25 % 1-krat na teden, 20 % vsak dan, 6 % 2 do 3-krat na mesec, 4 % nikoli in 2 % 1-krat na mesec.

Slika 25: Kako pogosto otroci jejo jogurt



Slika 5 prikazuje odgovore na vprašanje »Ali običajno kupujete svojemu otroku otroški jogurt ali običajni jogurt, namenjen vsaki generaciji?«. 60 % respondentov kupuje običajni jogurt, namenjen vsaki generaciji, 34 % otroški jogurt, 6 % pa jih ne kupuje jogurta.

Slika 26: Odstotek staršev, ki kupuje otroške jogurte



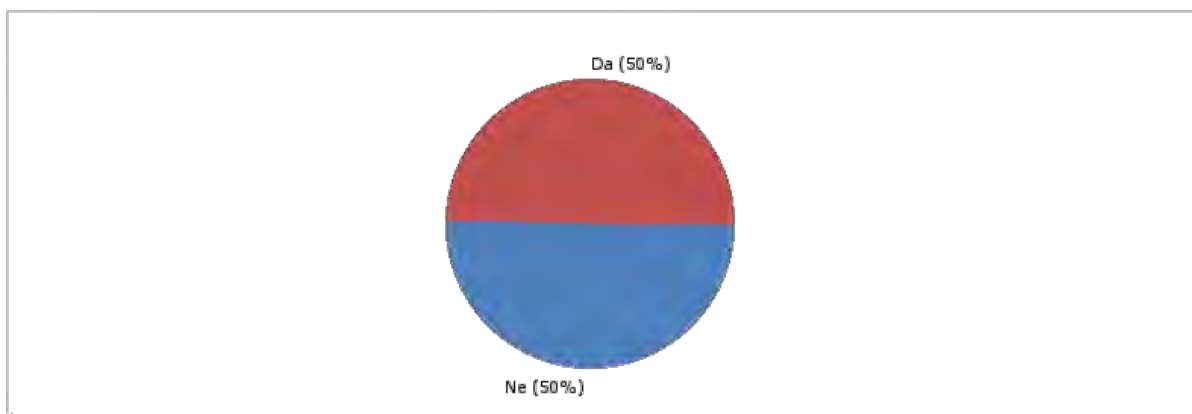
Respondente, ki so pri prejšnjem vprašanju odgovorili z »Običajni jogurt, namenjen vsaki generaciji«, smo vprašali, zakaj raje kupujejo ta jogurt za svojega otroka, kot otroški jogurt. Respondenti so kot odgovor največkrat navedli, da otroški jogurti vsebujejo preveliko količino sladkorja in so predragi. Ostali odgovori, ki so jih navedli:

- »otroški jogurt se ne razlikuje od tistega, namenjenega vsem generacijam«;
- »kupujem le navadni jogurt, brez vseh dodatkov«;
- »ker je premalo izbire otroških jogurtov«;
- »gledam, da je čim bolj naraven, otroški jogurti pa to navadi niso«;
- »ker za vse v družini kupujem enakega«;
- »ker ni razlike«.

Iz odgovorov lahko sklepamo, da starši otroške jogurte zaznavajo kot nezdrave, z visoko vsebnostjo sladkorja in ostalih aditivov. Večinoma za otroke kupujejo enak jogurt, kot za preostale družinske člane in predvsem navaden jogurt, brez dodatkov.

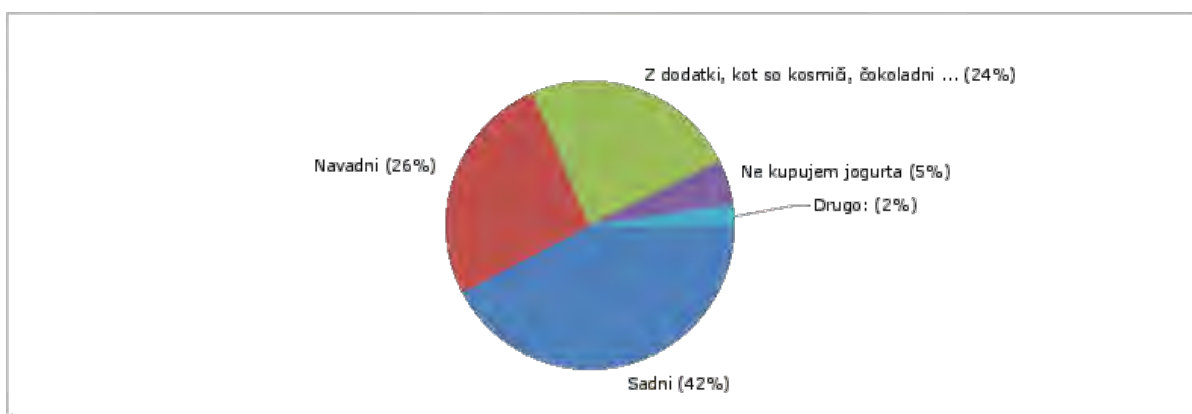
Slika 6 prikazuje odgovor na vprašanje »Menite, da imamo v Sloveniji dovolj veliko izbiro otroških jogurtov?«. Polovica respondentov je odgovorila da, polovica pa z ne.

Slika 27: Ponudba otroških jogurtov v Sloveniji



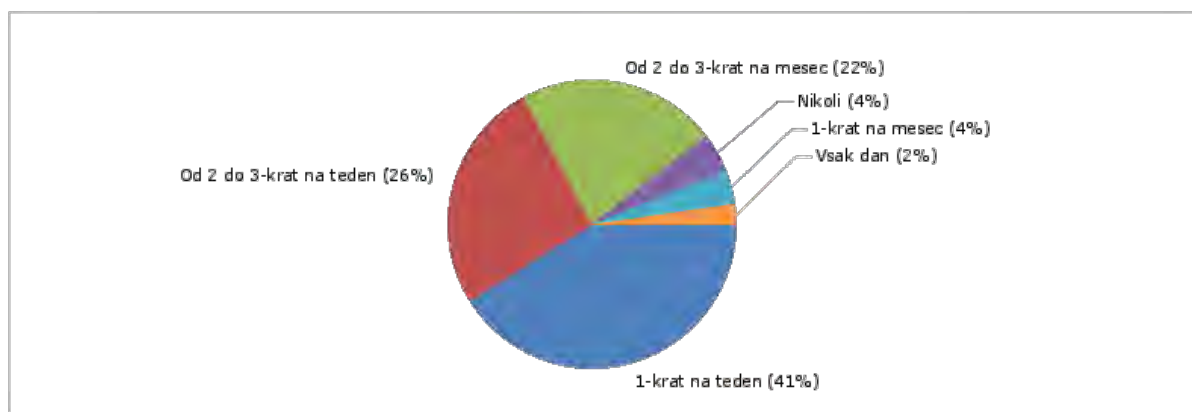
Slika 7 prikazuje odgovor na vprašanje »Jogurt s kakšnim okusom največkrat kupujete svojim otrokom?«. 42 % respondentov kupuje otrokom sadne jogurte, 26 % navadne jogurte, 24 % z dodatki, kot so kosmiči ali čokoladni krispiji, 5 % jih ne kupuje jogurta, 2 % respondentov pa je odgovorilo drugo. Slednji so kot odgovor pri »drugo« navedli: z bonboni in probiotične.

Slika 28: Kakšen okus jogurtov kupujejo otrokom



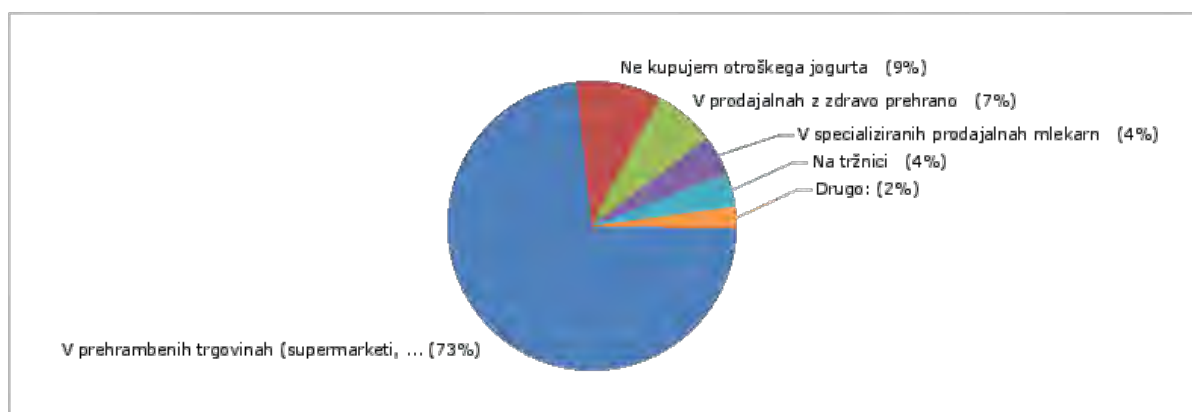
Slika 8 prikazuje odgovor na vprašanje »Kako pogosto kupujete jogurt za svojega otroka?«. 41 % respondentov kupi jogurt za otroka 1-krat tedensko, 26 % 2 do 3-krat na teden, 22% 2 do 3-krat na mesec in 4 % 1-krat na mesec, 2 % vsak dan in 4 % nikoli.

Slika 29: Pogostost nakupa jogurta za otroke



Slika 9 prikazuje odgovor na vprašanje »Kje največkrat kupujete otroške jogurte?«. 73% respondentov kupi jogurt v supermarketih, 7% v prodajalnah z zdravo prehrano, 4% v specializiranih prodajalnah mlekar, 4% na tržnicah in drugo 2%. Pod opcijo drugo so respondenti navedli: na kmetijah, v mlekوماتu in v diskontih.

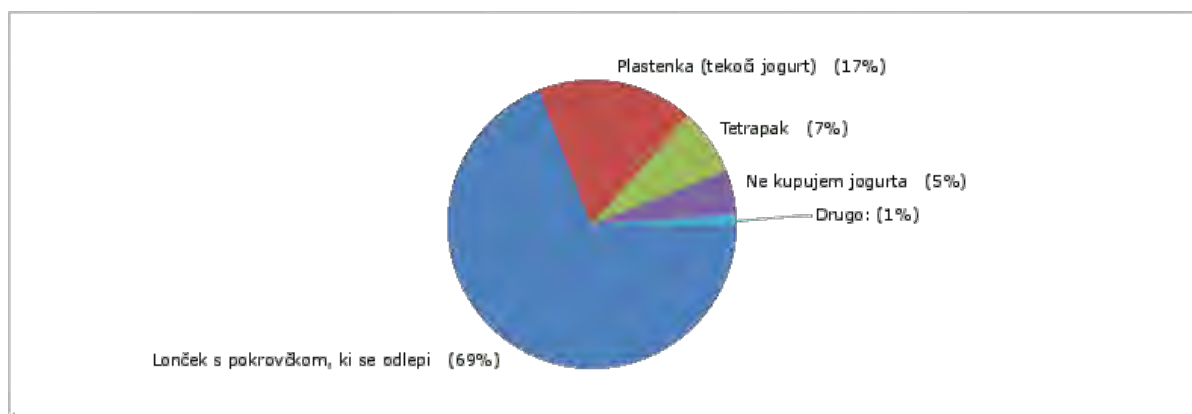
Slika 30: Kje največkrat kupijo otroški jogurt



Slika 10 prikazuje odgovor na vprašanje »Katera embalaža jogurta vam je najljubša?« 69% respondentov ima raje embalažo s pokrovčkom, ki se odlepi, 17% plastenko (tekoči jogurt), 7% tetrapak, 5% respondentov ne kupuje jogurta in 1% drugo.

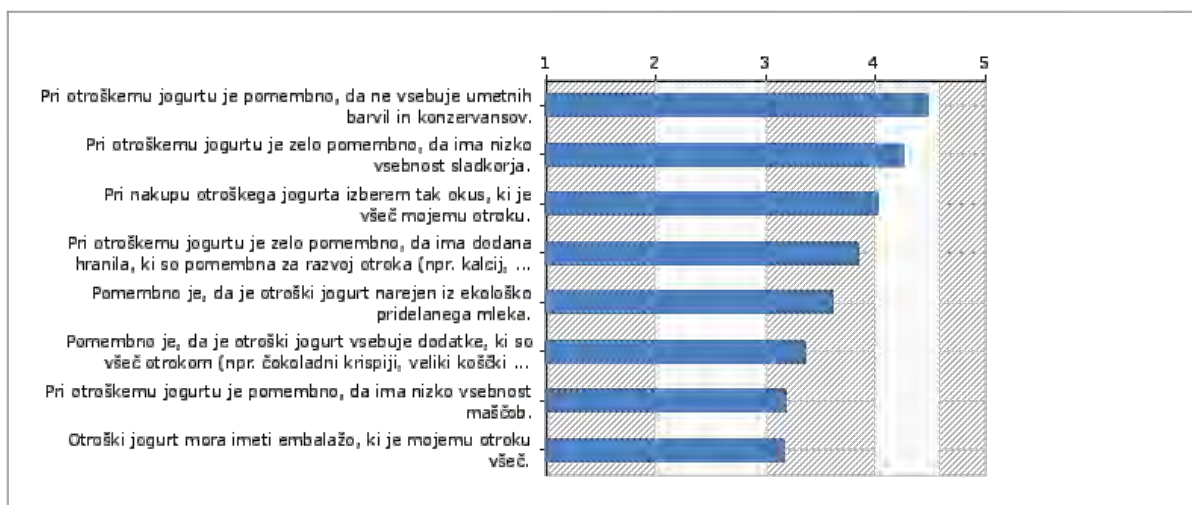


Slika 31: Najbolj primerna embalaža za otroški jogurt



Slika 11 prikazuje mero strinjanja s trditvami, ki se navezujejo na značilnosti otroških jogurtov. Respondenti so s pomočjo 5-stopenjske Likertove lestvice izrazili stopnjo strinjanja ali nestrinjanja s trditvami. Iz odgovorov je vidno, da je za respondente najbolj pomembno pri otroškem jogurtu, da ne vsebuje umetnih barvil in konzervansov. Najmanj pomembno se jim zdi to, da ima otroški jogurt embalažo, ki je všeč otrokom.

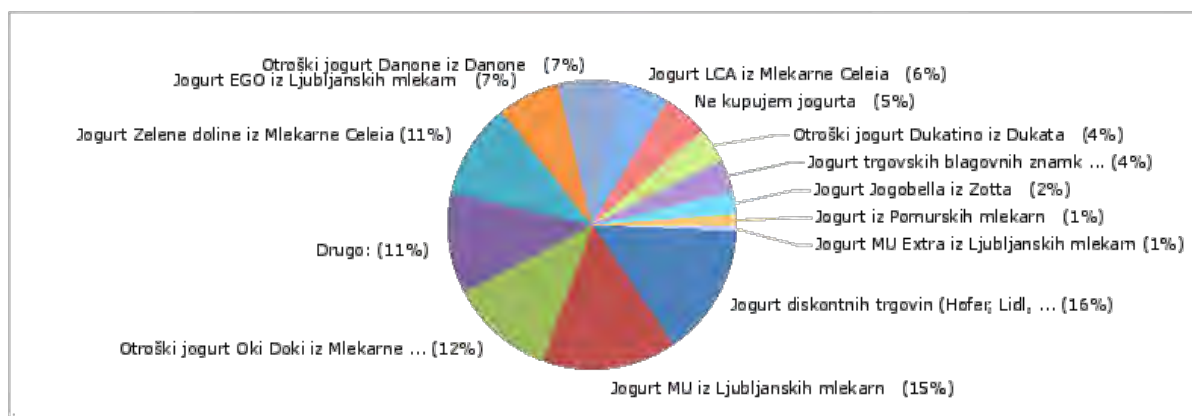
Slika 32: Stopnja strinjanja s trditvami, ki se navezujejo na značilnosti otroških jogurtov



Slika 12 prikazuje odgovore na vprašanje »Katero blagovno znamko jogurtov najpogosteje kupujete za svojega otroka?« Največ (16 %) respondentov za svojega otroka kupuje jogurte diskontnih trgovin, 15 % jih kupuje Jogurt MU iz Ljubljanskih mlekarn, 12 % jih kupuje otroški jogurt Oki Doki iz mlekarne Celeia, 11 % jih kupuje Jogurt Zelene doline iz mlekarne Celeia, 11 % jih je odgovorilo drugo, 7 % jih kupuje otroški jogurt Danone iz Danone, 7 % jih kupuje jogurt EGO iz Ljubljanskih mlekarn, 6 % jih kupuje jogurt LCA iz mlekarne Celeia, 4 % jih kupuje otroški jogurt Dukatino iz Dukata, 4 % kupuje jogurt trgovskih blagovnih znamk, 2 % jogurt Jogobella iz Zotta, 1 % jogurt iz Pomurskih mlekarn in 1 % jogurt MU Extra iz Ljubljanskih mlekarn. 11 % respondentov je pri opciji drugo odgovorilo: jogurti od Bauerja, prodajalec Hmezad, Sobbeke, domači jogurt kmetije Hecl, izključno navadni jogurt,

Begrhtesgaden, jogurt lokalnega kmeta iz mlekomata, kmetija Bogataj, Fruchtzwerge, sadni bio iz Ljubljanskih mlekarn, Andechser natur bio jogurt, Spar Vital, domače jogurte.

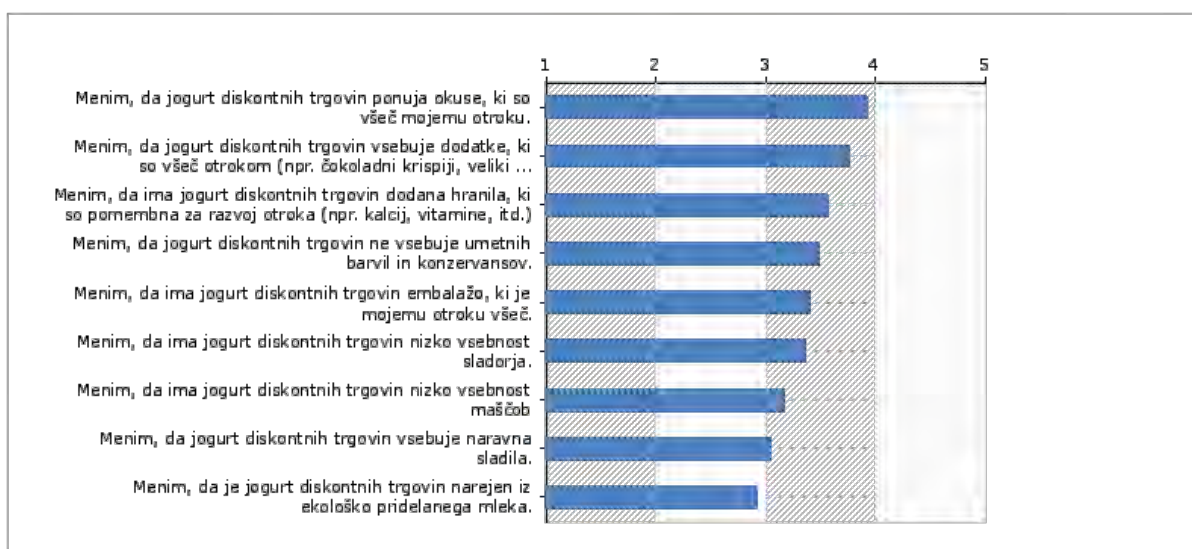
Slika 33: Blagovna znamka jogurta, ki jo respondenti najpogosteje kupijo za otroke



V nadaljevanju predstavljamo rezultate strinjanja ali nestrinjanja respondentov s trditvami, ki se navezujejo na 3 največkrat izbrane blagovne znamke jogurtov, ki jih respondenti kupujejo za svojega otroka. Respondenti so svojo stopnjo strinjanja ali nestrinjanja izrazili s pomočjo 5-stopenjske Likertove lestvice.

Slika 13 prikazuje stopnje strinjanja ali nestrinjanja s trditvami, ki se navezujejo na jogurte, ki jih respondenti kupujejo v diskontnih trgovinah. Iz odgovorov je razvidno, da se respondenti najbolj strinjajo s trditvijo, da jogurti diskontnih trgovin ponujajo okuse, ki so všeč njihovim otrokom in najmanj s trditvijo, da so jogurti diskontnih trgovin narejeni iz ekološko pridelanega mleka.

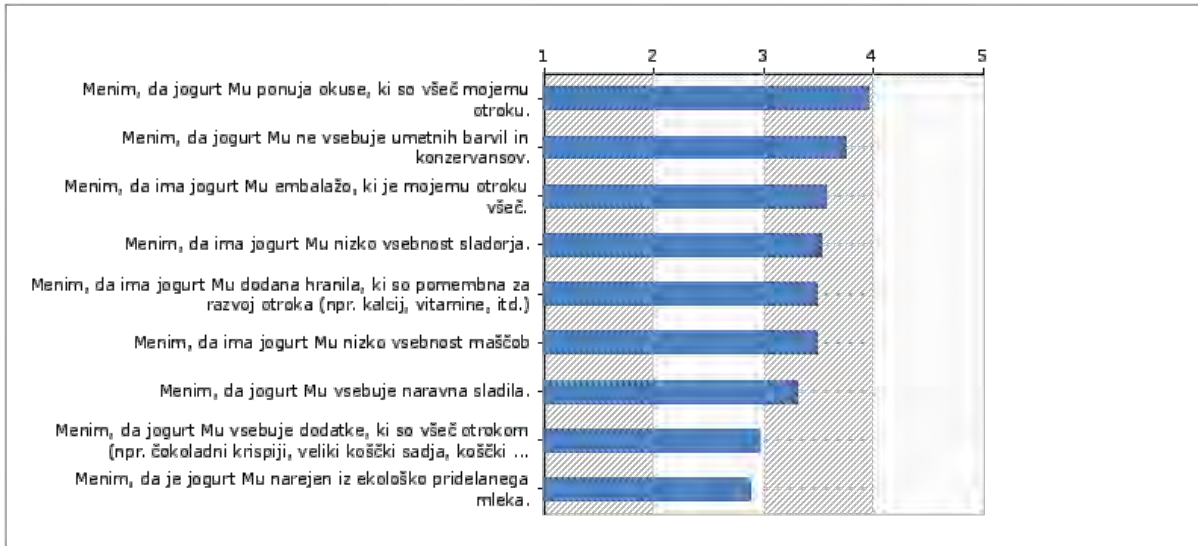
Slika 34: Stopnja strinjanja s trditvami, ki se navezujejo na značilnosti jogurtov iz diskontnih trgovin



Slika 14 prikazuje stopnje strinjanja ali nestrinjanja s trditvami, ki se navezujejo na jogurt MU iz Ljubljanskih mlekarn. Iz odgovorov je razvidno, da se respondenti najbolj strinjajo s

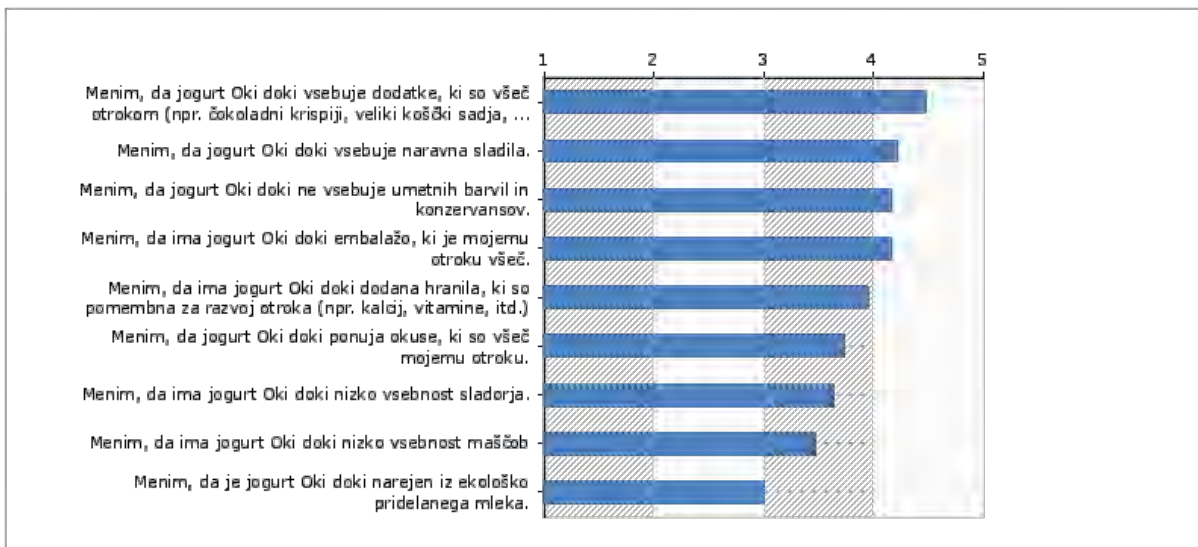
trditvijo, da jogurt MU ponuja okuse, ki so všeč njihovim otrokom in najmanj s trditvijo, da je jogurt MU narejen iz ekološko pridelanega mleka.

