Медицински университет - София
Факултет по обществено здраве
„ Проф. д-р Цекомир Воденичаров, дмн“

Симеон Николов Славчев

Информираният избор на хранителни добавки, като проблем на здравна грамотност и промоция на здраве

АВТОРЕФЕРАТ

НА ДИСЕРТАЦИОНЕН ТРУД
ЗА ПРИСЪЖДАНЕ НА ОБРАЗОВАТЕЛНА И НАУЧНА СТЕПЕН
“ДОКТОР”

Област на висше образование: 7. „Здравеопазване и спорт”
Професионално направление: 7.4. „Обществено здраве”
Докторска програма „Социална медицина и организация на здравеопазването и фармацията”

НАУЧЕН РЪКОВОДИТЕЛ:
Проф. д-р Красимир С. Визев, дмн

Рецензенти:
Проф.д-р Жени Стайкова, дмн
Проф.д-р Сашка Попова, дм

София
2021г.

Дисертационния труд е одобрен и насрочен за защита от катедрен съвет на катедра Превантивна медицина при Факултет по обществено здраве „Проф. д-р Цекомир Воденичаров, дмн“ на Медицински университет София.

Дисертационният труд съдържа 167 страници, онагледен с 16 таблици, 23 фигури и две приложения. Библиографската справка включва 166 заглавия, от които 100 на кирилица и 66 на латиница.

Научно жури:

1. Проф. Магдалена Александрова, дм - вътрешен член за МУ София
2. Проф. д-р Жени Стайкова, дмн - вътрешен член за МУ София
3. Проф. д-р Сашка Попова, дм – външен член за МУ София
4. Проф. д-р Елена Шипковенска, дм - външен член за МУ София
5. Проф. Биянка Торньова, дм- външен член за МУ София

Резервни членове:

1. Проф. д-р Кънчо Чамов, дм
2. Проф. Силвия Младенова, дм

Публичната защита ще се състои на 06.07.2021г. от 14ч. в зала №7 на Факултет по обществено здраве „Проф. д-р Цекомир Воденичаров, дмн“, УМБАЛ „Царица Йоанна – ИСУЛ“ ЕАД, ул.„ Бяло море“ №8, гр. София.

Материалите по защитата са на разположение в отдел Наука на Факултет по обществено здраве „Проф. д-р Цекомир Воденичаров, дмн“, УМБАЛ „Царица Йоанна – ИСУЛ” ЕАД, ул.„Бяло море” №8, гр. София и на интернет страницата на МУ-София.

Номерацията на таблиците и фигурите не отговаря на същите в дисертационния труд.

С ъ д ъ р ж а н и е

1. Въведение – актуалност на проблема 6

2. Литературен обзор 7

2.1. Нарастваща популярност на хранителните добавки

2.2. Видове хранителни добавки

2.3. Проблеми на пазара на хранителните добавки

2.4. Консумацията на хранителни добавки в контекста на промоция на здравето

2.4.1. Основни акценти на концепцията за промоция на здравето

2.4.2. Консумацията на хранителните добавки като проблем на здравната култура

2.4.3. Хранителните добавки – необходими, но контролирани

2.4.4. Проблемът информиран избор при консумацията на хранителни добавки – необходимост от повишаване на здравната грамотност

2.5. Функционални храни и хранителни добавки

2.6. Хранителните добавки – ползи и рискове за здравето

2.7. Маркетингът на хранителни добавки като информационно средство за повишаване здравната култура на учениците

2.7.1. Ролята на аптеката като консултант за адекватен избор на хранителна добавка

2.7.2. Ролята на дигиталния маркетинг

2.7.3. Рекламата като информационен фактор за хранителните добавки

2.7.4. Етични аспекти на рекламирането на хранителните добавки

2.7.5. Проблемът етикетиране и предоставяне на информация за консуматорите на хранителни добавки

2.7.6. Дискусии относно ползи и рискове при консумация на хранителни добавки

2.8. Законодателство и държавни институции по проблемите на хранителните добавки

3. Цел, задачи и методика на изследването..... 10

4. Анализ на резултатите от проведеното изследване..... 15

4.1. Самооценка на здравословното хранене

4.2. Честота на консумацията на хранителни добавки

4.3. Степен на информираност и убеденост за хранителните добавки

4.4. Източници на информация

4.5. Роля на етикета и листовките като информационни източници

4.6. Мотиви за употреба на хранителни добавки

4.7. Роля на аптеката за избора на хранителни добавки

4.8. Отношение и доверие към рекламите на хранителни добавки

4.9. Оценка доколко информативни са етикетите и листовките на хранителните добавки