Slika 35: Stopnja strinjanja s trditvami, ki se navezujejo na značilnosti jogurta MU iz Ljubljanskih mlekarn



Slika 15 prikazuje stopnje strinjanja ali nestrinjanja s trditvami, ki se navezujejo otroški jogurt Oki Doki iz mlekarne Celeia. Iz odgovorov je razvidno, da se respondenti najbolj strinjajo s trditvijo, da jogurt Oki Doki vsebuje dodatke, ki so všeč otrokom in najmanj s trditvijo, da je jogurt Oki Doki narejen iz ekološko pridelanega mleka.

Slika 36: Stopnja strinjanja s trditvami, ki se navezujejo na značilnosti jogurta Oki Doki iz mlekarne Celeia



## Priloga 4: Izpisi rezultatov faktorске analize iz programa SPSS

[Otro\_\_ki\_jogurti\_v\_Sloveniji]

### Descriptive Statistics

	Mean	Std. Deviation	Analysis N	Missing N
V kolikšni meri se strinjate : Pri nakupu otroškega jogurta izberem tak okus, ki je vsec mojemu otroku.	4.02	1.024	161	0
V kolikšni meri se strinjate : Pri otroškemu jogurtu je zelo pomembno, da ima dodana hranila, ki so pomembna za razvoj otroka (npr. kalcij, vitamini, itd.).	3.84	1.264	161	0
V kolikšni meri se strinjate : Pri otroškemu jogurtu je pomembno, da ima nizko vsebnost mascob.	3.17	1.340	161	0
V kolikšni meri se strinjate : Pri otroškemu jogurtu je zelo pomembno, da ima nizko vsebnost sladkorja.	4.25	.937	161	0
V kolikšni meri se strinjate : Pri otroškemu jogurtu je pomembno, da ne vsebuje umetnih barvil in konzervansov.	4.48	.837	161	0
V kolikšni meri se strinjate : Pomembno je, da je otroški jogurt narejen iz ekolosko pridelanega mleka.	3.61	1.091	161	0
V kolikšni meri se strinjate : Pomembno je, da je otroški jogurt vsebuje dodatke, ki so vsec otrokom (npr. cokoladni krispiji, veliki koscki sadja, koscki cokolade, itd.).	3.35	1.353	161	0
V kolikšni meri se strinjate : Otroški jogurt mora imeti embalazo, ki je mojemu otroku vsec.	3.16	1.284	161	0

**Total Variance Explained**

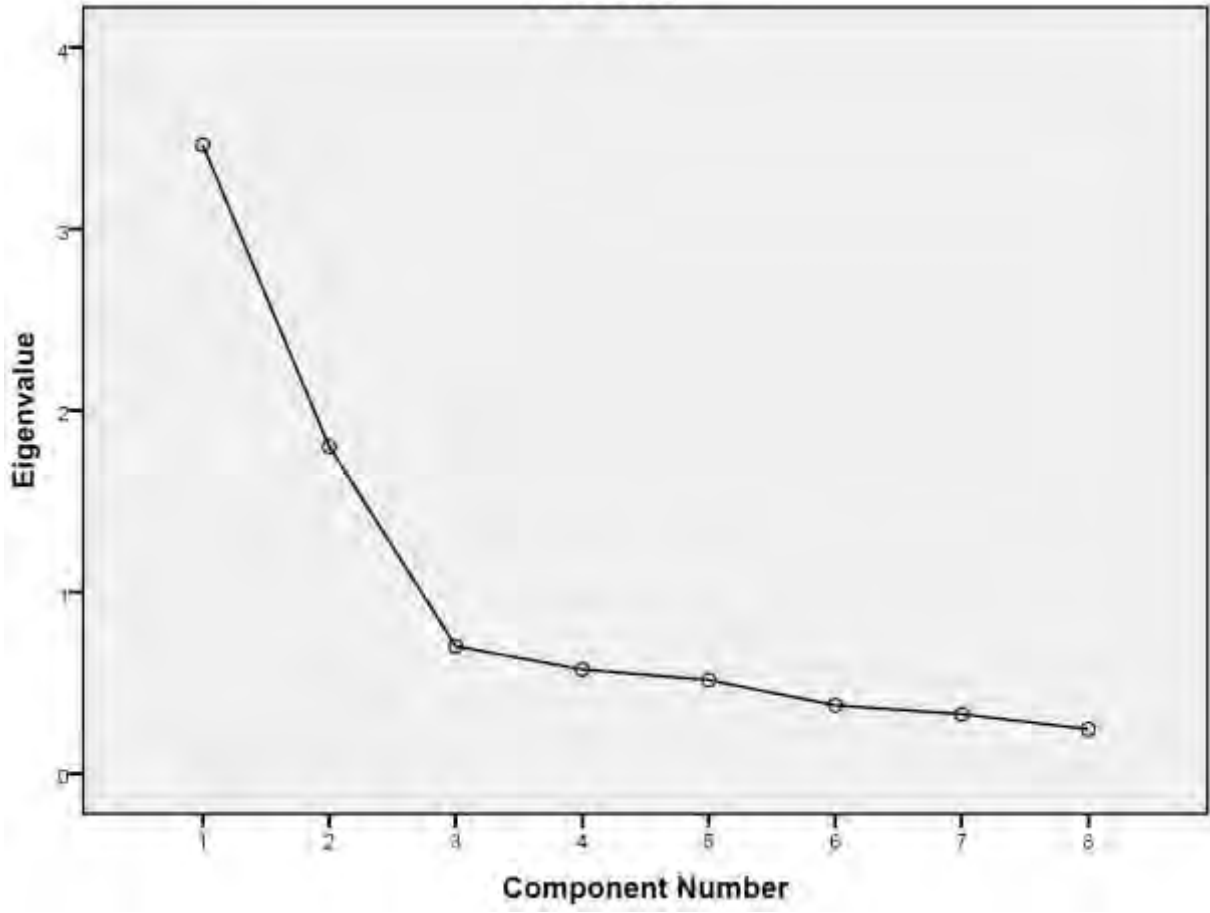
Component	Initial Eigenvalues			Extraction Sums of Squared ...	
	Total	% of Variance	Cumulative %	Total	% of Variance
1	3.465	43.306	43.306	3.465	43.306
2	1.801	22.515	65.822	1.801	22.515
3	.701	8.757	74.578		
4	.574	7.169	81.748		
5	.515	6.437	88.184		
6	.375	4.691	92.875		
7	.326	4.080	96.955		
8	.244	3.045	100.000		

**Total Variance Explained**

Component	Extraction Sums ...	Rotation Sums of Squared Loadings		
	Cumulative %	Total	% of Variance	Cumulative %
1	43.306	3.060	38.245	38.245
2	65.822	2.206	27.577	65.822
3				
4				
5				
6				
7				
8				

Extraction Method: Principal Component Analysis.

Scree Plot



**Rotated Component Matrix<sup>a</sup>**

	Component	
	1	2
V kolikšni meri se strinjate : Pomembno je, da je otroški jogurt vsebuje dodatke, ki so vsec otrokom (npr. cokoladni krispiji, veliki koscki sadja, koscki cokolade, itd.).	.862	
V kolikšni meri se strinjate : Pri otroškemu jogurtu je zelo pomembno, da ima dodana hranila, ki so pomembna za razvoj otroka (npr. kalcij, vitamini, itd.).	.810	
V kolikšni meri se strinjate : Otroški jogurt mora imeti embalazo, ki je mojemu otroku vsec.	.778	
V kolikšni meri se strinjate : Pri otroškemu jogurtu je pomembno, da ima nizko vsebnost mascob.	.731	
V kolikšni meri se strinjate : Pri nakupu otroškega jogurta izberem tak okus, ki je vsec mojemu otroku.	.700	
V kolikšni meri se strinjate : Pri otroškemu jogurtu je zelo pomembno, da ima nizko vsebnost sladkorja.		.889
V kolikšni meri se strinjate : Pri otroškemu jogurtu je pomembno, da ne vsebuje umetnih barvil in konzervansov.		.836
V kolikšni meri se strinjate : Pomembno je, da je otroški jogurt narejen iz ekolosko pridelanega mleka.		.738

Extraction Method: Principal Component Analysis.

Rotation Method: Varimax with Kaiser Normalization.

a. Rotation converged in 3 iterations.

**Component Transformation Matrix**

Component	1	2
1	.870	.493
2	-.493	.870

Extraction Method: Principal Component Analysis.

Rotation Method: Varimax with Kaiser Normalization.

## Priloga 5: Intervju

### Ekološki otroški jogurt Loških mlekarn

Loške mlekarnice iz Škofje Loke obratujejo že več kot 113 let ter je najstarejša še delujoča mlekarna v Sloveniji. V mlekarni že imajo ekološki jogurt v treh okusih: navaden, jagodni ter z gozdnimi sadeži. Sedaj razmišljajo o uvedbi posebnega jogurta, namenjen otrokom in tudi njihovim staršem. Izdelek ni le jogurt, je veliko več. Ima polnost okusa skute z lahkotnostjo jogurta. Jogurt bi imel certifikat, da je ekološki ter v celoti lokalnega izvora. Ker je pri otroških jogurtih problem v količini sladkorja, bi v tem jogurtu bilo naravno sladilo le domači okoliški med, kar bi pripomoglo k nizki vsebnosti sladkorja. Jogurt bi bil brez umetnih barvil in konzervansov, mogoča je tudi uvedba dodatkov, ki so lokalni in tradicionalno slovenski. Maščoba bi bila kljub domačemu mleku v mejah zdravega. Embalaža bi bila prilagojena dnevnim potrebam vašega otroka, v lončku velikosti 125 g in 200 g.

Zanima nas vaše dragoceno mnenje o bodočem novem izdelku in vam bomo izredno hvaležni za vaše odgovore.

- Koliko članov ima vaše gospodinjstvo?
- Koliko otrok imate?
- Ali ima vsaj en vaš otrok 12 let ali manj?
- Ste v zadnjem mesecu kupili otroški jogurt?
- Ali vaš otrok jé jogurt? Kakšen jogurte ponavadi jé in zakaj?

1. Kaj menite o novem okusu, ki je sestavljen iz jogurta in skute? Se vam zdi primeren za otroke?

2. Kaj menite o dodatkih v jogurtu? Kje bi želeli, da se nahajajo dodatki (na vrhu, na dnu lončka ali da so že pomešani skupaj z jogurtom)? Prosimo pojasnite.

3. Ponujamo vam kombinacije okusov. Prosimo komentirajte pri vsakem okusu, če se vam zdi ustrezen in okusen za vašega otroka:

a) Navaden: jogurt s skuto

---

b) Prosenka kaša in suha jabolka

---

c) Orehi z medom

---

4. Imate vi kakšen predlog okusa, ki bi odražal slovensko mlekarno in zadostil otrokom ter staršem?

5. Kolikšna bi bila po vašem mnenju dopustnost mlečne maščobe jogurta s skuto?



6. Kakšna embalaža se vam zdi najbolj primerna za otroke na splošno in glede na ta izdelek (lonček, tetrapak, plastenka ali drugače)? Prosimo pojasnite zakaj.
7. Se vam zdi naša predlagana velikost embalaže ustrezna ali ne?
8. Se vam zdi med primerno sladilo za jogurt? Bi vaš otrok jedel takšen jogurt?
9. Kakšna cena bi za vas bila primerna za jogurt, ki je ekološki in lokalnega izvora?
10. Kje bi kupovali takšen jogurt oziroma kje največkrat kupujete jogurt in zakaj?

## **Priloga 6: Rešeni globinski intervjuji**

### **Ekološki otroški jogurt Loških mlekarn**

Loške mlekarnice iz Škofje Loke obratujejo že več kot 113 let ter je najstarejša še delujoča mlekarna v Sloveniji. V mlekarni že imajo ekološki jogurt v treh okusih: navaden, jagodni ter z gozdnimi sadeži. Sedaj razmišljajo o uvedbi posebnega jogurta, namenjen otrokom in tudi njihovim staršem. Izdelek ni le jogurt, je veliko več. Ima polnost okusa skute z lahkotnostjo jogurta. Jogurt bi imel certifikat, da je ekološki ter v celoti lokalnega izvora. Ker je pri otroških jogurtih problem v količini sladkorja, bi v tem jogurtu bilo naravno sladilo le domači okoliški med, kar bi pripomoglo k nizki vsebnosti sladkorja. Jogurt bi bil brez umetnih barvil in konzervansov, mogoča je tudi uvedba dodatkov, ki so lokalni in tradicionalno slovenski. Maščoba bi bila kljub domačemu mleku v mejah zdravega. Embalaža bi bila prilagojena dnevnim potrebam vašega otroka, v lončku velikosti 125 g in 200 g.

Zanima nas vaše dragoceno mnenje o bodočem novem izdelku in vam bomo izredno hvaležni za vaše odgovore.

- **Koliko članov ima vaše gospodinjstvo?**  
4
- **Koliko otrok imate?**  
2
- **Ali ima vsaj en vaš otrok 12 let ali manj?**  
Da
- **Ste v zadnjem mesecu kupili otroški jogurt?**  
Da
- **Ali vaš otrok já jogurt? Kakšen jogurte ponavadi já in zakaj?**  
Da. Sadni, zato ker imajo koščke sadja, ki so mu zelo všeč.

#### **1. Kaj menite o novem okusu, ki je sestavljen iz jogurta in skute? Se vam zdi primeren za otroke?**

Okus se mi zdi odličen, saj imamo v družini vsi radi tako jogurt kot skuto, zato menim, da bo mešanica obeh okusov odlična in primerna za vse starostne skupine, še posebej za otroke, ki bodo s skuto pridobili vitamine in minerale, ki so pomembni za otrokov razvoj.

#### **2. Kaj menite o dodatkih v jogurtu? Kje bi želeli, da se nahajajo dodatki (na vrhu, na dnu lončka ali da so že pomešani skupaj z jogurtom)? Prosimo pojasnite.**

Dodatki so v jogurtu primerni in dodajo jogurtu dodaten okus. Je pa res odvisno kakšni so dodatki, saj se mi vsi, ki so do sedaj na voljo v trgovinah neprimerni. Najraje imamo v družini dodatke, ki so že pomešani z jogurtom, saj ne pride do polivanja jogurta, če bi bilo potrebno zmešati dodatke vanj.

**3. Ponujamo vam kombinacije okusov. Prosimo komentirajte pri vsakem okusu, če se vam zdi ustrezen in okusen za vašega otroka:**

**a) Navaden: jogurt s skuto**

Sam jogurt s skuto ne bi moj otrok jedel, saj bi bil zanj preveč grenek, vendar je to dobra mešanica, saj lahko zanj s svojimi dodatki naredim jogurt, ki bi si ga moj otrok želel. Vsak dan bi lahko dobil popolnoma novi jogurt.

**b) Prosenka kaša in suha jabolka**

Moj otrok ne bi jedel takšnega jogurta, saj ne mara prosene kaše. Poleg tega se mi zdi tudi, da so suha jabolka energijsko pretežka za jogurt.

**c) Orehi z medom**

Takšen jogurt je odličen, saj med doda potrebno sladilo in sladkost, ki je primeren za otroke, poleg tega so pa orehi dobri in okusni in moj otrok jih zelo rad je. Med je tudi primeren, saj je dobro "zdravilo", saj pripomore k odpornosti.

**4. Imate vi kakšen predlog okusa, ki bi odražal slovensko mlekarstvo in zadostil otrokom ter staršem?**

Predlagala bi kot dodatek cimet, saj je zelo zdrav.

**5. Kolikšna bi bila po vašem mnenju dopustnost mlečne maščobe jogurta s skuto?**

Najbolj primerna bi bila 1,0 in največ do 1,5 %.

**6. Kakšna embalaža se vam zdi najbolj primerna za otroke na splošno in glede na ta izdelek (lonček, tetrapak, plastenka ali drugače)? Prosimo pojasnite zakaj.**

Lonček, saj ga lahko otrok lažje drži v roki, lahko ga je z žlico in lažje ga je reciklirati.

**7. Se vam zdi naša predlagana velikost embalaže ustrezna ali ne?**

Da zdi se mi zelo primerna, saj lahko poješ v enem "zalogaju" in ne puščaš za kasneje.

**8. Se vam zdi med primerno sladilo za jogurt? Bi vaš otrok jedel takšen jogurt?**

Da zelo, saj je naraven, zdrav in se ga da dobiti vsepovsod. Moj otrok bi z veseljem jedel takšen jogurt.

**9. Kakšna cena bi za vas bila primerna za jogurt, ki je ekološki in lokalnega izvora?**

Plačala bi ga do enega evra, saj kar je več je že nesmiselno.

**10. Kje bi kupovali takšen jogurt oziroma kje največkrat kupujete jogurt in zakaj?**

Kupila bi ga v diskontih kot sta Hofer in Lidl, saj tu največkrat kupujem jogurte, saj je tu veliko izbire. So tudi dovolj poceni in tudi zato, ker v ostale trgovine redkokdaj zaidem.

## **Ekološki otroški jogurt Loških mlekarn**

Loške mlekarne iz Škofje Loke obratujejo že več kot 113 let ter je najstarejša še delujoča mlekarna v Sloveniji. V mlekarni že imajo ekološki jogurt v treh okusih: navaden, jagodni ter z gozdnimi sadeži. Sedaj razmišljajo o uvedbi posebnega jogurta, namenjen otrokom in tudi njihovim staršem. Izdelek ni le jogurt, je veliko več. Ima polnost okusa skute z lahkotnostjo jogurta. Jogurt bi imel certifikat, da je ekološki ter v celoti lokalnega izvora. Ker je pri otroških jogurtih problem v količini sladkorja, bi v tem jogurtu bilo naravno sladilo le domači okoliški med, kar bi pripomoglo k nizki vsebnosti sladkorja. Jogurt bi bil brez umetnih barvil in konzervansov, mogoča je tudi uvedba dodatkov, ki so lokalni in tradicionalno slovenski. Maščoba bi bila kljub domačemu mleku v mejah zdravega. Embalaža bi bila prilagojena dnevnim potrebam vašega otroka, v lončku velikosti 125 g in 200 g.

Zanima nas vaše dragoceno mnenje o bodočem novem izdelku in vam bomo izredno hvaležni za vaše odgovore.

- **Koliko članov ima vaše gospodinjstvo?**  
3
- **Koliko otrok imate?**  
1
- **Ali ima vsaj en vaš otrok 12 let ali manj?**  
Da
- **Ste v zadnjem mesecu kupili otroški jogurt?**  
Da
- **Ali vaš otrok já jogurt? Kakšen jogurte ponavadi já in zakaj?**  
Da já in to sadne, saj so dobrega okusa.

### **1. Kaj menite o novem okusu, ki je sestavljen iz jogurta in skute? Se vam zdi primeren za otroke?**

Ker v naši družini nismo ljubitelji skute, nam osebno takšen jogurt ne bi bil všeč, vendar menim, da je dovolj zdrav in primeren za otroke in starše.

### **2. Kaj menite o dodatkih v jogurtu? Kje bi želeli, da se nahajajo dodatki (na vrhu, na dnu lončka ali da so že pomešani skupaj z jogurtom)? Prosimo pojasnite.**

Dodatki so okusni, dajejo jogurtu dodatno vrednost. Najraje imamo, da so zmešani skupaj z jogurtom.

### **3. Ponujamo vam kombinacije okusov. Prosimo komentirajte pri vsakem okusu, če se vam zdi ustrezen in okusen za vašega otroka:**

- a) **Navaden: jogurt s skuto**

Je ustrezen, vendar ga v naši družini ne bi nihče jedel, še posebej ne naš otrok, saj je zelo izbirčen in ne mara skute.

**b) Prosenka kaša in suha jabolka**

Dodatka sta primerna, vendar moj otrok ne bi jedel takšnega jogurta, saj mu prosena kaša ne ustreza.

**c) Orehi z medom**

Ta jogurt je odličan. Moj otrok bi ga z veseljem jedel, saj obožuje orehe. Med mu je pa najboljša sladilo.

**4. Imate vi kakšen predlog okusa, ki bi odražal slovensko mlekarstvo in zadostil otrokom ter staršem?**

Predlagala bi kot dodatek suho gozdno sadje.

**5. Kolikšna bi bila po vašem mnenju dopustnost mlečne maščobe jogurta s skuto?**

Predlagala bi do 1,3 %.

**6. Kakšna embalaža se vam zdi najbolj primerna za otroke na splošno in glede na ta izdelek (lonček, tetrapak, plastenka ali drugače)? Prosimo pojasnite zakaj.**

Lonček, saj je jogurt najlažje jesti z žlico in otrok tudi vidi kakšen je jogurt.

**7. Se vam zdi naša predlagana velikost embalaže ustrezna ali ne?**

Ja zelo, saj več kot toliko ne bi bilo primerno, da otrok na dan poje.

**8. Se vam zdi med primerno sladilo za jogurt? Bi vaš otrok jedel takšen jogurt?**

Da zelo, saj je naraven.

**9. Kakšna cena bi za vas bila primerna za jogurt, ki je ekološki in lokalnega izvora?**

Največ bi dala 1,5 €.

**10. Kje bi kupovali takšen jogurt oziroma kje največkrat kupujete jogurt in zakaj?**

Kupovala bi v trgovinah, kot sta Merkator, Tuš in podobni.

**Ekološki otroški jogurt Loških mlekarn**

Loške mlekarnice iz Škofje Loke obratujejo že več kot 113 let ter je najstarejša še delujoča mlekarna v Sloveniji. V mlekarni že imajo ekološki jogurt v treh okusih: navaden, jagodni ter z gozdnimi sadeži. Sedaj razmišljajo o uvedbi posebnega jogurta, namenjen otrokom in tudi njihovim staršem. Izdelek ni le jogurt, je veliko več. Ima polnost okusa skute z lahkotnostjo jogurta. Jogurt bi imel certifikat, da je ekološki ter v celoti lokalnega izvora. Ker je pri otroških jogurtih problem v količini sladkorja, bi v tem jogurtu bilo naravno sladilo le domači

okoliški med, kar bi pripomoglo k nizki vsebnosti sladkorja. Jogurt bi bil brez umetnih barvil in konzervansov, mogoča je tudi uvedba dodatkov, ki so lokalni in tradicionalno slovenski. Maščoba bi bila kljub domačemu mleku v mejah zdravega. Embalaža bi bila prilagojena dnevnim potrebam vašega otroka, v lončku velikosti 125 g in 200 g.

Zanima nas vaše dragoceno mnenje o bodočem novem izdelku in vam bomo izredno hvaležni za vaše odgovore.

- **Koliko članov ima vaše gospodinjstvo?**

5

- **Koliko otrok imate?**

3

- **Ali ima vsaj en vaš otrok 12 let ali manj?**

Da.

- **Ste v zadnjem mesecu kupili otroški jogurt?**

Ne.

- **Ali vaš otrok já jogurt? Kakšen jogurte ponavadi já in zakaj?**

Da já. Sadne ali pa z dodatki, kot so koščki sadja ali čokoladne kroglice. Ker imajo takšne okuse najraje.

**1. Kaj menite o novem okusu, ki je sestavljen iz jogurta in skute? Se vam zdi primeren za otroke?**

Ker še nisem zasledila takšnega okusa, ne morem reči kakšen je, vendar menim, da bi bil okusen in primeren za vse starostne skupine.

**2. Kaj menite o dodatkih v jogurtu? Kje bi želeli, da se nahajajo dodatki (na vrhu, na dnu lončka ali da so že pomešani skupaj z jogurtom)? Prosimo pojasnite.**

Dodatki so v jogurtu pomembni, saj dajejo jogurtu dodaten okus in privlačnejši izgled. Najraje vidim, da so na vrhu, saj lahko točno vidim, kaj je notri in kakšni so, ter jih lahko naknadno zmešam ali pa tudi ne. Danes je veliko dodatkov neprimernih.

**3. Ponujamo vam kombinacije okusov. Prosimo komentirajte pri vsakem okusu, če se vam zdi ustrezen in okusen za vašega otroka:**

**a) Navaden: jogurt s skuto**

Je ustrezen in primeren, saj včasih radi pojedjo tudi jogurt brez kakšnihkoli dodatkov, ali pa lahko dodatke sami dodajo.

**b) Prosenka kaša in suha jabolka**

Suha jabolka bi bila primerna za moje otroke, vendar proseno kašo ne marajo, tako da bi se verjetno težko odločili za takšen jogurt. Vendar se mi zdi kombinacija primerna.

**c) Orehi z medom**

Zelo primeren in okusen, saj med je že naravno sladilo in doda poseben okus, orehi so pa tudi primerni in otroci jih imajo radi.

**4. Imate vi kakšen predlog okusa, ki bi odražal slovensko mlekarstvo in zadostil otrokom ter staršem?**

Predlagala bi hruške ali slive kot dodatke. Lahko sveže ali suhe.

**5. Kolikšna bi bila po vašem mnenju dopustnost mlečne maščobe jogurta s skuto?**

Najbolj primerna bi bila 1,5 %.

**6. Kakšna embalaža se vam zdi najbolj primerna za otroke na splošno in glede na ta izdelek (lonček, tetrapak, plastenka ali drugače)? Prosimo pojasnite zakaj.**

Lonček, saj otrok lahko vidi kakšen je jogurt, kakšni dodatki so notri, lažje se uporablja, saj se je z žlico in se lahko poje naenkrat.

**7. Se vam zdi naša predlagana velikost embalaže ustrezna ali ne?**

Da se zdi se mi primerna, saj otroci ne pojedjo tolikšne količine jogurta kot odrasli.

**8. Se vam zdi med primerno sladilo za jogurt? Bi vaš otrok jedel takšen jogurt?**

Zelo primeren, saj je naraven, lahko se ga dobi vseh vrst in moji otroci bi z velikim veseljem jedli takšen jogurt.

**9. Kakšna cena bi za vas bila primerna za jogurt, ki je ekološki in lokalnega izvora?**

Za takšen jogurt bi dala največ 1 evro ali 1,5 saj več na žalost ne bi zmogli finančno.

**10. Kje bi kupovali takšen jogurt oziroma kje največkrat kupujete jogurt in zakaj?**

Kupovala bi ga ali na tržnici ali v specializiranih trgovinah, saj je v takšnih trgovinah in tržnicah bolj domače vzdušje in bolj primerno za takšen jogurt.

### **Ekološki otroški jogurt Loških mlekarov**

Loške mlekarne iz Škofje Loke obratujejo že več kot 113 let ter je najstarejša še delujoča mlekarstvo v Sloveniji. V mlekarstvu že imajo ekološki jogurt v treh okusih: navaden, jagodni ter z gozdnimi sadeži. Sedaj razmišljajo o uvedbi posebnega jogurta, namenjen otrokom in tudi njihovim staršem. Izdelek ni le jogurt, je veliko več. Ima polnost okusa skute z lahkotnostjo jogurta. Jogurt bi imel certifikat, da je ekološki ter v celoti lokalnega izvora. Ker je pri otroških jogurtih problem v količini sladkorja, bi v tem jogurtu bilo naravno sladilo le domači okoliški med, kar bi pripomoglo k nizki vsebnosti sladkorja. Jogurt bi bil brez umetnih barvil in konzervansov, mogoča je tudi uvedba dodatkov, ki so lokalni in tradicionalno slovenski. Maščoba bi bila kljub domačemu mleku v mejah zdravega. Embalaža bi bila prilagojena dnevnim potrebam vašega otroka, v lončku velikosti 125 g in 200 g.

Zanima nas vaše dragoceno mnenje o bodočem novem izdelku in vam bomo izredno hvaležni za vaše odgovore.

- **Koliko članov ima vaše gospodinjstvo?**  
4
- **Koliko otrok imate?**  
2
- **Ali ima vsaj en vaš otrok 12 let ali manj?**  
Da.
- **Ste v zadnjem mesecu kupili otroški jogurt?**  
Ne.
- **Ali vaš otrok jé jogurt? Kakšen jogurte ponavadi jé in zakaj?**  
Da jé, in sicer sadne ali pa z dodatki, kot so koščki sadja ali čokoladne kroglice. Ker imata takšne okuse najraje.

**1. Kaj menite o novem okusu, ki je sestavljen iz jogurta in skute? Se vam zdi primeren za otroke?**

Zelo zanimiva mešanica, saj še takšnega jogurta nismo zasledili. Je pa zelo primerna, saj je skuta zdrava, saj vsebuje sestavine, ki so dobre za otrokov razvoj.

**2. Kaj menite o dodatkih v jogurtu? Kje bi želeli, da se nahajajo dodatki (na vrhu, na dnu lončka ali da so že pomešani skupaj z jogurtom)? Prosimo pojasnite.**

Jogurt z dodatki je najboljši, saj so zelo okusni, za kar so "krivi" dodatki. Najraje jih imamo na vrhu, saj radi mešamo jogurte z njimi ali pa jih sploh ne zmešamo in jemo kar po vrsti.

**3. Ponujamo vam kombinacije okusov. Prosimo komentirajte pri vsakem okusu, če se vam zdi ustrezen in okusen za vašega otroka:**

**a) Navaden: jogurt s skuto**

Menim, da bi bil okusen in primeren, saj je skuta zdrava. Lahko bi ga tudi uporabili na drugačen način ali pa bi sami dodali dodatke, katere bi želeli.

**b) Prosenka kaša in suha jabolka**

Prosenka kaša je primerna, saj je zdrava in tudi mislimo, da pri nas ni veliko otrok alergično nanjo kot na ostala žita. Suha jabolka bi morala biti v manjši količini, saj moja otroka nista tolikšna ljubitelja jabolka.

**c) Orehi z medom**

Med je že sam po sebi zelo zdrav in naraven, v kombinaciji z orehi se mi pa zdi da je odličen in takšen jogurt bi moja dva otroka jedla.

**4. Imate vi kakšen predlog okusa, ki bi odražal slovensko mlekarstvo in zadostil otrokom ter staršem?**



Predlagala bi hruške.

**5. Kolikšna bi bila po vašem mnenju dopustnost mlečne maščobe jogurta s skuto?**

Najbolj primerna bi bila 1,3 ali 1,5 %.

**6. Kakšna embalaža se vam zdi najbolj primerna za otroke na splošno in glede na ta izdelek (lonček, tetrapak, plastenka ali drugače)? Prosimo pojasnite zakaj.**

Lonček, saj je najlažji za uporabo, otroci vidijo kakšen je jogurt in lahko ga jedo z žlico.

**7. Se vam zdi naša predlagana velikost embalaže ustrezna ali ne?**

Da zdi se mi primerna, saj otroci ne pojedjo toliko kot odrasli.

**8. Se vam zdi med primerno sladilo za jogurt? Bi vaš otrok jedel takšen jogurt?**

Zelo primeren, saj je naraven, lahko se ga dobi vsepovsod, in moji otroci bi z velikim veseljem jedli takšen jogurt.

**9. Kakšna cena bi za vas bila primerna za jogurt, ki je ekološki in lokalnega izvora?**

Za takšen jogurt bi dala največ 1 evro saj več na žalost ne bi zmogli finančno.

**10. Kje bi kupovali takšen jogurt oziroma kje največkrat kupujete jogurt in zakaj?**

Kupovala bi ga na tržnici, saj bi vedela, da je res lokalni, ekološki in domač.

### **Ekološki otroški jogurt Loških mlekarn**

Loške mlekarnice iz Škofje Loke obratujejo že več kot 113 let ter je najstarejša še delujoča mlekarna v Sloveniji. V mlekarni že imajo ekološki jogurt v treh okusih: navaden, jagodni ter z gozdnimi sadeži. Sedaj razmišljajo o uvedbi posebnega jogurta, namenjen otrokom in tudi njihovim staršem. Izdelek ni le jogurt, je veliko več. Ima polnost okusa skute z lahkotnostjo jogurta. Jogurt bi imel certifikat, da je ekološki ter v celoti lokalnega izvora. Ker je pri otroških jogurtih problem v količini sladkorja, bi v tem jogurtu bilo naravno sladilo le domači okoliški med, kar bi pripomoglo k nizki vsebnosti sladkorja. Jogurt bi bil brez umetnih barvil in konzervansov, mogoča je tudi uvedba dodatkov, ki so lokalni in tradicionalno slovenski. Maščoba bi bila kljub domačemu mleku v mejah zdravega. Embalaža bi bila prilagojena dnevnim potrebam vašega otroka, v lončku velikosti 125 g in 200 g.

Zanima nas vaše dragoceno mnenje o bodočem novem izdelku in vam bomo izredno hvaležni za vaše odgovore.

- **Koliko članov ima vaše gospodinjstvo?**

5

- **Koliko otrok imate?**

3

- **Ali ima vsaj en vaš otrok 12 let ali manj?**  
2
- **Ste v zadnjem mesecu kupili otroški jogurt?**  
ne
- **Ali vaš otrok jé jogurt? Kakšen jogurte ponavadi jé in zakaj?**  
Jogurt, ki ga naredim sama iz svežega ekološkega kozjega mleka, ki mu sproti dodam sadje ali žitarice, ki jih prej namočim.

**1. Kaj menite o novem okusu, ki je sestavljen iz jogurta in skute? Se vam zdi primeren za otroke?**

Sama ne odobravam preveč krajvega mleka, še posebej ne pasteriziranega in homogeniziranega, ker v telesu naredi več škode kot koristi.

**2. Kaj menite o dodatkih v jogurtu? Kje bi želeli, da se nahajajo dodatki (na vrhu, na dnu lončka ali da so že pomešani skupaj z jogurtom)?**

Sem bolj za to, da si vsak doda svoje dodatke, če so sploh potrebni. Razen samo kakšno sadje ali žitarice.

**3. Ponujamo vam kombinacije okusov. Prosimo komentirajte pri vsakem okusu, če se vam zdi ustrezen in okusen za vašega otroka:**

a) **Navaden: jogurt s skuto**

V redu.

b) **Prosenka kaša in suha jabolka**

Super.

c) **Orehi z medom**

Orehi so alergeni, prav tako med za otroke pod enim letom.

**4. Imate vi kakšen predlog okusa, ki bi odražal slovensko mlekarstvo in zadostil otrokom ter staršem?**

Ja, da bi spremenili zakonodajo in omogočili prodajo nepasteriziranih in nehomogeniziranih izdelkov.

**5. Kolikšna bi bila po vašem mnenju dopustnost mlečne maščobe jogurta s skuto?**

Maščoba v mleko sploh ni problematična, k večjemu je zelo dobra, če ni termično obdelana, saj omogoča vitaminom, ki so topni v maščobah, shranjevanje.

**6. Kakšna embalaža se vam zdi najbolj primerna za otroke na splošno in glede na ta izdelek (lonček, tetrapak, plastenka ali drugače)? Prosimo pojasnite zakaj.**

Steklo, ker je najlepše in deluje najčistejše.

**7. Se vam zdi naša predlagana velikost embalaže ustrezna ali ne? Da.**

**8. Se vam zdi med primerno sladilo za jogurt? Bi vaš otrok jedel takšen jogurt?**

Da.

**9. Kakšna cena bi za vas bila primerna za jogurt, ki je ekološki in lokalnega izvora?**

Sama dam za liter ekološkega svežega kozjega mleka 2,2-2,4 € in iz tega naredim liter jogurta.

**10. Kje bi kupovali takšen jogurt oziroma kje največkrat kupujete jogurt in zakaj?**

Od ekoloških kmetov kupim mleko, če se mi zaželi kaj drugega, pa v kakšni bio trgovini, mogoče 3x na leto.

### **Ekološki otroški jogurt Loških mlekarn**

Loške mlekarnice iz Škofje Loke obratujejo že več kot 113 let ter je najstarejša še delujoča mlekarna v Sloveniji. V mlekarni že imajo ekološki jogurt v treh okusih: navaden, jagodni ter z gozdnimi sadeži. Sedaj razmišljajo o uvedbi posebnega jogurta, namenjen otrokom in tudi njihovim staršem. Izdelek ni le jogurt, je veliko več. Ima polnost okusa skute z lahkotnostjo jogurta. Jogurt bi imel certifikat, da je ekološki ter v celoti lokalnega izvora. Ker je pri otroških jogurtih problem v količini sladkorja, bi v tem jogurtu bilo naravno sladilo le domači okoliški med, kar bi pripomoglo k nizki vsebnosti sladkorja. Jogurt bi bil brez umetnih barvil in konzervansov, mogoča je tudi uvedba dodatkov, ki so lokalni in tradicionalno slovenski. Maščoba bi bila kljub domačemu mleku v mejah zdravega. Embalaža bi bila prilagojena dnevnim potrebam vašega otroka, v lončku velikosti 125 g in 200 g.

Zanima nas vaše dragoceno mnenje o bodočem novem izdelku in vam bomo izredno hvaležni za vaše odgovore.

• **Koliko članov ima vaše gospodinjstvo?**

4

• **Koliko otrok imate?**

2

• **Ali ima vsaj en vaš otrok 12 let ali manj?**

2

• **Ste v zadnjem mesecu kupili otroški jogurt?**

Ne kupujem otroških jogurtov zaradi previsoke vsebnosti sladkorja.

• **Ali vaš otrok já jogurt? Kakšen jogurte ponavadi já in zakaj?**

Oba otroka imata rada navaden jogurt 1,3 % mm ali 3,2 % mm in pa klasično skuto kateri primešam sadje.

**1. Kaj menite o novem okusu, ki je sestavljen iz jogurta in skute? Se vam zdi primeren za otroke?**

Absolutno.

**2. Kaj menite o dodatkih v jogurtu? Kje bi želeli, da se nahajajo dodatki (na vrhu, na dnu**

**lončka ali da so že pomešani skupaj z jogurtom)? Prosimo pojasnite.**

Bolje je, da je dodatek že umešan in je kot del jogurta. Starejši je zelo izbirčen in če vidi kaj posebej zraven je konec.

**3. Ponujamo vam kombinacije okusov. Prosimo komentirajte pri vsakem okusu, če se vam zdi ustrezen in okusen za vašega otroka:**

**a) Navaden: jogurt s skuto**

Ustreza.

**b) Prosenka kaša in suha jabolka**

Ustreza.

**c) Orehi z medom**

Orehi so veliki alergeni, še posebej za otroke od 12 mesecev naprej.

**4. Imate vi kakšen predlog okusa, ki bi odražal slovensko mlekarstvo in zadostil otrokom ter staršem?**

Kislo mleko.

**5. Kolikšna bi bila po vašem mnenju dopustnost mlečne maščobe jogurta s skuto?**

Maščoba ni tak problem danes, kot je sladkor.

**6. Kakšna embalaža se vam zdi najbolj primerna za otroke na splošno in glede na ta izdelek (lonček, tetrapak, plastenka ali drugače)? Prosimo pojasnite zakaj.**

Tetrapak, ker je možno vzeti na pot in otrok lahko jogurt tudi pije.

**7. Se vam zdi naša predlagana velikost embalaže ustrezna ali ne?**

Da.

**8. Se vam zdi med primerno sladilo za jogurt? Bi vaš otrok jedel takšen jogurt? Da.**

**9. Kakšna cena bi za vas bila primerna za jogurt, ki je ekološki in lokalnega izvora?**

Problem bio izdelkov je ponavadi cena, saj je znatno previsoka, ampak če bi res jogurt bil brez

Dodanega sladkorja, bi bila cena 1,50 eur

**10. Kje bi kupovali takšen jogurt oziroma kje največkrat kupujete jogurt in zakaj?**

Trgovina, tržnica.

**Ekološki otroški jogurt Loških mlekarn**

Loške mlekarne iz Škofje Loke obratujejo že več kot 113 let ter je najstarejša še delujoča mlekarna v Sloveniji. V mlekarni že imajo ekološki jogurt v treh okusih: navaden, jagodni ter z gozdnimi sadeži. Sedaj razmišljajo o uvedbi posebnega jogurta, namenjen otrokom in tudi njihovim staršem. Izdelek ni le jogurt, je veliko več. Ima polnost okusa skute z lahkotnostjo jogurta. Jogurt bi imel certifikat, da je ekološki ter v celoti lokalnega izvora. Ker je pri otroških jogurtih problem v količini sladkorja, bi v tem jogurtu bilo naravno sladilo le domači okoliški med, kar bi pripomoglo k nizki vsebnosti sladkorja. Jogurt bi bil brez umetnih barvil in konzervansov, mogoča je tudi uvedba dodatkov, ki so lokalni in tradicionalno slovenski. Maščoba bi bila kljub domačemu mleku v mejah zdravega. Embalaža bi bila prilagojena dnevnim potrebam vašega otroka, v lončku velikosti 125 g in 200 g.

Zanima nas vaše dragoceno mnenje o bodočem novem izdelku in vam bomo izredno hvaležni za vaše odgovore.

- **Koliko članov ima vaše gospodinjstvo?**

4

- **Koliko otrok imate?**

2

- **Ali ima vsaj en vaš otrok 12 let ali manj?**

Da, oba.

- **Ste v zadnjem mesecu kupili otroški jogurt?**

Da.

- **Ali vaš otrok je jogurt? Kakšen jogurte ponavadi je in zakaj?**

Samo starejša hči je jogurt. Mlajši sin je še premajhen. Ponavadi je sadne jogurte, ker ima rada te okuse.

**1. Kaj menite o novem okusu, ki je sestavljen iz jogurta in skute? Se vam zdi primeren za otroke?**

Da, zdi se mi zanimiva kombinacija.

**2. Kaj menite o dodatkih v jogurtu? Kje bi želeli, da se nahajajo dodatki (na vrhu, na dnu lončka ali da so že pomešani skupaj z jogurtom)? Prosimo pojasnite.**

Na vrhu ali dnu lončka, ker se otroci ponavadi radi igrajo z različnimi dodatki in jih mešajo.

**3. Ponujamo vam kombinacije okusov. Prosimo komentirajte pri vsakem okusu, če se vam zdi ustrezen in okusen za vašega otroka:**

**a) Navaden: jogurt s skuto**

Moja hči ima rajši sadne okuse. Ta ji ne bi bil všeč.

**b) Prosenka kaša in suha jabolka**

Mislím, da ji ta tudi ne bi bil všeč, ker ne mara prosene kaše in suhega sadja. Ne vem, bi mogla probati.

**c) Orehi z medom**

Ta bi ji bil všeč, ker ima rada med.

**4. Imate vi kakšen predlog okusa, ki bi odražal slovensko mlekarno in zadostil otrokom ter staršem?**

Predlagam, da namesto suhega sadja uporabite sveže sadje.

**5. Kolikšna bi bila po vašem mnenju dopustnost mlečne maščobe jogurta s skuto?**

3,6 % mlečne maščobe. Tudi več, ker maščoba ni nezdrava. Nezdravi so ogljikovi hidrati in sladkorji.

**6. Kakšna embalaža se vam zdi najbolj primerna za otroke na splošno in glede na ta izdelek (lonček, tetrapak, plastenka ali drugače)? Prosimo pojasnite zakaj.**

Lonček, ker iz tega otroci najlažje jedo. Mislím pa, da mora biti embalaža poslikana z otroškimi motivi.

**7. Se vam zdi naša predlagana velikost embalaže ustrezna ali ne?**

150 ml se mi zdi v redu, ker otroci ponavadi ne pojedó veliko.

**8. Se vam zdi med primerno sladilo za jogurt? Bi vaš otrok jedel takšen jogurt?**

Ja, pa še bolj zdrav je.

**9. Kakšna cena bi za vas bila primerna za jogurt, ki je ekološki in lokalnega izvora?**

0,8 €.

**10. Kje bi kupovali takšen jogurt oziroma kje največkrat kupujete jogurt in zakaj?**

V bližnji trgovini, kjer tudi zdaj nakupujem. Ker vse nakupe rada opravih hkrati.

**Ekološki otroški jogurt Loških mlekarn**

Loške mlekarné iz Škofje Loke obratujejo že več kot 113 let ter je najstarejša še delujoča mlekarna v Sloveniji. V mlekarni že imajo ekološki jogurt v treh okusih: navaden, jagodni ter z gozdnimi sadeži. Sedaj razmišljajo o uvedbi posebnega jogurta, namenjen otrokom in tudi njihovim staršem. Izdelek ni le jogurt, je veliko več. Ima polnost okusa skute z lahkotnostjo jogurta. Jogurt bi imel certifikat, da je ekološki ter v celoti lokalnega izvora. Ker je pri otroških jogurtih problem v količini sladkorja, bi v tem jogurtu bilo naravno sladilo le domači okoliški med, kar bi pripomoglo k nizki vsebnosti sladkorja. Jogurt bi bil brez umetnih barvil in konzervansov, mogoča je tudi uvedba dodatkov, ki so lokalni in tradicionalno slovenski.