4.10. Здравно-възпитателни лекции и беседи, посветени на хранителните добавки

4.11. Медиите като фактор на здравна грамотност за хранителните добавки

4.12. Анализ на данни от анкета на посещаващи фитнес-център

4.13. Експертна оценка относно информирания избор на хранителни добавки

5. Обобщение 45

6. Заключение/ изводи и препоръки/….....48

Приноси….....57

Публикации във връзка с дисертационния труд… 59

Ключови думи:

Здравна грамотност
Информиран избор
Промоция на здравето
Източници на информация
Надеждност на рекламите
Роля на медиите
Подвеждащи реклами
Мотивация за консумация на хранителни добавки
Консумация, базирана на здравна грамотност
Консумация, базирана на информиран избор
Свободнен и регулиран достъп до хранителни добавки
Здравно-възпитателни програми

1. Въведение - актуалност и значимост на проблема

Един от най-актуалните и най-трудни за решаване проблеми на съвременното човечество е осигуряване на рационално и **балансирано** хранене. Хранителният дефицит има не само количествени измерения, но и важни качествени характеристики.

Този дефицит води до нарастващият интерес и консумация на хранителни добавки в нашето съвремие. Счита се, че пазарът на хранителни добавки през последното десетилетие нараства с 15% годишно.

Съвременните граждани все по-често избират и консумират определени хранителни добавки, като разчитат, че те ще компенсират недостига на някои вещества в естествените храни.

Хранителните добавки са концентриран източник на вещества с определен физиологичен ефект и все повече се налага мнението, че те въздействат позитивно върху здравето. Под термина хранителни добавки се разбира хранителни продукти, чиято цел е **да допълват нормалния хранителен режим и нямат лечебна функция.**

В България през последните няколко години се забелязват бързи темпове на годишен растеж в продажбите на хранителни добавки – като според някои прогнози пазарният потенциал е измерим с пазара на лекарства и вече надминава 1 млд. лева. В тези условия на изключително нарастващо многообразие на хранителните добавки възниква проблемът за **адекватен избор** при тяхната консумацията.

Появява се необходимостта от съвременна **здравна грамотност** на населението, която да бъде база за добре обоснован информиран избор на хранителни добавки. Именно тази

нарастваща значимост на проблема за информиран избор, базиран на здравна грамотност бе мотивът за ориентацията ни към темата на настоящия дисертационен труд.

❖

1. Литературен обзор

Литературата за хранителните добавки е огромна и нарастваща по обем в национален и в световен мащаб. Впечатляващото е, обаче, че по-голяма част от публикациите в тази област са извън медицинския научен печат и най-често авторите на тези публикации не са медици, а специалисти по хранене. Това е обяснимо с две обстоятелства:

- ✓ От една страна, хранителните добавки не са лекарства, а храна, по-точно добавъчна храна;
- ✓ От друга страна, все още не е висок и целенасочен интересът на медиците – теоретици и практици, към ролята и проблемите на хранителните добавки.

Според нас този понижен интерес на медиците към хранителните добавки не дава възможност за пълноценното им и високо ефективно използване като фактор за промоция на здравето, за целенасочена превенция в интерес на укрепването и повишаването на позитивното обществено здраве. Нарастващата консумация на хранителни добавки не е просто търговски процес и тенденция, а тя има и определени здравни мотиви. В този контекст обясним е и фактът, че нормативната база у нас относно хранителните добавки не е в рамките на здравното

законодателство, а е фокусирана към производството на храните, търговията, вноса и износа на храните. Законово проблематиката на хранителните добавки е представена в Закона за храните от 1999 година, претърпял десетки корекции и допълнения до 2018 година. Именно това е една от причините родният законодател изцяло да преуреди режимът на търговия със същите, което се случи посредством приемането на новия Закон за храните, обнародван в ДВ на 09.06.2020 г. След приемането на новия Закон за храните контролът беше засилен, като вече търговията със същите продукти подлежи на специален регистрационен режим – процедура, която отново е в ресора на БАБХ. При пускане за първи път на пазара на територията на Република България на хранителна добавка или храна, предназначена за употреба при интензивно мускулно натоварване съответният производител/търговец подава заявление до Изпълнителния директор на БАБХ.

По мнение на водещи експерти налице е обективна и нарастваща потребност от компенсиране дефицита на редица вещества в храната чрез хранителни добавки. Но за разлика от естествените храни, при хранителните добавки има риск да се приемат биологично активни вещества в количества, които да са вредни за здравето.

Рисковете при употребата на хранителни добавки, базирана на недостатъчно информиран избор, се подчертава от редица експерти (Asero, R., Keith Conners, Zhen, E., Д. Байкова, Б. Попов, С. Петрова, Ел. Петкова-Георгиева).

В публикации на експертите се подчертава, че проблемът хранителни добавкии има два ключови аспекта: те са необходими, но при условие да бъдат добре контролирани. В този контекст

улесненият свободен достъп до всякакви хранителни добавки до българския потребител на база само представени документи от самия производител, поставя въпроса за по-ефективен контрол на качеството, безопасността и ефективността на тяхната консумация.