Maščoba bi bila kljub domačemu mleku v mejah zdravega. Embalaža bi bila prilagojena dnevnim potrebam vašega otroka, v lončku velikosti 125 g in 200 g.

Zanima nas vaše dragoceno mnenje o bodočem novem izdelku in vam bomo izredno hvaležni za vaše odgovore.

- **Koliko članov ima vaše gospodinjstvo?**  
3
- **Koliko otrok imate?**  
1
- **Ali ima vsaj en vaš otrok 12 let ali manj?**  
Da
- **Ste v zadnjem mesecu kupili otroški jogurt?**  
Da
- **Ali vaš otrok je jogurt? Kakšen jogurte ponavadi je in zakaj?**  
Da, je. Navadne in sadne. Ker je to priročen obrok za malico.

**1. Kaj menite o novem okusu, ki je sestavljen iz jogurta in skute? Se vam zdi primeren za otroke?**

Da, menim da je bolj hranljiv in poteši lakoto za dalj časa.

**2. Kaj menite o dodatkih v jogurtu? Kje bi želeli, da se nahajajo dodatki (na vrhu, na dnu lončka ali da so že pomešani skupaj z jogurtom)? Prosimo pojasnite.**

Na dnu, zato ker je bolj priročno za otroka, ko je jogurt. Če bi bilo na vrhu bi lahko raztresel.

**3. Ponujamo vam kombinacije okusov. Prosimo komentirajte pri vsakem okusu, če se vam zdi ustrezen in okusen za vašega otroka:**

**a) Navaden: jogurt s skuto**

Lahko, vendar bi še sama dodala sadje.

**b) Prosenka kaša in suha jabolka**

Prosenka kaša se mi ne zdi dobra ideja, morda kaj drugega v tem stilu. Kakšna druga žita ali oreščki.

**c) Orehi z medom**

Občasno bi mu kupila ta jogurt, vendar imamo raje navadne različice, kjer sami dodajamo okuse.

**4. Imate vi kakšen predlog okusa, ki bi odražal slovensko mlekarstvo in zadostil otrokom ter staršem?**

Morda dodatek ovsenih piškotov in domačega slovenskega sadja.

**5. Kolikšna bi bila po vašem mnenju dopustnost mlečne maščobe jogurta s skuto?**  
Lahko je polno masten; torej 3,6 %, saj tako ohrani svojo sestavo in okus.

**6. Kakšna embalaža se vam zdi najbolj primerna za otroke na splošno in glede na ta izdelek (lonček, tetrapak, plastenka ali drugače)? Prosimo pojasnite zakaj.**

Lonček se mi zdi dobra izbira, zato ker je prave velikosti in priročen.

**7. Se vam zdi naša predlagana velikost embalaže ustrezna ali ne?**

Da.

**8. Se vam zdi med primerno sladilo za jogurt? Bi vaš otrok jedel takšen jogurt?**

Da, bi saj ima zelo rad med.

**9. Kakšna cena bi za vas bila primerna za jogurt, ki je ekološki in lokalnega izvora?**

0,68 € se mi zdi zmerna cena, vendar bi bila pripravljena plačati tudi do 1€.

**10. Kje bi kupovali takšen jogurt oziroma kje največkrat kupujete jogurt in zakaj?**

V najbližji trgovini, ki je manjši supermarket. Tam kupujem, ker je najbližje.

### **Ekološki otroški jogurt Loških mlekarn**

Loške mlekarne iz Škofje Loke obratujejo že več kot 113 let ter je najstarejša še delujoča mlekarna v Sloveniji. V mlekarni že imajo ekološki jogurt v treh okusih: navaden, jagodni ter z gozdnimi sadeži. Sedaj razmišljajo o uvedbi posebnega jogurta, namenjen otrokom in tudi njihovim staršem. Izdelek ni le jogurt, je veliko več. Ima polnost okusa skute z lahkotnostjo jogurta. Jogurt bi imel certifikat, da je ekološki ter v celoti lokalnega izvora. Ker je pri otroških jogurtih problem v količini sladkorja, bi v tem jogurtu bilo naravno sladilo le domači okoliški med, kar bi pripomoglo k nizki vsebnosti sladkorja. Jogurt bi bil brez umetnih barvil in konzervansov, mogoča je tudi uvedba dodatkov, ki so lokalni in tradicionalno slovenski. Maščoba bi bila kljub domačemu mleku v mejah zdravega. Embalaža bi bila prilagojena dnevnim potrebam vašega otroka, v lončku velikosti 125 g in 200 g.

Zanima nas vaše dragoceno mnenje o bodočem novem izdelku in vam bomo izredno hvaležni za vaše odgovore.

- **Koliko članov ima vaše gospodinjstvo?**

3

- **Koliko otrok imate?**

1



- **Ali ima vsaj en vaš otrok 12 let ali manj?**  
Da
- **Ste v zadnjem mesecu kupili otroški jogurt?**  
Ne
- **Ali vaš otrok jé jogurt? Kakšen jogurte ponavadi jé in zakaj?**  
Jé navaden jogurt, saj tistih z dodatki ne mara.

**1. Kaj menite o novem okusu, ki je sestavljen iz jogurta in skute? Se vam zdi primeren za otroke?**

Vsekakor primeren, tako z vidika sestavin (jogurt in skute), kot z vidika zdravja.

**2. Kaj menite o dodatkih v jogurtu? Kje bi želeli, da se nahajajo dodatki (na vrhu, na dnu lončka ali da so že pomešani skupaj z jogurtom)? Prosimo pojasnite.**

Osebno mi je najbolj všeč, če so dodatki v posebnem »prostorčku« poleg lončka, da si lahko vsak sam zmeša v količini, ki mu ustreza, v kolikor seveda mu.

**3. Ponujamo vam kombinacije okusov. Prosimo komentirajte pri vsakem okusu, če se vam zdi ustrezen in okusen za vašega otroka:**

**a) Navaden: jogurt s skuto**

Ta okus bi z gotovostjo jedla najraje.

**b) Prosenka kaša in suha jabolka**

Zanimiv predlog, ki se mi zdi inovativen in ustrezen za prehrano otrok. Zelo verjetno bi ga jedla, ker tudi sicer uživa omenjene sestavine.

**c) Orehi z medom**

Prav tako ustrezen predlog, a menim, da ga najina hči ne bi jedla zaradi različnih struktur.

**4. Imate vi kakšen predlog okusa, ki bi odražal slovensko mlekarstvo in zadostil otrokom ter staršem?**

Če izviram iz tega, kaj ima rada, bi predlagala, da so na dnu lončka dušena jabolka s cimetom, potem jogurt, na vrhu pa tanka plast medu.

**5. Kolikšna bi bila po vašem mnenju dopustnost mlečne maščobe jogurta s skuto?**

Menim, da se morajo mlečni izdelki uživati v polni vrednosti.

**6. Kakšna embalaža se vam zdi najbolj primerna za otroke na splošno in glede na ta izdelek (lonček, tetrapak, plastenka ali drugače)? Prosimo pojasnite zakaj.**

Odvisno od strukture. Za omenjeni izdelek se mi zdi najbolj primeren lonček (klasičen), za kakšen napitek pa recimo mala plastenka, kjer se lahko pokrovček odvijne in privije nazaj (morda to ni slaba ideja tudi za jogurt?).

**7. Se vam zdi naša predlagana velikost embalaže ustrezna ali ne?**

Da.

**8. Se vam zdi med primerno sladilo za jogurt? Bi vaš otrok jedel takšen jogurt?**

Ustrezen, vsekakor bolje, kot ostali sladkorji. Sicer pa menim, da so sladila nepotrebna, v kolikor jogurt vsebuje dodatek sadja.

**9. Kakšna cena bi za vas bila primerna za jogurt, ki je ekološki in lokalnega izvora?**

O ceni težko govorim, saj ne poznam stroškov, ki jih zahteva pridelava takšnega jogurta. Sem pa za kakovosten prehrabni izdelek pripravljena odšteti tudi malenkost več.

**10. Kje bi kupovali takšen jogurt oziroma kje največkrat kupujete jogurt in zakaj?**

Zaradi lokacije bivanja kupujem jogurt v večji trgovski verigi, ker drugače ni mogoče.

### **Ekološki otroški jogurt Loških mlekarn**

Loške mlekarnne iz Škofje Loke obratujejo že več kot 113 let ter je najstarejša še delujoča mlekarna v Sloveniji. V mlekarni že imajo ekološki jogurt v treh okusih: navaden, jagodni ter z gozdnimi sadeži. Sedaj razmišljajo o uvedbi posebnega jogurta, namenjen otrokom in tudi njihovim staršem. Izdelek ni le jogurt, je veliko več. Ima polnost okusa skute z lahkotnostjo jogurta. Jogurt bi imel certifikat, da je ekološki ter v celoti lokalnega izvora. Ker je pri otroških jogurtih problem v količini sladkorja, bi v tem jogurtu bilo naravno sladilo le domači okoliški med, kar bi pripomoglo k nizki vsebnosti sladkorja. Jogurt bi bil brez umetnih barvil in konzervansov, mogoča je tudi uvedba dodatkov, ki so lokalni in tradicionalno slovenski. Maščoba bi bila kljub domačemu mleku v mejah zdravega. Embalaža bi bila prilagojena dnevnim potrebam vašega otroka, v lončku velikosti 125 g in 200 g.

Zanima nas vaše dragoceno mnenje o bodočem novem izdelku in vam bomo izredno hvaležni za vaše odgovore.

- **Koliko članov ima vaše gospodinjstvo?**

5

- **Koliko otrok imate?**

3

- **Ali ima vsaj en vaš otrok 12 let ali manj?**

Ja

- **Ste v zadnjem mesecu kupili otroški jogurt?**

Ne

- **Ali vaš otrok jé jogurt? Kakšen jogurte ponavadi jé in zakaj?**

Navadne ali grške, ki jim dodamo med, orehe, sadje

**1. Kaj menite o novem okusu, ki je sestavljen iz jogurta in skute? Se vam zdi primeren za otroke?**

Ja.

**2. Kaj menite o dodatkih v jogurtu? Kje bi želeli, da se nahajajo dodatki (na vrhu, na dnu lončka ali da so že pomešani skupaj z jogurtom)? Prosimo pojasnite.**

V posebnem lončku, da se jih lahko doda po okusu.

**3. Ponujamo vam kombinacije okusov. Prosimo komentirajte pri vsakem okusu, če se vam zdi ustrezen in okusen za vašega otroka:**

**a) Navaden: jogurt s skuto**

Ustrezen.

**b) Prosenka kaša in suha jabolka**

Dvomim.

**c) Orehi z medom**

Ustrezen.

**4. Imate vi kakšen predlog okusa, ki bi odražal slovensko mlekarstvo in zadostil otrokom ter staršem?**

Jabolčna čežana.

**5. Kolikšna bi bila po vašem mnenju dopustnost mlečne maščobe jogurta s skuto?**

Ne vem, kupujem polnomastne izdelke.

**6. Kakšna embalaža se vam zdi najbolj primerna za otroke na splošno in glede na ta izdelek (lonček, tetrapak, plastenka ali drugače)? Prosimo pojasnite zakaj.**

Nizek lonček, da ne zvrnejo, ko zajemajo z žlico.

**7. Se vam zdi naša predlagana velikost embalaže ustrezna ali ne?**

Da, 200 g je fino za dojenčke, ker je to cel obrok. Za malico ali posladek bi bilo dovolj 100 g.

**8. Se vam zdi med primerno sladilo za jogurt? Bi vaš otrok jedel takšen jogurt?**

Med je super, razen za dojenčke, saj ga v prvem letu pediatri odsvetujejo. Tu bi bile boljše borovnice ali marelice.

**9. Kakšna cena bi za vas bila primerna za jogurt, ki je ekološki in lokalnega izvora?**

1 - 1,5 €.

**10. Kje bi kupovali takšen jogurt oziroma kje največkrat kupujete jogurt in zakaj?**

V večjih trgovinah, žal nimam časa za nakupe v specializiranih trgovinah.

**Ekološki otroški jogurt Loških mlekarn**

Loške mlekarnice iz Škofje Loke obratujejo že več kot 113 let ter je najstarejša še delujoča mlekarna v Sloveniji. V mlekarni že imajo ekološki jogurt v treh okusih: navaden, jagodni ter z gozdnimi sadeži. Sedaj razmišljajo o uvedbi posebnega jogurta, namenjen otrokom in tudi njihovim staršem. Izdelek ni le jogurt, je veliko več. Ima polnost okusa skute z lahkotnostjo jogurta. Jogurt bi imel certifikat, da je ekološki ter v celoti lokalnega izvora. Ker je pri otroških jogurtih problem v količini sladkorja, bi v tem jogurtu bilo naravno sladilo le domači okoliški med, kar bi pripomoglo k nizki vsebnosti sladkorja. Jogurt bi bil brez umetnih barvil in konzervansov, mogoča je tudi uvedba dodatkov, ki so lokalni in tradicionalno slovenski. Maščoba bi bila kljub domačemu mleku v mejah zdravega. Embalaža bi bila prilagojena dnevnim potrebam vašega otroka, v lončku velikosti 125 g in 200 g.

Zanima nas vaše dragoceno mnenje o bodočem novem izdelku in vam bomo izredno hvaležni za vaše odgovore.

- **Koliko članov ima vaše gospodinjstvo?**  
3
- **Koliko otrok imate?**  
1
- **Ali ima vsaj en vaš otrok 12 let ali manj?**  
Da.
- **Ste v zadnjem mesecu kupili otroški jogurt?**  
Ne.
- **Ali vaš otrok je jogurt? Kakšen jogurte ponavadi je in zakaj?**  
Otrok je predvsem navaden, polnomasten jogurt, sadje ali ostale stvari dodajamo sami, predvsem, ker sadni jogurti vsebujejo preveč sladkorja.

**1. Kaj menite o novem okusu, ki je sestavljen iz jogurta in skute? Se vam zdi primeren za otroke?**

Da, navaden jogurt in skuta se mi zdita primerni okus za otroke.

**2. Kaj menite o dodatkih v jogurtu? Kje bi želeli, da se nahajajo dodatki (na vrhu, na dnu lončka ali da so že pomešani skupaj z jogurtom)? Prosimo pojasnite.**

Najraje vidim, da so pomešani v jogurt.

**3. Ponujamo vam kombinacije okusov. Prosimo komentirajte pri vsakem okusu, če se vam zdi ustrezen in okusen za vašega otroka:**

a) **Navaden: jogurt s skuto**

Da.

b) **Prosenka kaša in suha jabolka**

Da.

**c) Orehi z medom**

Da in ne. Predvsem zaradi možne alergije na orehe. Primeren se mi zdi predvsem za otroke, starejše od 3 let.

**4. Imate vi kakšen predlog okusa, ki bi odražal slovensko mlekarstvo in zadostil otrokom ter staršem?**

Kozji ali ovčji jogurt.

**5. Kolikšna bi bila po vašem mnenju dopustnost mlečne maščobe jogurta s skuto?**

Na vsebnost maščobe se ne oziram, pomembnejše se mi zdi koliko sladkorja vsebuje.

**6. Kakšna embalaža se vam zdi najbolj primerna za otroke na splošno in glede na ta izdelek (lonček, tetrapak, plastenka ali drugače)? Prosimo pojasnite zakaj.**

Lonček, saj ga otrok lahko poje z žlico.

**7. Se vam zdi naša predlagana velikost embalaže ustrezna ali ne?**

Da.

**8. Se vam zdi med primerno sladilo za jogurt? Bi vaš otrok jedel takšen jogurt?**

Načeloma ja, je pa odvisno od količine medu v jogurtu. Predvsem je pomembno, da gre za pravi med in ne nadomestek medu.

**9. Kakšna cena bi za vas bila primerna za jogurt, ki je ekološki in lokalnega izvora?**

0,80 €.

**10. Kje bi kupovali takšen jogurt oziroma kje največkrat kupujete jogurt in zakaj?**

Kupujemo ga večinoma v trgovini, ker je najbolj priročno.

**Ekološki otroški jogurt Loških mlekarn**

Loške mlekarne iz Škofje Loke obratujejo že več kot 113 let ter je najstarejša še delujoča mlekarstvo v Sloveniji. V mlekarstvu že imajo ekološki jogurt v treh okusih: navaden, jagodni ter z gozdnimi sadeži. Sedaj razmišljajo o uvedbi posebnega jogurta, namenjen otrokom in tudi njihovim staršem. Izdelek ni le jogurt, je veliko več. Ima polnost okusa skute z lahkotnostjo jogurta. Jogurt bi imel certifikat, da je ekološki ter v celoti lokalnega izvora. Ker je pri otroških jogurtih problem v količini sladkorja, bi v tem jogurtu bilo naravno sladilo le domači okoliški med, kar bi pripomoglo k nizki vsebnosti sladkorja. Jogurt bi bil brez umetnih barvil in konzervansov, mogoča je tudi uvedba dodatkov, ki so lokalni in tradicionalno slovenski. Maščoba bi bila kljub domačemu mleku v mejah zdravega. Embalaža bi bila prilagojena dnevnim potrebam vašega otroka, v lončku velikosti 125 g in 200 g.

Zanima nas vaše dragoceno mnenje o bodočem novem izdelku in vam bomo izredno hvaležni za vaše odgovore.

- **Koliko članov ima vaše gospodinjstvo?**  
4
- **Koliko otrok imate?**  
2
- **Ali ima vsaj en vaš otrok 12 let ali manj?**  
Da.
- **Ste v zadnjem mesecu kupili otroški jogurt?**  
Ne.
- **Ali vaš otrok je jogurt? Kakšen jogurte ponavadi je in zakaj?**  
Da. Ponavadi je navaden jogurt z dodatkom medu, suhega sadja, svežega sadja in oreščkov.

**1. Kaj menite o novem okusu, ki je sestavljen iz jogurta in skute? Se vam zdi primeren za otroke?**

Da, moj otrok ima rad jogurt in skuto.

**2. Kaj menite o dodatkih v jogurtu? Kje bi želeli, da se nahajajo dodatki (na vrhu, na dnu lončka ali da so že pomešani skupaj z jogurtom)? Prosimo pojasnite.**

Pravzaprav mi je vseeno, otroku pa tudi, saj mu sama zmešam kombinacijo.

**3. Ponujamo vam kombinacije okusov. Prosimo komentirajte pri vsakem okusu, če se vam zdi ustrezen in okusen za vašega otroka:**

**a) Navaden: jogurt s skuto**

Ideja se mi zdi izredno dobra. Ponavadi rada sama otroku dodajam sadje, oreščke in med ali agavin sirup. Če bi imela na voljo nevtralen okus, bi lahko veliko stvari notri mešala.

**b) Prosenka kaša in suha jabolka**

Eden od otrok ima rad proseno kašo (deklica), drugi (fant) pa ne. Suha jabolka pa oba rada grizljata. Ideja se mi zdi dobra, ampak mi je navaden okus boljše izbira.

**c) Orehi z medom**

Okusno. Bi tudi ta okus poskusila. Sama ga včasih dajem tudi svojim otrokom in sta zadovoljna.

**4. Imate vi kakšen predlog okusa, ki bi odražal slovensko mlekarstvo in zadostil otrokom ter staršem?**

Predvsem to, da so notri samo zdrave in hranljive sestavine in da ni raznih umetnih arom notri. Premalo cenimo lokalno gojeno sadje in zelenjavo. Najboljše bi bilo, da bi se mlekarne držale take ideje in ne dodajali okusov kot je mango, ker ni gojen v Sloveniji.

**5. Kolikšna bi bila po vašem mnenju dopustnost mlečne maščobe jogurta s skuto?**

Z maščobo v družini nimamo problemov, saj pojemo le omejeno količino izdelka. Nas bolj moti preveč sladkorja. Rekla bi okoli 4,2 %.

**6. Kakšna embalaža se vam zdi najbolj primerna za otroke na splošno in glede na ta izdelek (lonček, tetrapak, plastenka ali drugače)? Prosimo pojasnite zakaj.**

Embalaža naj bo kar lonček. Otrok lahko tako najbolje zajema z žlico in se ne polije, ker ni tekoč jogurt.

**7. Se vam zdi naša predlagana velikost embalaže ustrezna ali ne?**

Da.

**8. Se vam zdi med primerno sladilo za jogurt? Bi vaš otrok jedel takšen jogurt?**

Da. Ga tudi sami ves čas uporabljamo in ga otroka jesta.

**9. Kakšna cena bi za vas bila primerna za jogurt, ki je ekološki in lokalnega izvora?**

Do 1,50 evra bi dala za tak jogurt. Če bi mi bil pa izredno všeč, pa tudi več.

**10. Kje bi kupovali takšen jogurt oziroma kje največkrat kupujete jogurt in zakaj?**

Kupovala bi ga v trgovinah z zdravo prehrano in na tržnicah, ker se mi zdi, da so tam stvari bolj zdrave in sveže.

### **Ekološki otroški jogurt Loških mlekarn**

Loške mlekarnice iz Škofje Loke obratujejo že več kot 113 let ter je najstarejša še delujoča mlekarna v Sloveniji. V mlekarni že imajo ekološki jogurt v treh okusih: navaden, jagodni ter z gozdnimi sadeži. Sedaj razmišljajo o uvedbi posebnega jogurta, namenjen otrokom in tudi njihovim staršem. Izdelek ni le jogurt, je veliko več. Ima polnost okusa skute z lahkotnostjo jogurta. Jogurt bi imel certifikat, da je ekološki ter v celoti lokalnega izvora. Ker je pri otroških jogurtih problem v količini sladkorja, bi v tem jogurtu bilo naravno sladilo le domači okoliški med, kar bi pripomoglo k nizki vsebnosti sladkorja. Jogurt bi bil brez umetnih barvil in konzervansov, mogoča je tudi uvedba dodatkov, ki so lokalni in tradicionalno slovenski. Maščoba bi bila kljub domačemu mleku v mejah zdravega. Embalaža bi bila prilagojena dnevnim potrebam vašega otroka, v lončku velikosti 125 g in 200 g.

Zanima nas vaše dragoceno mnenje o bodočem novem izdelku in vam bomo izredno hvaležni za vaše odgovore.

- **Koliko članov ima vaše gospodinjstvo?**

3

- **Koliko otrok imate?**

1

- **Ali ima vsaj en vaš otrok 12 let ali manj?**

Da.

- **Ste v zadnjem mesecu kupili otroški jogurt?**

Da.

- **Ali vaš otrok je jogurt? Kakšen jogurte ponavadi je in zakaj?**

Da, sadne.

**1. Kaj menite o novem okusu, ki je sestavljen iz jogurta in skute? Se vam zdi primeren za otroke?**

Da.

**2. Kaj menite o dodatkih v jogurtu? Kje bi želeli, da se nahajajo dodatki (na vrhu, na dnu lončka ali da so že pomešani skupaj z jogurtom)? Prosimo pojasnite.**

Na dnu.

**3. Ponujamo vam kombinacije okusov. Prosimo komentirajte pri vsakem okusu, če se vam zdi ustrezen in okusen za vašega otroka:**

a) **Navaden: jogurt s skuto**

Da.

b) **Prosenka kaša in suha jabolka**

Da.

c) **Orehi z medom**

Da.

**3. Imate vi kakšen predlog okusa, ki bi odražal slovensko mlekarstvo in zadostil otrokom ter staršem?**

Ingver, marakuja.

**5. Kolikšna bi bila po vašem mnenju dopustnost mlečne maščobe jogurta s skuto?**

Se ne spoznam na to.

**6. Kakšna embalaža se vam zdi najbolj primerna za otroke na splošno in glede na ta izdelek (lonček, tetrapak, plastenka ali drugače)? Prosimo pojasnite zakaj.**

Lonček ker ga lažje primejo in lahko jedo sami.

**7. Se vam zdi naša predlagana velikost embalaže ustrezna ali ne?**

Da.

**8. Se vam zdi med primerno sladilo za jogurt? Bi vaš otrok jedel takšen jogurt?**

Ne.

**9. Kakšna cena bi za vas bila primerna za jogurt, ki je ekološki in lokalnega izvora?**

1,50 €.



**10. Kje bi kupovali takšen jogurt oziroma kje največkrat kupujete jogurt in zakaj?**  
V supermarketu, kjer vedno opravimo velike nakupe.

### **Ekološki otroški jogurt Loških mlekarn**

Loške mlekarnice iz Škofje Loke obratujejo že več kot 113 let ter je najstarejša še delujoča mlekarna v Sloveniji. V mlekarni že imajo ekološki jogurt v treh okusih: navaden, jagodni ter z gozdnimi sadeži. Sedaj razmišljajo o uvedbi posebnega jogurta, namenjen otrokom in tudi njihovim staršem. Izdelek ni le jogurt, je veliko več. Ima polnost okusa skute z lahkotnostjo jogurta. Jogurt bi imel certifikat, da je ekološki ter v celoti lokalnega izvora. Ker je pri otroških jogurtih problem v količini sladkorja, bi v tem jogurtu bilo naravno sladilo le domači okoliški med, kar bi pripomoglo k nizki vsebnosti sladkorja. Jogurt bi bil brez umetnih barvil in konzervansov, mogoča je tudi uvedba dodatkov, ki so lokalni in tradicionalno slovenski. Maščoba bi bila kljub domačemu mleku v mejah zdravega. Embalaža bi bila prilagojena dnevnim potrebam vašega otroka, v lončku velikosti 125 g in 200 g.

Zanima nas vaše dragoceno mnenje o bodočem novem izdelku in vam bomo izredno hvaležni za vaše odgovore.

- **Koliko članov ima vaše gospodinjstvo?**  
3
- **Koliko otrok imate?**  
1
- **Ali ima vsaj en vaš otrok 12 let ali manj?**  
Da.
- **Ste v zadnjem mesecu kupili otroški jogurt?**  
Ne.
- **Ali vaš otrok já jogurt? Kakšen jogurte ponavadi já in zakaj?**  
Da, sadne.

**1. Kaj menite o novem okusu, ki je sestavljen iz jogurta in skute? Se vam zdi primeren za otroke?**

Zelo. Majhni otroci imajo radi tako jogurt kot skuto.

**2. Kaj menite o dodatkih v jogurtu? Kje bi želeli, da se nahajajo dodatki (na vrhu, na dnu lončka ali da so že pomešani skupaj z jogurtom)?**

Ni pomembno, v vsakem primeru bi jogurt pred zaužitjem jaz premešala, ker ga otrok ne. Ne želim pa, da so dodatki nepomešani, ker mu potem ostanek jogurta ni več dovolj sladek.

**3. Ponujamo vam kombinacije okusov. Prosimo komentirajte pri vsakem okusu, če se vam zdi ustrezen in okusen za vašega otroka:**

a) **Navaden: jogurt s skuto:**

Najmanj ustrezen, saj nima nobenega sladkega dodatka.

**b) Prosenka kaša in suha jabolka:**

Zanimiva kombinacija, ne vem pa, če bi jo otrok jedel.

**c) Orehi z medom:**

Najboljša kombinacija, po moje tudi najbolj okusna. Jedla bi ga tudi sama.

**4. Imate vi kakšen predlog okusa, ki bi odražal slovensko mlekarstvo in zadostil otrokom ter staršem?**

Brez barvil in arome ter dodani veliki koščki sadja.

**5. Kolikšna bi bila po vašem mnenju dopustnost mlečne maščobe jogurta s skuto? 2,5%.**

**6. Kakšna embalaža se vam zdi najbolj primerna za otroke na splošno in glede na ta izdelek (lonček, tetrapak, plastenka ali drugače)? Prosimo pojasnite zakaj.**

Takšen, da ga lahko ješ z žlico. Tetrapak zato odpade. Glasujem za lonček.

**7. Se vam zdi naša predlagana velikost embalaže ustrezna ali ne?**

Da.

**8. Se vam zdi med primerno sladilo za jogurt? Bi vaš otrok jedel takšen jogurt?**

Moj otrok obožuje med.

**9. Kakšna cena bi za vas bila primerna za jogurt, ki je ekološki in lokalnega izvora?**

Ne več kot 1 eur.

**10. Kje bi kupovali takšen jogurt oziroma kje največkrat kupujete jogurt in zakaj?**

V najbližji trgovini, tj. Mercator.

### **Ekološki otroški jogurt Loških mlekarn**

Loške mlekarne iz Škofje Loke obratujejo že več kot 113 let ter je najstarejša še delujoča mlekarstvo v Sloveniji. V mlekarstvu že imajo ekološki jogurt v treh okusih: navaden, jagodni ter z gozdnimi sadeži. Sedaj razmišljajo o uvedbi posebnega jogurta, namenjen otrokom in tudi njihovim staršem. Izdelek ni le jogurt, je veliko več. Ima polnost okusa skute z lahkotnostjo jogurta. Jogurt bi imel certifikat, da je ekološki ter v celoti lokalnega izvora. Ker je pri otroških jogurtih problem v količini sladkorja, bi v tem jogurtu bilo naravno sladilo le domači ekološki med, kar bi pripomoglo k nizki vsebnosti sladkorja. Jogurt bi bil brez umetnih barvil in konzervansov, mogoča je tudi uvedba dodatkov, ki so lokalni in tradicionalno slovenski.

Maščoba bi bila kljub domačemu mleku v mejah zdravega. Embalaža bi bila prilagojena dnevnim potrebam vašega otroka, v lončku velikosti 125 g in 200 g.

Zanima nas vaše dragoceno mnenje o bodočem novem izdelku in vam bomo izredno hvaležni za vaše odgovore.

- **Koliko članov ima vaše gospodinjstvo?**  
4
- **Koliko otrok imate?**  
2
- **Ali ima vsaj en vaš otrok 12 let ali manj?**  
Da.
- **Ste v zadnjem mesecu kupili otroški jogurt?**  
Da.
- **Ali vaš otrok já jogurt? Kakšen jogurte ponavadi já in zakaj?**  
Da. Predvsem sadne.

**1. Kaj menite o novem okusu, ki je sestavljen iz jogurta in skute? Se vam zdi primeren za otroke?**

Absolutno ja.

**2. Kaj menite o dodatkih v jogurtu? Kje bi želeli, da se nahajajo dodatki (na vrhu, na dnu lončka ali da so že pomešani skupaj z jogurtom)? Prosimo pojasnite.**

Se strinjam z dodatki v jogurtu, če so naravni. Da so že skupaj z jogurtom pomešani.

**3. Ponujamo vam kombinacije okusov. Prosimo komentirajte pri vsakem okusu, če se vam zdi ustrezen in okusen za vašega otroka:**

**a) Navaden: jogurt s skuto:**

Da, je ustrezen.

**b) Prosenka kaša in suha jabolka:**

Ja, če pomislim z vidika zdravja potem ja.

**c) Orehi z medom:**

Ne. Pretežek okus za otroke.

**4. Imate vi kakšen predlog okusa, ki bi odražal slovensko mlekarstvo in zadostil otrokom ter staršem?**

Okus hruške, sveže hruške.

**5. Kolikšna bi bila po vašem mnenju dopustnost mlečne maščobe jogurta s skuto?**

3, 5 % mlečne maščobe za otroke.

**6. Kakšna embalaža se vam zdi najbolj primerna za otroke na splošno in glede na ta izdelek (lonček, tetrapak, plastenka ali drugače)? Prosimo pojasnite zakaj.**

Lonček s pokrovčkom. Najbolj praktičen in otroci najlažje jedo iz njega

**7. Se vam zdi naša predlagana velikost embalaže ustrezna ali ne?**

Da.

**8. Se vam zdi med primerno sladilo za jogurt? Bi vaš otrok jedel takšen jogurt?**

Da, bi jedel.

**9. Kakšna cena bi za vas bila primerna za jogurt, ki je ekološki in lokalnega izvora?**

Po 1 evro.

**10. Kje bi kupovali takšen jogurt oziroma kje največkrat kupujete jogurt in zakaj?**

V specializiranih trgovinah, zato, ker imaš občutek, da res kupuješ nekje kvalitetno. V supermarketih pa na oddelkih z zdravo prehrano, ker največkrat tam nakupujem večje količine izdelkov.

### **Ekološki otroški jogurt Loških mlekarn**

Loške mlekarnе iz Škofje Loke obratujejo že več kot 113 let ter je najstarejša še delujoča mlekarna v Sloveniji. V mlekarni že imajo ekološki jogurt v treh okusih: navaden, jagodni ter z gozdnimi sadeži. Sedaj razmišljajo o uvedbi posebnega jogurta, namenjen otrokom in tudi njihovim staršem. Izdelek ni le jogurt, je veliko več. Ima polnost okusa skute z lahkotnostjo jogurta. Jogurt bi imel certifikat, da je ekološki ter v celoti lokalnega izvora. Ker je pri otroških jogurtih problem v količini sladkorja, bi v tem jogurtu bilo naravno sladilo le domači okoliški med, kar bi pripomoglo k nizki vsebnosti sladkorja. Jogurt bi bil brez umetnih barvil in konzervansov, mogoča je tudi uvedba dodatkov, ki so lokalni in tradicionalno slovenski. Maščoba bi bila kljub domačemu mleku v mejah zdravega. Embalaža bi bila prilagojena dnevnim potrebam vašega otroka, v lončku velikosti 125 g in 200 g.

Zanima nas vaše dragoceno mnenje o bodočem novem izdelku in vam bomo izredno hvaležni za vaše odgovore.

- **Koliko članov ima vaše gospodinjstvo?**

3

- **Koliko otrok imate?**

1

- **Ali ima vsaj en vaš otrok 12 let ali manj?**

1

- **Ste v zadnjem mesecu kupili otroški jogurt?**

Da.

- **Ali vaš otrok je jogurt? Kakšen jogurte ponavadi je in zakaj?**

Da. Vse vrste sadnih jogurtov, različnih proizvajalcev. (jagoda, breskev, banana...mešano). Največ grški dukatos (dukat). Jogurt je za malico, zaradi beljakovin, otrok ga ima rad. Je hitro pripravljen obrok.

1. **Kaj menite o novem okusu, ki je sestavljen iz jogurta in skute? Se vam zdi primeren za otroke?**

Da.

2. **Kaj menite o dodatkih v jogurtu? Kje bi želeli, da se nahajajo dodatki (na vrhu, na dnu lončka ali da so že pomešani skupaj z jogurtom)? Prosimo pojasnite.**

Osebno mi je bolj všeč, če so ože zmešani skupaj. Nekateri imajo sadje na dnu, vendar jogurt vseeno premešam. Premešam ga preprosto za to, ker otrok ravno ni ljubitelj sadja. Če premešamo jogurt, ki je navadno sladkega okusa in dodatke, otrok nima problemov.

3. **Ponujamo vam kombinacije okusov. Prosimo komentirajte pri vsakem okusu, če se vam zdi ustrezen in okusen za vašega otroka:**

- a) **Navaden: jogurt s skuto**

Ne.

- b) **Prosenka kaša in suha jabolka**

Da, zanimiva kombinacija .

- c) **Orehi z medom**

Ne poznam otroka, ki bi jedel orehe.

4. **Imate vi kakšen predlog okusa, ki bi odražal slovensko mlekarstvo in zadostil otrokom ter staršem?**

»Sladka« zelenjava,... rdeča pesa, korenček.

5. **Kolikšna bi bila po vašem mnenju dopustnost mlečne maščobe jogurta s skuto?**

Nisem strokovnjak na tem področju in ne upam komentirati.

6. **Kakšna embalaža se vam zdi najbolj primerna za otroke na splošno in glede na ta izdelek (lonček, tetrapak, plastenka ali drugače)? Prosimo pojasnite zakaj.**

Odvisno od gostote jogurta. Če je jogurt redek se mi zdi smiselno tetrapak. V nasprotnem primeru pa lonček. Zdi se mi, da so plitvi lončki bolj primerni, saj se otroku ni treba mučiti, ali bo dosegel tudi po kotičkih.

7. **Se vam zdi naša predlagana velikost embalaže ustrezna ali ne?**

Da. 18 mesečna hčerka poje 200 ml jogurta. Mogoče včasih ostane tudi kaj zame.

8. **Se vam zdi med primerno sladilo za jogurt? Bi vaš otrok jedel takšen jogurt?**

Ne. Kolikor vem je med zelo alergen, zelo sladek in veliko otrok ga ne uživa do enega leta ali še dlje.

**9. Kakšna cena bi za vas bila primerna za jogurt, ki je ekološki in lokalnega izvora?**  
Nimam kaj dosti besede kar se tiče družinskih financ. V Hoferju dobiš »bio« jogurt za 0,80 €. Partnerica bi zanj odštela manj kot 1€, jaz osebno do 1,50 € , če bi bil dejansko »bio«.

**10. Kje bi kupovali takšen jogurt oziroma kje največkrat kupujete jogurt in zakaj?**

V trgovini, kjer kupujem tudi ostalo hrano, saj tako prihranim pri času.

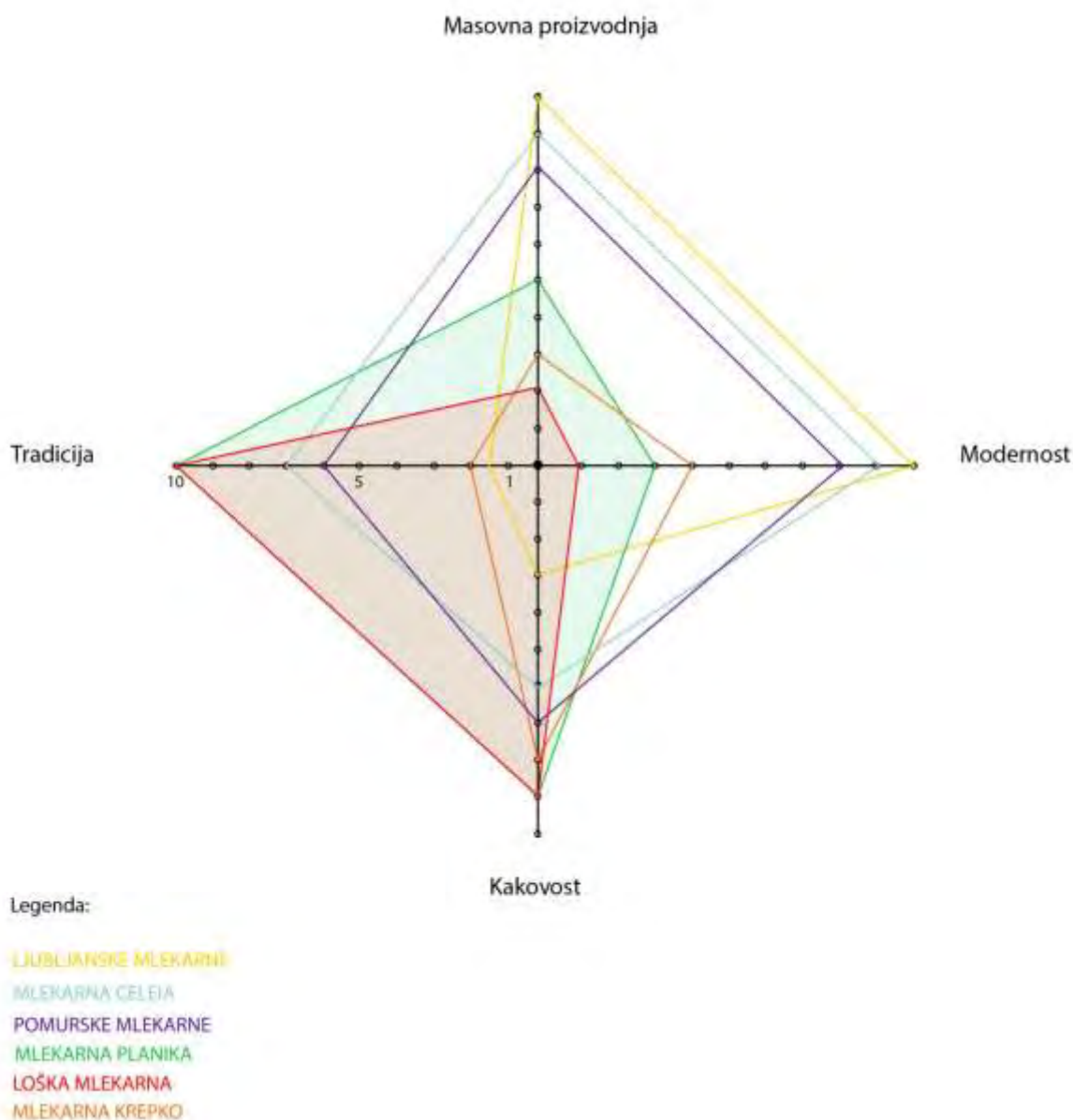
## **Priloga 7: Pregled segmentov in lastnosti znotraj posameznih slovenskih mlekar**

	LJUBLJANSKE MLEKARNE	MLEKARNA CELEIA	POMURSKE MLEKARNE	MLEKARNA PLANIKA	LOŠKA MLEKARNA	MLEKARNA KREPKO
TRADICIJA MLEKARNE		●	●	●	●	
JASNA VIZIJA MLEKARNE	●	●		●		●
JASNO POSLANSTVO	●	●	●	●	●	●
USMERJENOST	●	●	●	●	●	●
SLOGAN	●	●	●	●		●
LOGOTIP (učinkovit da/ne)	●	●	●	●	●	●
PREPOZNAVNOST ZNAKA	●	●	●	●	●	●
SPLETNA STRAN (učinkovita da/ne)	●	●	●	●	●	●
PREPOZNAVNOST IZDELKOV	●	●	●	●	●	●
POJAVNOST V MEDIJIH	●	●	●	●	●	●
SOCIALNI MEDIJI	●	●	●	●	●	●
PREVLADUJOČA BARVA	●	●	●	●	●	●
RDEČA NIT VIZUALNE PODOBE	●	●	●	●	●	●
KVALITETA IZDELKOV	●	●	●	●	●	●
OTROŠKI JOGURT	●	●	●	●	●	●
EKO PROIZVODI	●	●	●	●	●	●
EMBALAŽE						
• lonček	●	●	●	●	●	●
• plastenka	●	●	●	●	●	●
• steklenica	●	●	●	●	●	●
• vrečka	●	●	●	●	●	●
• tetra-pak	●	●	●	●	●	●
• večje količine na "rinfuzo"	●	●	●	●	●	●
MATERIALI						
• plastika	●	●	●	●	●	●
• steklo	●	●	●	●	●	●
• papir	●	●	●	●	●	●
• tetra-pak	●	●	●	●	●	●
• keramika	●	●	●	●	●	●
• les	●	●	●	●	●	●
INFRASTRUKTURA						
• lastne trgovine	●	●	●	●	●	●
• mlekomati	●	●	●	●	●	●
• oskrbovanje šol/vrtcev/hotelov/zdravilišč	●	●	●	●	●	●



## Priloga 8: Primerjava konkurence

Ugotavljamo, da je Loška mlekarna v naštetih štirih izhodiščih najbolj podobna Mlekrarni Planika. Obe mlekarni imata izredno močno tradicijo ter visoko kakovost, vendar manjšo proizvodnjo in manj moderno proizvodnjo ter manj moderno naravnost v smislu komunikacije ipd.



## Priloga 9: Pregled značilnosti Škofje Loke in njene okolice

Območje Škofje Loke in okolice, ki jo pokriva Loška Mlekarna:



## 1. Seznam osnovnih šol in vrtcev / vzgojno-izobraževalnih zavodov<sup>1</sup>

### Škofja Loka:

- Osnovna šola Cvetka Golarja Škofja Loka (Podružnica Reteče);
- Osnovna šola Ivana Groharja Škofja Loka (Podružnica Bukovica, Podružnica Bukovščica, Podružnica Lenart);
- Osnovna šola Jela Janežiča Škofja Loka;
- Osnovna šola Škofja Loka;
- Vrtec Škofja Loka enote: Najdihojca, Biba, Bukovica, Cicibani, Čebelica, Pedenjped, Rožle, Reteče);
- Vrtec Sončni žarek;
- Zasebni vrtec Tinka.

### Gorenja vas - poljane

<sup>1</sup> vri podatkov: <https://krka1.mss.edus.si/registriweb/default.aspx> , uporabljeno dne 30.3.2015

- Osnovna šola Ivana Tavčarja Gorenja vas (Podružnica Lučine, Podružnica Sovodenj);
- Osnovna šola Poljane (Podružnica Javorje);
- Vrtec Zala;
- Vrtec Svodenj;
- Vrtec Lučine;
- Vrtec Agata.

### **Železniki**

- Osnovna šola Železniki (Podružnica Davča, Podružnica Dražgoše, Podružnica Selca, Podružnica Sorica);
- Vrtec Železniki;
- Antonov vrtec.

### **Žiri :**

- Osnovna šola Žiri;
- Vrtec osnovne šole Žiri;
- Vrtec pri Sv. Ani Žiri.

Skupno je na tem območju 19 osnovnih šol, od tega 11 podružničnih šol ter 18 vrtcev. Ker je Loška Mlekarna locirana na tem istem območju, bi bilo vredno razmisliti o možnosti sodelovanja z naštetimi vzgojno-izobraževalnimi ustanovami.

## **2. Seznam ponudnikov hrane <sup>2</sup>**

- Gostilna in picerija Oliva;
- Gostišče Kveder;
- Gostilna Blegoš;
- Gostišče Pri Zalogarju;
- Gostišče Rupar;
- Gostišče Pri županu;
- Gostilna Metka;
- Gostilna Vigred;
- Gostilna Lipan;
- Gostilna Pri Kajbitu;
- Gostilna Pr`Godču;
- Gostilna in pizzerija Pri Ingliču;
- Gostilna, restavracija in vinoteka Kašča;
- Gostilna Pr`Starman;
- Gostilna Pri Danilu;

---

<sup>2</sup> vir: <http://www.skofja-loka.com/domov/kulinarika.aspx>, uporabljeno dne 30.3.2015

- Gostilna Pri Boštjanu;
- Gostilna Na Vidmu;
- Gostilna Pr' Sedmic;
- Gostilna Pri Slavcu;
- Gostilna Crngrob;
- Taverna Petra;
- Gostišče Macesen;
- Restavracija Lušina;
- Okrepčevalnica Malina;
- Gostilna Pr' Birt;
- Kavarna in slaščičarna Homan;
- Pizzerija Lonca;
- Pizzerija Klementina;
- Pizzerija Jesharna-

Na škofjeloškem območju imajo 29 različnih ponudnikov hrane, ki predstavljajo potencialno možnost za sodelovanje.

### 3. Seznam ponudnikov prenočišč

#### Hoteli:

- Pri Lenartu boutique hotel;
- Mini hotel;
- Hotel Garni Paleta.

#### Turistične kmetije:

- Turistična kmetija Grapar;
- Turistična kmetija Pr' Šoštarju;
- Turistična kmetija Pri Marku;
- Turistična kmetija Ljubic;
- Turistična kmetija Podmlačan;
- Turistična kmetija Pr' Ožbet;
- Turistična kmetija Tavčar;
- Turizem na kmetiji Žgajnar;
- Turizem Loka;
- Turistična kmetija Na Puč;
- Turistična kmetija Davčen.

#### Kampi:

- Kemp Rovn

#### Apartmaji:

- Apartma Cvetje v jeseni;
- Apartma Pr' Markc;
- Apartma Pri Boštjanovcu;
- Apartma Nejc;
- Apartma Danica;
- Apartma Bogataj;
- Apartmaji Gornik;
- Apartmaji Zakrašnik;
- Apartmaji Lipa.

#### Planinske kočje in domovi:

- Litostrojska kočja na Soriški planini;
- Brunarica Soriška planina;
- Krekova kočja na Ratitovcu;
- Dom na Goropekah;
- Koča na Blegošu;
- Dom na Lubniku;
- Koča Stari vrh

Novo možnost sodelovanja podobno kot ponudniki hrane, predstavljajo ponudniki prenočišč. Na planinskih kočah, domovi in turističnih kmetijah, se ponuja odprta možnost vpeljevanja izdelkov Loške Mlekarne. Turistom bi preko okušanja lokalnih dobrot sirov, skute, senenega mleka ter drugih proizvodov približali zgodovino ter tradicijo loškega področja. Loške Mlekarne bi s tem širile svojo mrežo partnerjev in dosegle več ljudi- uporabnikov. Ker je Loška mlekarina relativno majhna, je prav da odločno pokriva in zavzema svoj lokalni trg, pri tem pa bo zagotovo pridobila podporo lokalnega prebivalstva in podjetnikov, ki se z znamko poistovetijo.

#### **4. Seznam prireditev, ki potekajo v občini Škofja Loka in njeni okolici<sup>3</sup>**

- Teden obrti in podjetništva na Loškem;
- Teden podeželja na Loškem;
- Andrejev sejem;
- Ekološka tržnica Škofja Loka;
- Tržnica kmetijskih pridelkov in izdelkov;
- Historial Škofja Loka.

Škofja Loka prireja ogromno prireditev ki so odlična priložnost za Loške Mlekarne, da pridobijo neposreden stik s kupci in se z udeležbo na prereditvah tudi promovirajo. Prodaja izdelkov na tržnicah se nam zdi strateškega pomena, saj so stroški takšne prodaje nižji od prodaje v supermarketih, pa tudi neposreden stik s kupci pomaga prodajalcu: izdelek prodajalec priporoči, odgovori na morebitna vprašanja, sprejema komentarje, misli morebitne pripombe in pohvale, ki so lahko vodilo za izboljšave pri nadaljnjem predelovanju. Tako se prodajalec lažje prilagaja. Izdelek na polici v supermarketu je obdan s konkurenti in težko izstopi iz množice, tega problema na stojnici na tržnici ni. V kratkoročnem planu, do 5 let, predlagamo predvsem usmeritev prodaje na tržnicah, lokalnih prireditvah in sejmih, lastne trgovine (mesnine s predeljenim delom za mlečne izdelke, Loški Kotiček). Primarno je oskrbovati ta omenjena področja v primeru viškov izdelkov pa te usmeriti na prodajna mesta v marketih.

#### **5. Seznam tiskanih medijev na lokalnem območju**

- Katalog Okusi Gorenjske;
- Loški Utrip;
- Gorenjski glas.

V katalogu Okusi Gorenjske je sicer zaslediti sliko izdelkov Loške Mlekarne, vendar to ni nikjer jasno zapisano. Omenjene tiskovine, bi lahko uporabili za promocijo mlekarne preko tiskanih oglasov, objavo novosti na področju njihovih mlečnih izdelkov, napovedi dogodkov, kjer se bo mlekarina predstavila itd.

---

<sup>3</sup> vir: <http://www.skofja-loka.com/>, uporabljeno dne 29.3.2015

## 6. Znane osebe<sup>4</sup>

- Anton Ažbe (slikar);
- Ivan Tavčar (slikar, grafik, ilustrator);
- France Mihelič;
- Ivan Grohar (slikar);
- Ive Šubic (slikar, grafik, ilustrator);
- Pater Romuald (avtor Škofjeloškega pasijona: prvo ohranjeno slovensko dramsko besedilo).

Pregled znanih oseb iz škofjeloške regije smo opravili z namenom, da se v tem segmentu mogoče skrivajo detajli iz njihove kulture, ki bi jih lahko interpretirali na sodoben način, jih preuredili in uporabili kot bazo za gradnjo nove vizualne identitete. Prav tako bi lahko uporabili kulturne in naravne znamenitosti področja.

## ŠKOFJELOŠKA KULINARIKA<sup>5</sup>

Škofjeloško področje je bogato s številnimi značilnimi jedmi, ki se že desetletja geografsko opredeljujejo kot "loške". Takšne jedi so: Loška Mešta ( krompirjeva kaša z belo moko in zabeljena s prepraženo čebulo), Loška Medla ali Midla (enolončnica iz **prosene kaše** ali moke, repe, zelja, fižola in ješprenja), orehovi štruklji ( značilno so jih na tem območju zabelili z medom), sladek Terjak iz bezgovih jagod.

Druge značilne Škofjeloške jedi:

- ajdova kaša z zajčjim ragujem;
- Loška smojka;
- dušena košrunovina s koruznimi žganci;
- skutini žličniki z orehi in sirom;
- **orehovi štruklji**, zabeljeni z **medom**;
- **jabolčni** in pehtranovi štruklji;
- mlečni izdelki kmetij loškega podeželja;
- Loški kruhki.

Iz navedenega smo izluščili surovine/sestavine, ki bi jih lahko uporabili kot dodatke k novem ekološkem jogurtu Loških mlekarn. Ker so za mlekarno značilni: tradicija, lokalnost in kakovost, so se nam surovine iz lokalnega okolja, ki se že stoletja uporabljajo v tradicionalni

---

<sup>4</sup> vir: [http://splet-stari.fnm.uni-mb.si/mojaslo/predstavitve/predstavitve/skofja\\_loka/kulznac.htm](http://splet-stari.fnm.uni-mb.si/mojaslo/predstavitve/predstavitve/skofja_loka/kulznac.htm), uporabljeno dne 29.3.2015

<sup>5</sup> vir: [http://www.skofja-loka.com/UserFiles/file/Okusi\\_gorenjske\\_slo.pdf](http://www.skofja-loka.com/UserFiles/file/Okusi_gorenjske_slo.pdf) in [http://splet-stari.fnm.uni-mb.si/mojaslo/predstavitve/predstavitve/skofja\\_loka/kulznac.htm](http://splet-stari.fnm.uni-mb.si/mojaslo/predstavitve/predstavitve/skofja_loka/kulznac.htm), uporabljeno dne 28.3.2015

škofjeloški kulinariki zdela več kot primerna, saj se poistovetijo z glavnimi atributi znamke.  
Izluščili smo: prosena kaša, med, orehi, jabolka.

## **Priloga 10: Raziskovalno analitični del – oblikovalski del**

### **ANALIZA**

Oblikovalska analiza slovenskih mlekarn je potekala preko 4 področij:

- Produkt;
- Storitve;
- Komunikacije;
- Infrastruktura.

### **MLEKARNE V SLOVENIJI**

V preteklosti se je število mlekarn v Sloveniji zmanjševalo. Danes jih imamo šest: Ljubljanske mlekarnе, Mlekarna Celeia, Pomurske mlekarnе, Mlekarna Planika, KGZ Škofja Loka in Mlekarna Krepko - Kele&Kele, d.o.o.. Razlogi za zmanjšanje števila mlekarn so različni, k temu so med drugim prispevale tudi združitve.

### **ANALIZIRANE MLEKARNE**

1. Ljubljanske mlekarnе;
2. Mlekarna Celeia;
3. Pomurske mlekarnе;
4. Mlekarna Planika;
5. KGZ Škofja Loka;
6. Mlekarna Krepko Kele & Kele d.o.o.

### **RAZPOREDITEV MLEKARN PO DRŽAVI:**





## OPISI IN ANALIZE POSAMEZNIH MLEKARN

### 1. LJUBLJANSKE MLEKARNE

**SPLOŠNO:** Ljubljanske mlekarne so bile ustanovljene kot podjetje Glavne združne zveze Slovenije, leta 1956, danes pa so vodilna mlekarna in največji grosist mleka in mlečnih izdelkov v Sloveniji. Ljubljanske mlekarne, med vsemi mlekarnami v Sloveniji, odkupijo največ domačega mleka in pri tem sodelujejo z več kot 2000 slovenskimi kmetijami. S sistemom sledljivosti je mogoče za vsako cisterno mleka natančno ugotoviti, na kateri kmetiji je bilo proizvedeno. V Sloveniji imajo Ljubljanske mlekarne večinski tržni delež.

**VIZIJA:** Vizija Ljubljanskih mlekarn je postati (in tudi ostati) prva ali najmanj druga mlekarna med vsemi mlekarnami v Sloveniji, v Avstriji, na Hrvaškem ter Severni Italiji. V Sloveniji sicer že zasedajo prvo mesto (Ljubljanske mlekarne 2006: 13), cilj pa je to pozicijo obdržati.

**POSLANSTVO:** Z izkušnjami, ustreznim znanjem in inovativnostjo spreminjajo mleko in druge darove narave v okusne in sveže izdelke za zdravje ter užitek za vse generacije in omogočajo vsem potrošnikom, da vsakodnevno ohranjajo stike.<sup>6</sup>

**BLAGOVNE ZNAMKE:** Blagovne znamke Ljubljanskih mlekarn so: Alpsko mleko, Mu, Ego, Maxim premium, Jošt, Sladoledi s tradicijo in Freddo.

**IZDELKI:** Celovit prodajni program izdelkov se razvršča v štiri skupine:

- beli program (jogurti in napitki, sveže in trajno mleko, skute in namazi, smetana);
- siri (poltrdi, trdi in topljeni, mozarella);
- sladoledi (drobni, družinski in gostinski);
- zamrznjeni izdelki (sadje, zelenjava, meso).

#### SLOGANI:

Ljubljanske mlekarne: "Tradicija. Skrb. Zanesljivost."<sup>7</sup>

Alpsko mleko: "Zmagovit okus", »"Vsak dan naredi veliko"<sup>8</sup>

MU: "Nahranite otroka v sebi"<sup>9</sup>

EGO: "Poskrbi zase"<sup>10</sup>

Jošt: "Reci siiiii"<sup>11</sup>

<sup>6</sup> Ljubljanske mlekarne, Temeljne usmeritve, <http://www.l-m.si/sl/o-nas.html#temeljne-usmeritve>, dne 10. 03. 2015

<sup>7</sup> Ljubljanske mlekarne, Priročnik o uporabi celostne grafične podobe, <http://www.l-m.si/docs/izvlecek-cgp.pdf>, dne 10. 03. 2015

<sup>8</sup> Ljubljanske mlekarne, <http://www.l-m.si/sl/alpsko-mleko.html#alpsko-mleko>, dne 10. 03. 2015

<sup>9</sup> Ljubljanske mlekarne, [http://www.l-m.si/sl/mu.html#mu\\_sveze-mleko](http://www.l-m.si/sl/mu.html#mu_sveze-mleko), dne 10. 03. 2015

<sup>10</sup> Ljubljanske mlekarne, [http://www.l-m.si/sl/ego.html#ego-probiotik\\_tekoci](http://www.l-m.si/sl/ego.html#ego-probiotik_tekoci), dne 10. 03. 2015

<sup>11</sup> Ljubljanske mlekarne, <http://www.l-m.si/sl/jost.html#jost-navadni>, dne 10. 03. 2015

Maxim: "Tvoj edinstven užitek"<sup>12</sup>

Sladoledi s tradicijo: "Nostalgija užitka"<sup>13</sup>

Freddo: "Okusne zmrznjene dobrote"<sup>14</sup>

### CELOSTNA GRAFIČNA PODOBA:<sup>15</sup>

Logotip predstavlja skleda z mlekom, ki je stilizirana v različici desno, ki se najpogosteje uporablja.

Uporabljene barve: Največkrat se pojavlja zeleno-bela različica. Večinoma se pojavlja le simbol z imenom Ljubljanske mlekarne, redkeje uporabljajo simbol, ime in slogan. Na spletni strani je dostopen tudi priročnik celostne grafične podobe.

Simbol:



Primarna barva: zelena

- Pantone: Pantone 348
- CMYK: 100C 0M 85Y 24K
- RGB: 0R 116G 53B

Sekundarna barva: siva

- Pantone: Pantone Cool Gray 9
- CMYK: 0C 0M 0Y 51K
- RGB: 140R 140G 140B



<sup>12</sup> Ljubljanske mlekarne, [http://www.l-m.si/sl/maxim.html#maxim-sladoledi\\_banjice](http://www.l-m.si/sl/maxim.html#maxim-sladoledi_banjice), dne 10. 03. 2015

<sup>13</sup> Ljubljanske mlekarne, <http://www.l-m.si/sl/sladoledi.html#planica>, dne 10. 03. 2015

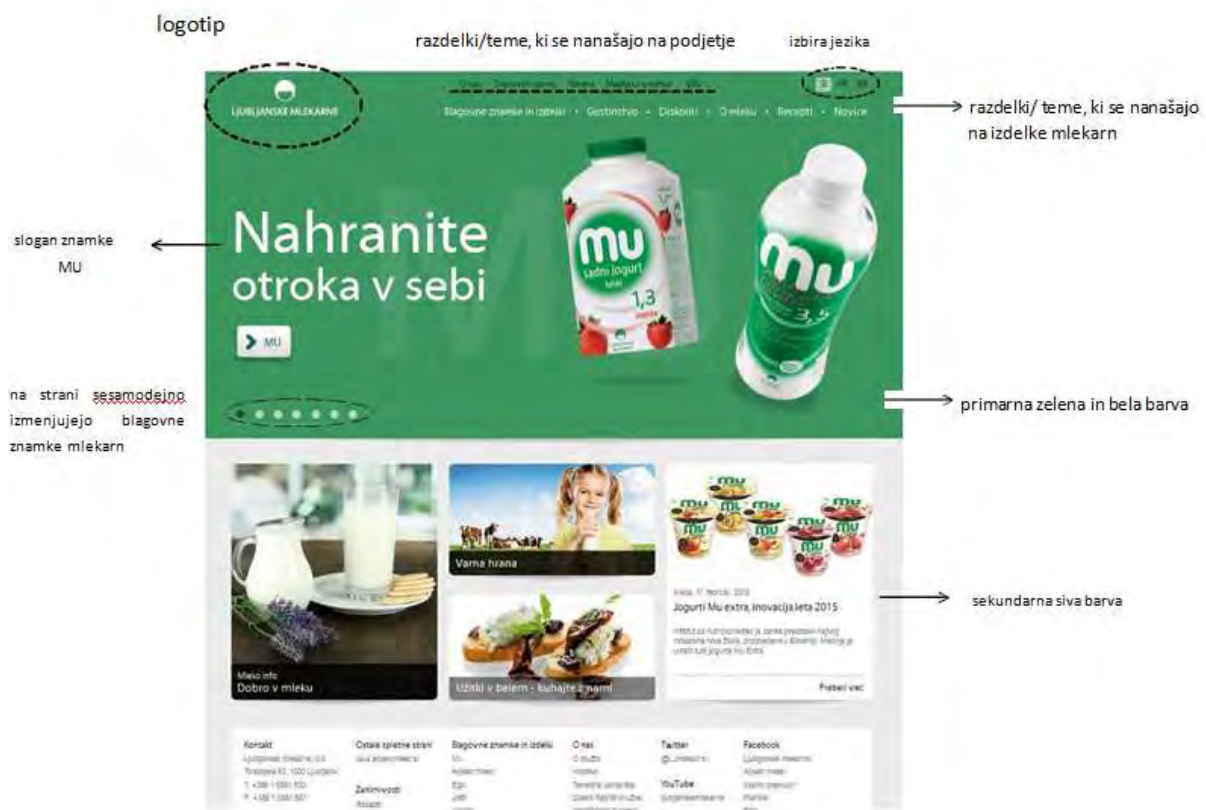
<sup>14</sup> Ljubljanske mlekarne, <http://www.l-m.si/sl/freddo.html#freddo-sadje>, dne 10. 03. 2015

<sup>15</sup> Ljubljanske mlekarne, *Priročnik o uporabi celostne grafične podobe Ljubljanskih mlekarne*, <http://www.l-m.si/docs/izvlecek-cgp.pdf>, dne 10. 03. 2015

**SPLETNA STRAN:** Spletna stran Ljubljanskih mlekarj je pregledna, jasna in čista. Uporabnik se na strani hitro znajde.

Na strani je mogoče najti: podatke o mlekarji, blagovne znamke z opisi in naborom izdelkov, vse o ponudbi mlekarj za gostince, informacije o njihovih diskontnih prodajalnah, splošne informacije o mleku, stan ponuja tudi recepte, novice. Preko spletne strani je mogoč dostop do gradiva za medije (letna poročila, sporočila za javnost, foto-gradivo izdelkov in proizvodnje, priročnik celostne grafične podobe.) Spletna stran ponuja povezave do drugih njihovih strani in portalov: Facebook, Twitter, YouTube kanal, spletnih strani posameznih blagovnih znamk).

Jeziki na spletni strani: Slovenščina, Hrvaščina, Angleščina.



**EMBALAŽE:** Izbranih je nekaj primerov embalaž, ki so analizirane po segmentih: barve, logotip, različice, materiali in podobno. Znotraj posamezne blagovne znamke velja rdeča nit, torej so vsi izdelki oblikovani in pakirani v enako embalažo. Do odstopanj pride pri barvah zaradi različnih odstotkov mlečnih maščob ali pri jogurtih zaradi različnih kombinacij okusov.

Alpsko mleko:



Vsebina: mleko, mleko z dodatki

Material: tetra pak in plastični pokrovček, folija Količina: 1l

Barvne različice: modra 3,5% mlečne maščobe, rdeča 1,6% in zelena 0,5%. Rjava: čokoladno mleko

Različice pakiranj z analizo prednosti in slabosti



+ mleko po odprtju lahko ponovno zapremo in embalaža tesni  
 + embalažo odpremo z roko, nož ni potreben  
 + pri vrtenju pokrovčka se mleko samodejno odpre zaradi strukture v notranjosti pokrovčka

- plastični pokrov bi moral biti nameščen na višjem-zgornjem delu embalaže saj bi se mleko točilo lepše brez špricanja

+ mleko po odprtju lahko ponovno zapremo in embalaža tesni, vendar slabše kot pri različici na levi sliki  
 + embalažo odpremo z roko, nož ni potreben

- ko odpremo plastični pokrov se pod njim skriva folija, ki jo je potrebno odtrgati, problem je, da se velikokrat strga

- Mleka po odprtju ne moremo več zapreti tako da bi embalaža tesnila  
 - embalažo je mogoče odpre-ti le z nožem

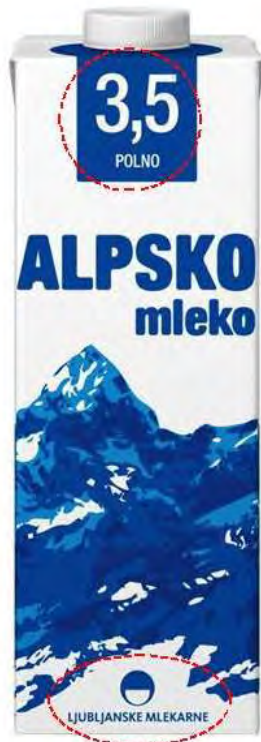


Embalaža mleka z dodatki. Različice so mleko z dodanim kalcijem, Omega 3, vitamini in minerali ter mleko brez laktoze. Vse različice mleka z dodatki imajo 0,1% mlečne maščobe manj od navadnega “rdečega” mleka. Embalaža se od običajnega mleka razlikuje po barvi (zeleno, rdeča, magenta ter modra) Vse štiri različice so oblikovane enako z dovolj diferenciacije, da mleko z dodatkom takoj ločimo od navadnega mleka.

Priložnostno pakiranje: Ob 40 letnici Alpskega mleka, so mlekarne organizirale nagradni natečaj “Mleko je zdravo in dobro”. Zmagovalec natečaja je bil prvošolec Miha.



Analiza grafike osnovne embalaže: Alpe in modra barva so del prepoznavne tradicionalne identitete blagovne znamke Alpsko mleko.



→ Označevanje mleka glede na delež mlečne maščobe. Velika pisava, jasno videno. Pozicija na vrhu omogoča, da je takoj vidno. Dopisana definicija vrednosti: polno. Glede na procent maščobe se spreminja barva.



→ Ime: ALPSKO mleko

→ Grafično prikazane Alpe - Alpsko mleko.

→ Logotip mlekarne

MU: Izdelke MU lahko razvrstimo v različne kategorije: MU, MU Cusine MU Vita MU Extra.

Mleko:



Kislo mleko:



Jogurt:



Splošno o embalažah znamke MU: Vse embalaže imajo podobno grafično podobo, logotip MU, ki izraža jasno pripadnost skupni družini. Logotip ljubljanskih mlekarn je prisoten vendar je sekundarnega pomena, tudi manjši po velikosti. Pakiranja se razlikujejo po količini: mleko 1l, jogurti 1000g/500g/250g/180g.

Primerjava embalaže navadnega jogurta in sadnega jogurta.



Rdeče označeni podatki so enaki, črno označeni se razlikujejo.

Embalaža: plastična z aluminijastim pokrovčkom. Lonček je enake oblike, vendar se pri sadnem jogurtu bolj zoži navzdol.

Pakiranja skute:



Pakiranja se razlikujejo po obliki, okusu in količini. MU navadna pasirana skuta in sadna skuta se razlikujeta v istem pogledu kot navadne in sani jogurt, logika se prenaša iz enega produkta na drugega. Skuta na tretji sliki se razlikuje po obliki lončka: lonček ni okrogle temveč bolj podolgovate oblike, pokrovček ni aluminijast temveč folija. Skuta je podložena s sadjem v spodnjem delu pakiranja, ki je tudi vizualno ločen-del se zoži in ima raster. Pakiranje skute junior je sestavljeno iz 6 ločenih delov, pakiranja so manjša saj so za otroke. Lončki se ločijo po barvah in sicer sovpadajo z barvo sadja, ki je v posameznem razdelku.

Izdelki MU iz različnih kategorij se vsi pojavljajo z MU logotipom, vendar z različnimi pripisi: Cusine, Extra, Vita.



EGO: na voljo različici Ego ter Ego Slim&Vital.



Obe embalaži imata EGO logotip, Slim&Vital pa vsebuje še pripis. Očitna razlika je v embalaži. Izdelki Slim &Vital se pojavljajo izključno v obliki, ki sugerira žensko postavbo kar sporoča tudi ime.





**KOMUNICIRANJE:** Mlekarne klasične oglaševalske pristope vsako leto nadgrajujejo z novimi digitalnimi mediji in neklasičnimi promocijskimi aktivnostmi. Poslužujejo se tudi oglaševanja preko socialnih omrežij in drugih kanalov: Facebook (aktivno upravljanje profilov Alpsko mleko, Maxim, Ego in sladoled Planica, ki imajo skupaj že več kot 93.000 oboževalcev), Twitter (1263 sledilcev), YouTube.



Podjetje za promocijske namene prireja dogodke, nagradne igre, natečaje, projekte, poslužujejo se snemanja zabavnih epizod in podobno. Posebej bi bilo potrebno izpostaviti spletno aplikacijo: Maximove točke užitka, katerega namen je pomoč turistom in drugim pri načrtovanju njihovega izleta po Sloveniji. Aplikacija omogoča pregled nad zanimivimi izletniškimi in gostilniškimi točkami Slovenije, ki hkrati ponujajo tudi izdelke mlekarn.



## 2. MLEKARNA CELEIA

**SPLOŠNO:** Mlekarna Celeia svoje izdelke trži pod krovno blagovno znamko ZELENE DOLINE.

Osnovna dejavnost, ki jo opravlja podjetje Mlekarna Celeia, d.o.o., je:<sup>16</sup>

- Zbiranje, odkup ter predelava konzumnega mleka;
- proizvodnja raznovrstnih fermentiranih izdelkov (sadnih in navadnih jogurtov, desertnih jogurtov, probiotičnih LCA jogurtov, napitkov, kisle in sladke smetane),
- proizvodnja poltrdnih sirov, pasiranih in nepasiranih skut,
- proizvodnja masla, mlečnih namazov, masla ter sirotkinega koncentrata ter
- prodaja različnega trgovskega blaga

**VIZIJA:**<sup>17</sup> Mlekarne Celeia želijo postati najbolj uspešna slovenska mlekarne. Prav tako imajo namen ostati med vodilnimi ponudniki v Sloveniji ter pomemben ponudnik na trgih JV Evrope.

**POSLANSTVO:**<sup>18</sup> Inovativnost in tradicija za kvalitetne sveže izdelke iz naravnega slovenskega mleka za dobro počutje in zdravje je poslanstvo Mlekarne Celeia.

**BLAGOVNE ZNAMKE:** Zelene doline, Linia, LCA, Desert, Oki Doki.

**IZDELKI:** Zelene doline: navadni jogurti, sadni jogurti, namazi, mlad kajmak, siri, skute, mleko, smetane, maslo, kislo mleko. Linia: lahki tekoči jogurt, lahki sadni jogurt, Linia pasirana skuta. LCA: probiotični jogurti, probiotični tekoči jogurti, probiotični jogurt za diabetike. Desert: jogurt, jogurtova smetana, desert. Oki Doki- otroški jogurt.

**SLOGANI:** Zelene doline: "Naprej k tradiciji"<sup>19</sup>

Linia: "Lahkotnost gibanja"<sup>20</sup>

LCA: "Naprej k naravi"<sup>21</sup>

Desert: "Naprej k razvajanju"<sup>22</sup>

**CELOSTNA GRAFIČNA PODOBA:**

---

<sup>16</sup> Mlekarna Celia, [http://www.zelenedoline.si/mlekarna\\_celeia/podjetje/dejavnost](http://www.zelenedoline.si/mlekarna_celeia/podjetje/dejavnost), 10.3.2015

<sup>17</sup> Mlekarna Celia, [http://www.zelenedoline.si/mlekarna\\_celeia/podjetje/vizija\\_in\\_poslanstvo](http://www.zelenedoline.si/mlekarna_celeia/podjetje/vizija_in_poslanstvo), 10.3.2015

<sup>18</sup> *Ibid.*

<sup>19</sup> Mlekarna Celia, Mlekarna Celia, <http://www.zelenedoline.si/>, 10.3.2015

<sup>20</sup> *Ibid.*

<sup>21</sup> *Ibid.*

<sup>22</sup> *Ibid.*

Logotip mlekarne Celeia se ne pojavlja. Mlekarne se predstavljajo le z logotipom "Zelene doline".



Mlekarna Celeia gradi na imenu Zelene doline. Priročnika o celostni grafični podobi ni na spletu.



Koncept logotipa je precej podoben konceptu Ljubljanski mlekarn. Pojavlja je podobna zelena barva in motiv gore kot pri Alpskem mleku.



Logotip sestavlja znak in napis Zelene doline. Navadno se pojavljata skupaj, sam znak ali samo napis ločeno se ne pojavljata na izdelkih.

# SPLETNA STRAN:

logotip      jeziki      iskalnik      [povezava do izdelkov za otroke](#)

**ZELENE DOLINE**      **ZELENE DOLINE**      **LIPIA**      **LCA**      **DESERT**      **BREZ GSO**      imena blagovnih znamk

**DOKAZANO BOLJŠE MLEKO**

**ZELENE DOLINE - Naprej k tradiciji**

na strani se samodejno izmenjuje blagovne znamke mlekar: popolnoma enak pristop kot Ljubljanske mlekarne

**Navadni jogurti**      **Sadni jogurti**      **Lipia**      **Probiotični izdelki**

**Novice**      **Mlečna cesta**      **Oki Doki razgibanija**

**Izberite sir višje kakovosti**

**V življenju je vredno pustiti sledi**

**Zamigaj z Oki Dokijem**

© 2016 Mlekarna Cesta d.o.o.

**Zelesne Doline**

**facebook**

**povezave**

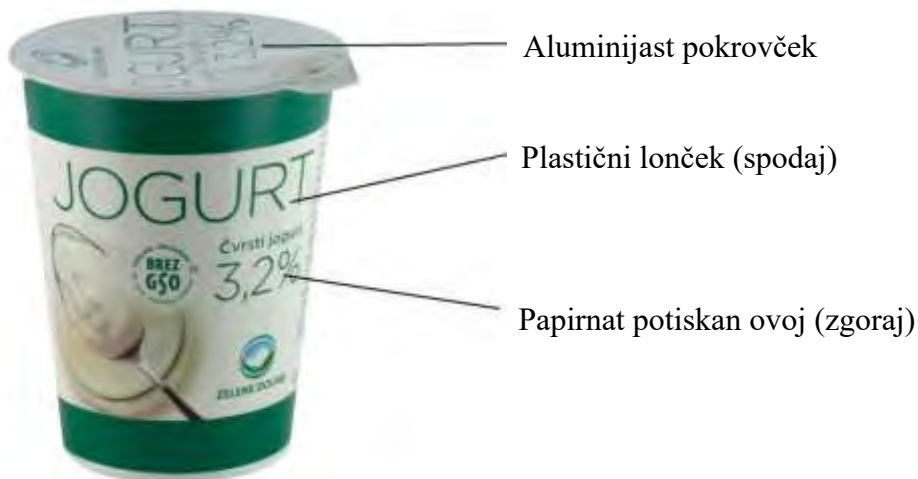
**certifikati**

Ugotovitve na podlagi analize spletne strani: Spletna stran je čista in jasno oblikovana. Do zelenih rezultatov iskanj pridemo z majhnim številom klikov. Razdeli so jasni in jasno narekujejo vsebino. Podobnosti s stranjo Ljubljanskih mlekarn: stran je členjena na izredno podoben način: zgoraj levo logotip desno od tega meni razdeljen po blagovnih znamkah. Nad njim manjši meni namenjen medijem in tistim, ki jih zanima podjetje in njegova zgodovina ter razvoj. Spodaj večja slika, ki se samodejno spreminja. Na dnu strani povezave do drugih sorodnih spletnih strani in družabnih omrežij ter kontakt podjetja. Za razliko od Ljubljanskih mlekarn, spletna stran Mlekarne Celeia ponuja možnost iskanja, ki je tudi jasno označena. Promovira tudi certifikate, ki so jih pridobili njihovi izdelki, ter deli del Facebook omrežja. Spletna stran znamke Oki-Doki, je ločena.

### **EMBALAŽE:**

Jogurti in napitki mlekarne so v okolju prijazni embalaži, ki glede na običajno uporabljeno embalažo predstavlja manjšo obremenitev za okolje, ker:

- imajo lončki, v katere so polnjeni izdelki Zelene Doline, manjšo težo od običajnih lončkov in je zaradi tega uporabljeno do 50 % manj plastike;
- je zaradi manj uporabljene plastike okolje manj obremenjeno;
- je kartonska etiketa, ki je ovita okoli lončka in predstavlja 50 % nosilnosti celotnega lončka, sestavljena iz približno 90 % recikliranega papirja;
- je za okolje papir kot odpadke veliko manj obremenjujoč kot plastika;
- je kartonska etiketa na lonček prilepljena samo na enem mestu, kar omogoča enostavno ločevanje odpadkov.





Embalaža trajnega mleka s 3,5% mlečne maščobe in mleka z 1,5% mlečne maščobe sta si na prvi pogled zelo podobna. Razlika v barvi (zena-modra) ni tako očitna, zato lahko kupce zmede. Ločevanje produktov glede na delež mlečne maščobe je v Ljubljanskih mlekarnah bolj rešena, saj je razlika očitna.



Pri navadnih jogurtih v lončkih je problem razlikovanja med polnomastnim in lahkim jogurtom enak kot pri primeru mleka. Razlikovanje med sadnimi in navadnimi jogurti je zelo jasno.



Sadni jogurt je pakiran v različnih embalažah, glede na to za kakšen namen so uporabne: jemo jogurt doma, vzamemo sabo, ga je potrebno večkrat odpreti in zapreti, mora embalaža tesniti. Ugotovitev: Vsi izdelki znotraj linije Zelene doline imajo jasno rdečo nit, ki se pojavlja povsod, tako je jasna pripadnost družini izdelkov. Slabo so rešene nekatere diferenciacije: označevanje maščobnega deleža.



Jogurti Linia se od izdelkov Zelene doline razlikujejo po grafiki: podoba ženske in logotip Linia. Logotip Zelene doline je prisoten. Izdelki Linia so na voljo v plastični embalaži, ki po obliki spominja na silhueto ženskega telesa in se povezuje z imenom: linija telesa, postava. Ta pogled je popolnoma enak kot pri jogurtih Slim&Vital Ljubljanskih mlekarn. Med jogurtom v lončku in pasirano posneto skuto v lončku ni drastične razlike, razen v pokrovčku in ilustraciji. Linia je oblikovana tako, da se jasno loči od izdelkov Zelene doline, ki so bili predhodno analizirani, vendar hkrati nakazuje jasno pripadnost znamki (logotip Zelene doline, zelena barva, enaka črkovna vrsta...).



Jogurti LCA: lončki se jasno ločijo: navadni, sadni z žiti, zato vsebine ni mogoče pomotoma zamenjati, ko se v naglici odločamo za nakup. Lončki so enakih oblik in velikosti ne glede na okus. Posebnost je manjši lonček, ki ima ločen predel za kosmiče.



LCA probiotični jogurti so pakirani v PET plastenke po 500 g in 250 g. Oblika plastenke je enaka kot pri tekočem jogurtu Linia. Zanimivo je, da se jogurti z okusom ločijo tudi po barvi pokrovčka, kar ni praksa pri Ljubljanskih mlekarnah. Barva sovpada z barvo sadja, zato je razlikovanje med okusi jasno in preprosto.



LCA probiotični jogurt za diabetike jagoda 1,3 %

LCA probiotični jogurt za diabetike je oblikovan nerodno, saj modra barva pri ostalih jogurtih in mleku sporoča nižjo vsebnost mlečnih maščob, v tem primeru pa naj bi poudarjala vsebnost fruktoze in umetnih sladil namesto sladkorja, zaradi česar je primeren tudi za diabetike in ga kot takega tudi oglašujejo.



Izdelki Desert se zaradi vpadljive rdeče barve zelo razlikujejo od izdelkov Zelene doline, Linia ter LCA. Pojavlja se Logotip Zelene doline, prav tako je prisotna tudi enaka črkovna vrsta. Razlikovanje med okusi jogurtov je jasno. Zaradi rdečega ozadja, rdeči sadeži, ki se pojavljajo na lončkih in pokrovcih, ne pridejo do izraza saj med njimi in ozadjem ni kontrasta. Takšnih sadežev je precej: jagoda, višnja, češnja, malina. Pakiranja se razlikujejo glede na obliko, vendar je količina v obeh primerih enaka: 150 g.



Otroški jogurt Oki Doki je na spletni strani Zelene doline sicer predstavljen, vendar je do zavihka izredno dolga pot, nima namreč svojega lastnega razdelka, kar je velika



pomanjkljivost. Na voljo so sadni jogurti in jogurti z dodatki. Namenjeni so otrokom, zato so tudi grafično opremljeni z ilustracijami, s katerimi se otroci poistovetijo.

Oki Doki izraža pripadnost družini z zeleno barvo in logotipom Zelene doline. Njegov prepoznavni znak je napis Oki Doki in ilustrirani karakter mlečne kapljice. Pojavnost temelji na zabavni vsebini, ki otroke motivira k različnim dejavnostim, ki jih v kampanjah posredno narekujejo: zbiranje sličic, telovadba/razgibavanje.

## OBLIKE EMBALAŽE



**KOMUNIKACIJA:** Mlekarna komunicira preko spletne strani, oglaševanja v medijih, preko socialnih omrežij (Facebook, Youtube.), organiziranih dogodkov.

Posebej bi izpostavili primer spletne strani Mlečna cesta v povezavi z mobilno aplikacijo Izvor. Aplikacija omogoča uporabniku, da skenira črtno kodo izdelka Zelene doline, aplikacija pa mu na podlagi tega ponudi več informacij o izdelku in pregled nad izvorom mleka vse do kmetiji, ki so mleko pridelale. Več informacij lahko uporabnik poišče na spletni strani Mlečna cesta. Projekt vodijo s sloganom: “V življenju je vredno pustiti sledi.” Cilj projekta: “Mlekarna Celeia bo v projektu Mlečna cesta v naslednjih letih povezala vse svoje dobavitelje mleka. Gre za več kot tisoč izključno slovenskih kmetij, ki so vključene tudi v sistem sledljivosti Mlekarnice Celeia.” Mlekarna Celeia je prva mlekarna slovenskega izvora, ki ponuja sledljivost mleka v njihovih izdelkih.



Aplikacija je oblikovana jasno in pregledno. Vzdržuje rdečo nit, ki jo mlekarna uporablja na vseh svojih izdelkih in materialu za komuniciranje: barve, logotip.



Grafični prikaz delovanja aplikacije, in vseh deležnikov, ki jih zajema.

**STORITEV:** Ta vrsta komuniciranja (aplikacija) se že pojavlja pri Ljubljanskih mlekarnah vendar z drugačnim namenom. Aplikacija Mlekarnice Celeia uporabniku dejansko razkrije ozadje, od kod je surovina prišla do mlekarnice, kako v predelavo in kako do polic, da jo lahko

sedaj držimo v roki kot jogurt, mleko ali drug izdelek. Danes, ko ljudje vedno bolj cenijo lokalno proizvodnjo, mlekarji ta storitev pomeni zaupanje uporabnikov v njihove izdelke in delovanje.

Znotraj Mlekarnice Celeia deluje tudi Laboratorij Celeia, ki je organiziran kot samostojna enota znotraj službe kontrole, ki jo sestavljata še kontrola kakovosti in sistem kakovosti. Laboratorij ponuja analiziranje surovega mleka, embalaž, analize mlečnih izdelkov...

### 3. POMURSKE MLEKARNE<sup>23</sup>

**SPLOŠNO:** Pomurske mlekarne so danes eden od nosilcev živilsko predelovalne industrije v severovzhodni Sloveniji in eden izmed stebrov slovenske mlekarske industrije. Letno pridelajo okrog 80 milijonov litrov mleka. Pri prireji mleka jih vodi tradicija prehranjevanja živali, z upoštevanjem vseh evropskih standardov o pridelavi, za zdravo ljudsko prehrano, neoporečnega mleka. Proizvodnja Pomurskih mlekarj poteka na dveh lokacijah; v Murski Soboti (v glavnem proizvajajo mleko v prahu, maslo, sterilizirane in fermentirane izdelke ter skute) in Ljutomeru (izključno proizvodnja priznanih Ljutomerskih sirov). 70% celotne proizvodnje namenijo za prodajo doma, 30% pa za prodajo v tujino (Evropa, druga evropska tržišča izven Evrope in severno ameriški trg). Skrb posvečajo tudi pridelavi in predvsem kakovosti proizvodov. Mlekarne omogočajo sledljivost od "vil do vilic", kar potrjuje neoporečnost in kakovost njihovih mlečnih proizvodov, ter hkrati opravičuje naziv Beli zakladi neokrnjene narave.

**VIZIJA:**<sup>24</sup> Z znanjem in izkušnjami zaposlenih v podjetju spreminjajo mleko v Bele zaklade neokrnjene narave. Obenem odgovorno ravna do okolja in družbe, v kateri delujemo.

**POSLANSTVO:**<sup>25</sup> Biti posrednik med naravo in ljudmi.

**BLAGOVNE ZNAMKE:** Pomursko mlejko, Ljutomerski sir, Milki

**IZDELKI:**<sup>26</sup> Celovit prodajni program izdelkov se razvršča v naslednje skupine:

- mlejko (Pomursko mlejko, Lejko mlejko, mleko v prahu, posneto mleko v prahu, ledena kava);
- sir (Sirni namaz, Ementalec, Zbrinc, Livada, Slovenka, topljeni sir za rezanje, topljeni sir za mazanje);
- smetana (smetana za stepanje, kislja smetana, rastlinska smetana, smetana za kavo);
- maslo (Slovensko čajno maslo, surovo maslo, Ljutomersko surovo maslo, krem maslo);

---

<sup>23</sup> Pomurske Mlekarne, <http://www.pomurske-mlekarne.si/sl/>, 11.3.2015

<sup>24</sup> Letno poročilo Pomurske Mlekarne 2009, str. 2

<sup>25</sup> Pomurske Mlekarne, <http://www.pomurske-mlekarne.si/sl/o-podjetju/zaposleni/11/>, 11.3.2015

<sup>26</sup> Pomurske Mlekarne, <http://www.pomurske-mlekarne.si/sl/izdelki>, 11.3.2015

- fermentirani izdelki (navadni jogurt, tekoči jogurt, sadni jogurt, kislo mleko, pinjenec);
- skuta (domača skuta, posneta skuta);
- otroški izdelki (mleko, čokoladno mleko, puding vanilija, puding čokolada, mlečni desert, topljeni sir).

**SLOGANI:** Pomurske mlekarne: “Beli zakladi neokrnjene narave”

Milki: “Kvalitetni in okusni mlečni izdelki za uravnoteženo prehrano vašega otroka.”

### CELOSTNA GRAFIČNA PODOBA:

Logotip Pomurskih mlekarne se najpogosteje pojavlja v temno modro-beli različici. Večinoma se pojavlja le kot logotip z imenom Pomurske mlekarne, redkeje uporabljajo poleg logotipa tudi slogan “beli zaklad neokrnjene narave”.

Simboli:



### SPLETNA STRAN:

Spletna stran Pomurskih mlekarne je pregledna, jasna in čista. Uporabnik se na strani hitro znajde.

Na strani je mogoče najti: podatke o mlekarni, blagovno znamko “Milki” z opisi in naborom izdelkov, vse o ponudbi mlekarne, stran ponuja tudi recepte, novice.

Jeziki na spletni in Angleščina.



strani: Slovenščina



**EMBALAŽE:** Izbranih je nekaj primerov embalaž, ki so analizirane po segmentih: barve, logotip, različice, materiali in podobno.

Sprememba vizualne podobe in imena (2010)

Vsebina: mleko, lahko mleko z vitamini, fyto mlejko z rastlinskimi steroli (Vse tri različice so oblikovane enako z dovoljšno diferenciacijo, da mleko z dodatkom takoj ločimo od navadnega mleka. Embalaža za smetano prav tako.)

Material: tetra pak in plastični pokrovček Količina: 1l in 0,5l

Barvne različice: modra 3,5% mlečne maščobe, svetlo modra in rožnata 1,5%.



## Različna pakiranja

- tetrapak s pokrovčkom
- tetrapak brez pokrovčka
- pvc "vrečka" embalaža



Analiza grafike osnovne embalaže: Shematizirana cvet in list v modri barvi so del prepoznavne identitete blagovne znamke Pomursko mleško.



Fermentirani izdelki Pomurskih mlekarn:

Jogurt:



Kislo mleko:



Pinjenec:



Splošno o embalažah fermentiranih izdelkov: Vse embalaže razen sadnega jogurta imajo podobno grafično podobo, logotip Pomurskih mlekarn je sicer sekundarnega pomena, tudi manjši po velikosti, cvetni list pa glede na vrsto spreminja barvo. Pri pinjencu pa za vsak okus embalažo spremlja slika sadja. Pakiranja se razlikujejo po količini: od 180 g do 220 g.

Primerjava embalaže navadnega, tekočega jogurta in kislega mleka.

“List” se spreminja glede na vsebino lončka, zeleno obarvan pri kislemu mleku, svetlo modro pri tekočem in temno modro pri navadnem jogurtu. Embalaža: plastična z aluminijastim pokrovčkom. Lonček je enake oblike.



Primerjava embalaže pinjenca

Grafična podoba je podobna prejšnjim trem izdelkom, tokrat “list” spreminja barvo glede na vrsto sadja, ki je izdelku dodano. Embalaža:



plastična z aluminijским pokrovčkom. Lonček je enake oblike kot pri prejšnjih treh izdelkih, vendar je malenkost višja in se bolj zoža navzdol.

Primerjava embalaže sadnega jogurta.

Grafična podoba se ne povezuje z ostalimi izdelki razen vsebujočega logotipa Pomurskih mlekarn. Barva se spreminja glede na vrsto sadja, ki je jogurtu dodano. Embalaža: plastična z aluminijastim pokrovčkom. Lonček je enake oblike, vendar nekoliko nižji.



Izdelki blagovne znamke Milki: mleko, puding, mlečni desert in topljeni sir.

Vsi izdelki te blagovne znamke v grafični podobi vsebujejo karakter, ki predstavlja mlečno kapljico s kapo.



UHT mleko in čokoladno mleko.

Količina: 200 ml



Puding čokolada in puding vanilja.



Količina: 125 g



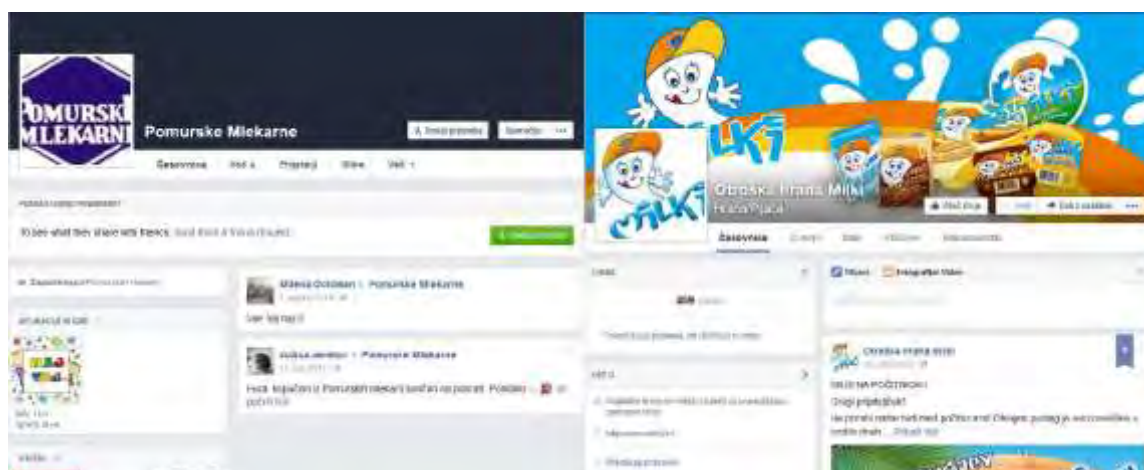
Mlečni desert.  
Količina: 4 x 50 g



Topljeni sir za mazanje.  
Količina: 8 x 17,5 g

**KOMUNICIRANJE:** Mlekarna se je posluževala oglaševalskega pristopa z novimi digitalnimi mediji in neklasičnimi promocijskimi aktivnostmi.

Poslužujejo se tudi oglaševanja preko družbenih omrežij: Facebook (aktivno upravljanje profila Otroška hrana Milki do junija 2012 s 409 oboževalcev), Twitter (13 sledilcev).



Podjetje za promocijske namenjene na svoji spletni strani gostuje blog. Primarni namen akcije je dvig prepoznavnosti Pomurskih mlekarn in njihovega mleka, ki je vsako nekaj posebnega in edinstveno.

Blog trenutno ni aktiven.



#### 4. MLEKARNA PLANIKA

**SPLOŠNO**<sup>27</sup>: Mlekarna Planika odkupuje in predeluje izključno samo slovensko mleko, ki je pridelano na hribovitih območjih občin Tolmina, Kobarida, Bovca in Bohinja. Iz mleka, ki ga odkupijo na območju Tolminske, Kobariške in Bovške občine, pridelujejo izdelke pod blagovno znamko Planika. Izdelke, ki so pridelani iz mleka s področja Bohinja, prodajajo pod blagovno znamko Bohinjka.

**VIZIJA**<sup>28</sup>: Vizija Mlekarnе Planika je izboljšati tržno pozicijo kot proizvajalec visokokakovostnih in zdravih mlečnih izdelkov, ki z odličnostjo zadovoljujejo potrebe potrošnika na področju celotne Slovenije.

**POSLANSTVO**<sup>29</sup>: Poslanstvo mlekarne je proizvajati kvalitetno, zdravo ter okusno hrano po okusu vsakega potrošnika in ob ohranjanju najboljših kulinaričnih tradicij.

**BLAGOVNE ZNAMKE**: Planika, Bohinjka.

**IZDELKI**: Planika; siri (Tolminc, Planika, Kober, Brind, Bric), mleko Planika, ekološko mleko, mlečni izdelki (kislo mleko, lahko kislo mleko Čebelji panj, kefir, sladka smetana, sirotka, albuminska skuta, surovo maslo, kislа skuta, pinjenec, EKO jogurt.) Bohinjka; mleko Bohinjka, maslo Bohinjka.



**SLOGANI**: “Z energijo neokrnjene narave.”<sup>30</sup>  
“PRISTNO. Od planine do Planike”<sup>31</sup>

#### CELOSTNA GRAFIČNA PODOBA:

Logotip mlekarne Planika sestavlja napis Planika mlekarne ter stiliziran znak zaščitene gorske rože Planike. Včasih se logotip pojavlja skupaj s sloganom “Z energijo neokrnjene narave”. Uporabljen je modra barva ter sekundarno tudi zelena.

<sup>27</sup> Mlekarna Planika, <http://www.mlekarna-planika.si/kdo-smo>, 11.3.2015

<sup>28</sup> Mlekarna Planika, citirano <http://www.mlekarna-planika.si/vizija>, 11.3.2015

<sup>29</sup> *Ibid.*

<sup>30</sup> Mlekarna Planika, <http://www.mlekarna-planika.si/>, 11.3.2015

<sup>31</sup> <http://www.finance-akademija.si/8325716/Mlekarna-Planika-Energija-neokrnjene-narave>, 11.3.2015



star logotip

sedanji logotip

logotip s sloganom



#### **SPLETNA STRAN:**

Stran ponuja vse informacije o mlekarni, njeni zgodovini, poslanstvu, posebnostih, blagovnih znamkah in izdelkih. Stran postreže tudi z informacijami o mleku, predelavi in roku uporabe. Pod zavihkom recepti se skrivajo domači, lokalni recepti pripravljene iz mlečnih izdelkov. Stran ponuja tudi možnost iskanja, foto galerijo, predstavi muzej in market mlekarnice ter novice. Stran je pregledna in jasna.

Zmoti to, da se na naslovni-domači strani pojavijo podatki o poslovnih darilih namesto nekaj splošnih besed o mlekarni, ki se skrivajo pod geslom PLANIKA v vrstici z menijem. Poslovna darila niso primarna informacija, s katero bi se morala mlekarna predstavljati na svoji spletni strani.



## ANALIZA OGLASNEGA PLAKATA

Od zgoraj navzdol: logotip, slika kobariške narave, primarni slogan, slika izdelkov mlekarne, primarni slogan, spletni naslov.

Na enostaven način prikažejo kaj vse se zliva v njihove izdelke. Konstantno poudarjajo, da delujejo v skladu z naravo in jo pretvarjajo v svoje izdelke. Od tu tudi slogan: "Pristno od planine do Planike."



## EMBALAŽE:



Komentar: plastenka je standardizirana za vse našteje mlečne izdelke. Nalepka je v vseh primerih enaka, razlikuje se spodnji pas: po barvi in napisu. Različni so tudi pokrovčki, vendar se pri kefirju pojavi zmeda. Kislo mleko ima bel pokrovček (navadno in lahko Čebelji panj), kefir in sladka smetana imata oba rdeč pokrovček, sirotka pa zelenega. Zakaj se rdeč pokrovček pojavi pri kefirju, ki ima trak obarvan v modro?

Embalaža mleka: mleko Planika, Bohinjka in EKO mleko so pakirani v enako plastično embalažo, razlikujejo pa se po nalepki in v primeru ekološkega mleka tudi po barvi pokrovčka. Embalaža mleka in mlečnih izdelkov se razlikuje po količini, obliki in površini (lomljena - gladka površina). Zanimivo je, da se mleko Planinka pojavi tudi v steklenici s kovinskim pokrovčkom.



Steklenica  
Poleg materiala embalaže se spremeni tudi etiketa



Mleko, ki ga Mlekarna Planika polni za Mercator. Embalaža ostane nespremenjena, spremeni se etiketa. Značilno modro zamenja zelena, zato izdelka na prvi pogled ne moremo povezati z mlekarno Planika.

Posebnost Mlekarnе Planika je, da mleko pakirajo tudi v vrečke. Takega načina pakiranja se druge mlekarnе ne poslužujejo, razen pri mleku v prahu.



Embalaža jogurtov: Mlekarna Planika ponuja le eko jogurt. Embalaža jogurta je enaka kot pri prej analiziranih mlečnih izdelkih, nalepka pa oblikovana v istem slogu kot nalepka ekološkega mleka.

Mlekarna Planika ne ponuja drugih jogurtov, prav tako se ne poslužujejo klasičnega pakiranja v lončkih z aluminijastim pokrovčkom.



**KOMUNIKACIJA:** mlekarna komunicira preko spletne strani in oglasov. Družabnih omrežij se poslužujejo, vendar ne s takšnim poudarkom kot druge, večje mlekarnе. Ustvarjen je Facebook profil, vendar na način osebnega profila, ne kot stran, kjer se zbirajo “like-i” in “fani”. Mlekarna ima kanal na YouTube strani, vendar ni ažurna. Zadnji dodani posnetki so bili naloženi leta 2009.

**INFRASTRUKTURA:** V Mlekarni Planika so skupaj s tolminskim muzejem postavili zgodovinsko - etnološko zbirko OD PLANINE DO PLANIKE, kjer je predstavljena dediščina planinskega pašništva in razvoj sirarstva, na



osnovi katere je nastala današnja Mlekarna Planika. Muzej ponuja tudi strokovno vodstvo po zbirki, degustacijo izdelkov, pastirsko malico ali pastirsko kosilo.

Mlekarna ima tudi svoj lasten market v Kobaridu. Tam so poleg proizvodov Mlekarne Planika na voljo tudi drugi izdelki lokalnih dobaviteljev: ovčji sir, med, sadje in zelenjava, meso ter mesni izdelki, rože, vrčičarski ter darilni program.



## 5. LOŠKE MLEKARNE<sup>32</sup>

**SPLOŠNO:** Mlekarna v Škofji Loki je enota Kmetijsko Gozdarske zadruga z.o.o. Škofja Loka. Obratuje že več kot 113 let in je najstarejša še delujoča mlekarne v Sloveniji. Mlekarna predeluje izključno slovensko mleko. Mleko odkupujejo s področij od Poljanske doline do Sovodnja, Selško dolino s Sorico in Davčo ter ravninski del do Žabnice. Izdelki Loške Mlekarnice ne vsebujejo dodanih konzervansov in v največji možni meri ohranjajo sestavine surovine. Izdelek pakirajo ročno ali polavtomatsko.

**VIZIJA:** Loških mlekarne je usmeritev in razvijanje zadruga v prihodnosti. Posledično je njihova vizija zagotavljanje izdelkov, narejenih na tradicionalen način, iz domačih surovin, brez nobenih umetnih dodatkov ter ustvarjenih z ljubeznijo in po receptu prednikov z doseganjem visoke kvalitete.

**POSLANSTVO:** Poslanstvo Loške mlekarne je s svojimi izdelki poudarjati, da je zdravje bogastvo, saj lahko največ storimo za naše zdravje, če si privoščimo zdrav obrok.

**BLAGOVNE ZNAMKE:** Ko vem kaj jem.

---

<sup>32</sup> Loška zadruga, [http://www.kgz-skloka.si/index.php?option=com\\_content&view=article&id=3&Itemid=12](http://www.kgz-skloka.si/index.php?option=com_content&view=article&id=3&Itemid=12), 7.3.2015

**IZDELKI** mlekarne: Celovit prodajni program izdelkov se razvršča v štiri skupine:

- Ekološki jogurt;
- ekološka sirotka;
- Konzumno mleko (pasterizirano mleko, eko mleko);
- sveži siri (skuta, eko skuta, maskarpone, sadne skute, albuminska skuta);
- mehki siri (gosposki sir, mladi sir);
- poltrdi siri (edamec, eko sir, trapist, Freising navadni, z olivami, z orehi, Agata);
- kajmak;
- topljeni siri (za mazanje, za rezanje);
- smetana.

**SLOGANI:** Loške Mlekarne: “Iz mlekarne s stoletno tradicijo”

Ko vem kaj jem: “Zdravje je naše bogastvo”,

Gozdarska: “Gozdovi so naše bogastvo”

#### **CELOSTNA GRAFIČNA PODOBA:**

Logotip spada pod družino znakov Loške zadruge.

Uporabljene barve: Logotip Loške mlekarne se od ostalih loči po zeleni barvi in imenu. Prisotne so zelena, oranžna in bela barva. Drugače pa so si vsi logotipi zelo podobni. Problem, ki ga zaznavamo je ta, da grad in silhueta črnca ne sugerira dejavnosti ali podobno. Nihče ne povezuje gradu z mlekarno. Prav tako logotip ne izraža vrednot mlekarne. Še ena stvar, na katero je potrebno opozoriti je postavitev napisa, enkrat je vodoraven in drugič napet. Kaj s tako razliko pridobimo ali kaj to sporoča ni jasno in zato zmede uporabnika. Prav tako logotip vsebuje elemente, ki niso namenjeni ničemur, vendar le zapolnitvi prostora, nekatere informacije pa so tako majhne, da niso več vidne, zato ničesar ne sporočajo in postajajo moteče.

Simboli:





## SPLETNA STRAN:

Loške mlekarnice nimajo svoje lastne spletne strani. Mlekarna se predstavlja na spletni strani Loške Zadruga v svojem razdelku. Razdelek ne ponuja dovolj informacij o mlekarni, delovanju in njenih izdelkih. Prav tako so moteče informacije na strani. Mlekarna bi se naj potrošniku približala in izpostavila svoje atribute ter lastnosti zaradi katerih je boljša in edinstvena. Sami pa imajo na spletu zapisan stavek: " Embalaža ni vedno vrhunsko oblikovana, daje pa vtis domačega, preprostega". Takšna informacija ne spada na spletno stran mlekarnice niti v kak drug dokument s katerim se podjetje promovira.

Spletna stran zadruga je slabo oblikovana in nepregledna. Poleg znaka Loška Zadruga se pojavi znak Loške Mesnine, znaka Loške mlekarnice ni zaslediti, dokler ne odprete njenega razdelka.



**EMBALAŽE:** Izbranih je nekaj primerov embalaž, ki so analizirane po segmentih: barve, logotip, različice, materiali in podobno. Znotraj posameznih sklopov izdelkov ni opaziti rdeče niti, ki bi grafično povezovala izdelke med seboj na embalaži, razen v ponudbi skute in sirov, vendar ne v celoti.

Vsebina: pasterizirano mleko, ekološko mleko. Material: plastična embalaža s pokrovčkom Količina: 1l. Barvne



različice: modra pasterizirano mleko, zelena ekološko mleko. V enaki embalaži je pakirana tudi sirotka.

Analiza grafike osnovne embalaže:



Označevanje mleka glede na vrsto: Napis vsebine na sredini etikete. Glede na vrsto izdelka se spreminja barva pokrovčka.



Slikovno prikazan okoliš Loške mlekarne.

Ime: Polno mleko

Logotip GKZ, slabo viden, neprepoznaven.

Znotraj sklopa izdelkov na področju skute pa ima boljšo grafično povezanost izdelkov. Embalirane so v lončkih po 500 g in ekološka skuta ter skuta s sadjem po 250 g, v vrečkah pa po 1000 g in pusta skuta po 500 g.



Pakiranja skute:

V ponudbi Loških mlekarn se med jogurti nahajajo navaden ekološki jogurt ter dva sadna jogurta z okusom jagode in gozdnih sadežev. Sadna jogurta nista slovenskega porekla, temveč avstrijskega, ker v Sloveniji niso mogli pridobiti ustrezne sestavine, sami pa je ne proizvajajo. Sadni delež v jogurtu je 20 %. Vsi omenjeni jogurti so narejeni iz pasteriziranega, nehomogeniziranega ekološkega mleka slovenskega porekla in 3,2 % maščobe. Površina jogurta zajema mlečna maščoba, jogurt je bolj čvrst od konkurenčnih.

Primerjava embalaže navadnega jogurta in sadnega jogurta.

Embalaza: plastična z aluminijastim pokrovčkom. Lonček je enake oblike, pri obeh prevladuje zelena barva, spreminja se le fotografija, ki ni preveč poželjiva . Vsi jogurtovi lončki imajo na pokrovčku črtno kodo, ki zavzema prostor drugim bolj pomembnim informacija, kodo bi lahko prestavili na spodnji del lončka, kot pri večini drugih konkurenčnih jogurtov. Tako bi pokrovček “zadihal” in postal preglednejši. Prav tako pomanjšan logotip, ki deluje kot čipka ni primeren, izgublja se informacije in logotip ni več logotip.



**KOMUNICIRANJE:** Loške mlekarne se ne poslužujejo klasičnih oglaševalskih pristopov. Na družbenem omrežju Facebook je moč najti le Loške mesnine in Loško zadrugo. Preko spletne strani komunicirajo slabo, ne poslužujejo se oglaševanja v medijih, zato so razen na lokalnem področju zelo slabo poznani.



## 6. MLEKARNA KREPKO

**SPLOŠNO:**<sup>33</sup> Mlekarna Krepko je edina specializirana mlekarne v Evropi za izdelavo kefirja na tradicionalen način iz kefirjevih zrn. Zgodba o Mlekarni Krepko se je začela leta 1992, ko sta zakonca Dunja in Brane Kelečević iz držav bivše Sovjetske zveze prinesla živa kefirjeva zrna in začela s proizvodnjo tradicionalnega kefirja v majhni mlekarne v Lazah pri Logatcu.

**VIZIJA:**<sup>34</sup> V prihodnjih 5-ih letih je vizija Mlekarne Krepko, da predelajo večino slovenskega bio mleka v bio mlečne izdelke, s poudarkom na razvoju in trženju izdelkov, ki vsebujejo tradicionalni proizvod kefir. Zdravje naj bo za gurmane.

**POSLANSTVO:**<sup>35</sup> Poslanstvo Mlekarne Krepko je predelava slovenskega bio mleka in kupcem zagotoviti zdrave in naravne bio izdelke, ki vsebujejo tradicionalni kefir iz kefirjevih zrn.

**IZDELKI:**<sup>36</sup> Mlečni izdelki: Kefir Krepko, Kefir Krepko jagoda-vanilja, Kefir Krepko jagoda, Kefir Krepko vanilja, sir Domača fletka. BIO/ekološki mlečnih izdelkov Mlekarne Krepko: BIO Kefir Krepko, BIO probiotični jogurt, BIO mleko, BIO kislo mleko, BIO sir Notranjska kajla, BIO sir Krepka južina, BIO malica Jem torej hujšam, BIO skuta, BIO skutin namaz z jogurtom.

**SLOGANI:** “Za življenjsko moč”. “Okusi, ki prevzamejo”. “Zdravje za gurmane”.

**CELOSTNA GRAFIČNA PODOBA:** Mlekarna Krepko je edina, ki uporablja rdečo barvo. Pogled rdeče je tudi modra, ki je kar nekakšna stalnica pri celostnih podobah mlekarne.



**SPLETNA STRAN:** Grafično ni najbolj skladno oblikovana in precej slabo premišljena: pozicija znakov za izbiro jezika ni primerna (sredi slike in neba), znaki certifikatov in nagrad so konfuzno razporejeni in “natlačeni”, prijava na novice se pojavi dvakrat in v enem primeru zavzema strateško mesto na spletni strani, čeprav ni primarnega pomena, zaradi tega se ustvari prazen prostor, ki bi lahko bil drugače izkoriščen in je v trenutni situaciji videti nerodno. Prav tako so na napačnem mestu ikone za družabna omrežja, navadno jih postavimo

<sup>33</sup> Mlekarna Krepko, <http://www.mlekarna-krepko.si/sl/o-mlekarni-krepko/zgodba-o-mlekarni-krepko>, 12.3.2015

<sup>34</sup> Mlekarna Krepko, <http://www.mlekarna-krepko.si/sl/o-mlekarni-krepko/poslanstvo-vizija-in-vrednote->, 12.3.2015

<sup>35</sup> *Ibid.*

<sup>36</sup> Mlekarna Krepko, <http://www.mlekarna-krepko.si/sl/bio-mlecni-izdelki>, 12.3.2015

v nogo strani ali na rob, ne pa v osrednji del. Meni z naborom izdelkov in informacijami se pojavi dvakrat, kar ne bi bilo potrebno. Na spletni strani se pojavlja preveč različnih barv, ki se ne povezujejo in v ozadju nimajo logike: rdeča, modra, zelena, svetlo zelena, svetlo modra, rumena, svetlo rumena, roza, siva, purpurno rdeča...

Pozitivna je možnost izbire velikosti pisave.

Izredno pozitivne se storitve, ki jih prikaže stran: dostava na dom, prodaja v trgovine, prodaja ustanovam.



## EMBALAŽE:

Embalaza konvencionalnih mlečnih izdelkov. Vsi izdelki iz tega segmenta so oblikovani z enako rdečo nitjo, razen Domače Fletke.



Odstopanje: kot da izdelek ni del družine, pojavijo se druge barve, druga pisava

Količine pakiranja so prikazane na spodnji sliki.



Embalaza BIO izdelkov Mlekarne Krepko



Količine pakiranja so prikazane na spodnji sliki.



Primerjava embalaže konvencionalnega mlečnega izdelka Krepko in BIO izdelka iste mlekarne:

- možnost odpiranja in ponovnega zapiranja, embalaža tesni
- logotip Krepko
- 2x se pojavi napis Jagoda
- Oranžna prehaja v belo, modro nebo, zeleno travo in spodaj svetlo zeleno z rdečim napisom.
- na nalepki preveč različnih barv
- slabo oblikovano



- možnost odpiranja in ponovnega zapiranja, embalaža tesni
- ni logotipa Krepko (ne vidi se pripadnost mlekarne)
- pojavi se rumena in oranžna barva, ki ne sovpadata s podobo mlekarne (modro-rdeče)
- modra barva sploh ni prisotna
- slabo premišljeno

Splošen komentar celostne grafične podobe: Mlekarna je močna po svojih izdelkih in kvaliteti, ter posebej specializirana za kefir. Ponujajo ogromno storitev, ki jih druge mlekarne ne: dostava na dom, zalaganje ustanov, prijava na novice, obveščanje o dogodkih. Pomanjkljivost je ta, da je celostna grafična podoba konfuzna in se izgublja rdeča nit: logotip je oblikovan v rdečo modri kombinaciji, spletna stran vsebuje cel kup drugih barv, družina konvencionalnih mlečnih izdelkov je oblikovana v drugačnem stilu, izstopa en izdelek, ki ga po vizualnem kriteriju ne moremo uvrstiti v noben segment Mlekarne Krepko, ter Bio izdelke, ki so spet popolnoma druga zgodba. Mlekarni bi koristilo poenotenje v smislu grafične identitete.

**KOMUNIKACIJA:** Mlekarna komunicira preko spletne strani, spletne trgovine, socialnih omrežij (Facebook, Twitter). Ne poslužujejo se televizijskih oglasov.

**STORITVE:** Mlekarna ponuja storitev dostave na dom, ki je v današnjem tempu življenja izredno popularna, saj ljudje nimajo časa za nakupe. Prav tako se poslužujejo klasične prodaje v trgovinah. S svojimi izdelki oskrbujejo lokalne šole in vrtce, domove starejših občanov, hotele in zdravilišča. Ponujajo storitev e-novic, na katere se lahko uporabniki brezplačno naročijo. Mlekarna Krepko ponuja tudi možnost uporabe brezplačne modre info številke, ki je pri drugih mlekarnah ni bilo mogoče zaslediti.

Spletna trgovina Mlekarne Krepko:

- KATEGORIJE**
- Prehrana in pijača
  - Prehrana otrok
  - Strojarije in orodja
  - Umetnina in umetninske izdelke
- ZANIMIVOSTI**
- Novosti
  - Novi izdelki
  - Novi izdelki

Dobro jutro! Dobro jutro!

### BIO mlečni izdelki

Vsi BIO mlečni izdelki so izdelani iz naravnih in zdravilnih mlečnih izdelkov. BIO mlečni izdelki so izdelani iz naravnih in zdravilnih mlečnih izdelkov. BIO mlečni izdelki so izdelani iz naravnih in zdravilnih mlečnih izdelkov.

Uredi po: 20g +



**AKCIJA!** BIO poltrodni sir  
Krpan v kosi, 400 g  
BIO €4.80 (z DDV)



BIO jogurt Krepki suhec 230 g  
BIO €1.20 (z DDV)



BIO jogurt Krepki  
suhec/banana, 250 g  
BIO €1.10 (z DDV)



BIO jogurt Krepki  
mleček/brombeč, 250 g  
BIO €1.10 (z DDV)