В редица публикации се анализира критично наличието на подвеждащи реклами за хранителните добавки и свързаната с това достоверна информационна стойност на етикитетите и листовките в опаковката на всяка хранителна добавка.

Актуален нерешен проблем е и липсвата на достатъчна компетентност от страна на медицинските специалисти към тази специфична категория продукти, за да има адекватно осигуряване на професионална консултация и подпомагане на потребителите за един информиран избор на най-подходящи хранителни добавки в индивидуален аспект.

Затова проблемът за избор на адекватни хранителни добавки и тяхното устойчиво здравословно потребление е пряко свързан с нивото на здравната култура на населението. От друга страна, нерегулираното свръхпотребление на хранителните добавки може да бъде рисков за здравето фактор. Фитнес манията завладява много хора от тийнейджърите и подрасващите до възрастните. Свободното и масово разпространение на хранителни добавки е поради това, че те нямат статут на лекарства, регистрират се лесно, което прави възможно свободното им предлагане чрез реклами и в Интернет. Постоянни дискусии и спорове се пораждат в обществото - полезни ли са хранителните добавки, крият ли рискове, на какво се дължи манията по тях, трябва ли да се продават свободно, без рецепта и т.н.

В тези условия изключително силно нараства необходимостта от повишаване на обществената **здравна грамотност** относно хранителните добавки и специално на всички заинтересовани участници в общия процес от производството до консуматора-потребител. Важна роля в тази насока може да има внедряването на някои нови подходи за повишаване на здравната грамотност като мобилно здраве, контролни списъци (checklists), рейтингови карти (scorecards) и редица други онлайн и мобилни технологии – с оглед постигане на по-обоснован информиран личен избор на хранителни добавки. Очевидна е нуждата от по-системна и компетентна медицинска консултация и регулиране на консумацията на хранителни добавки.

❖

2. Цел, задачи и методика на изследването

Цел:

Главния мотив на настоящето изследване е да обоснове нуждата от по-висока здравна грамотност и информиран избор на хранителни добавки, като условие тяхната адекватна консумация да бъде реален позитивен детерминант на здравословния стил на живот и на промоция на здравето.

За постигане на набелязаната цел се поставиха следните основни задачи :

1. Да се установи нивото на здравна грамотност при избора на хранителни добавки.
2. Да се установи информираността на гражданите за употребата на хранителни добавки.
3. Да се проведе анонимна индивидуална социологическа анкета за събиране на първичната информация.
4. Да се анализира ползата от консумацията на хранителни добавки като фактор на балансирано хранене и минимизиране на здравните рискове.

- Обект на проучването и единици на наблюдение

Обект на проучването са контингент учащи и граждани (непреднамерено подбрани) от София и три областни града. **Технически единици** на наблюдение са лечебни заведения в доболничната помощ (ДКЦ и индивидуална практика), две гимназии в столицата и три областни града (Враца, Видин и Кърджали), студенти във ФОЗ-София и клиенти на два фитнес центъра в София. В тази връзка за обект на изследването бяха определени и експерти по хранене и фармацевти в аптеки относно информирания избор на хранителни добавки.

Признаците на наблюдение са отразени в съставения въпросник за провеждането на анонимна социологическа анкета. Основните признаци на наблюдение са следните:

- Самооценка на здравното състояние и на нуждата от консумация на хранителни добавки;
- Информираност за хранителните добавки – ползи и рискове.
- Източници на информация за хранителните добавки

- Предназначение на консумацията на избраните хранителни добавки.
- Оценка на етикета и листовката на хранителните добавки като информационно средство.
- Надеждност и достоверност на рекламите на хранителните добавки.
- Начин на информиран избор на хранителна добавка – самостоятелно, чрез съвет от лекар, от близки и др.

За решаването на поставените задачи и постигане на целта, емпиричното изследване използва следните основни изследователски методи:

- ❖ Документален - за анализ на нормативни документи, свързани с консумацията на хранителните добавки, рекламни материали, листовки и литературни данни за хранителните добавки, които позволяват да се събере основната информация, касаеща проучването.
- ❖ Социологически – провеждане на пряка индивидуална анонимна анкета със закрити въпроси (готови варианти за отговори) и открити въпроси (със свободни отговори).
- ❖ Статистически – данните са обработени с компютърни програми. Представянето на резултатите е чрез числови стойности и графики – алтернативен анализ за структура (относителен дял – проценти), честота, средни величини. За целите на анализа и обработката на получените данни е приложен качествен, количествен, сравнителен и графичен метод на анализ.

❖ Експертна оценка – мнение на експерти (специалисти по хранене от Българската агенция по безопасност на храните (БАБХ) и фармацевти от аптечната мрежа относно информираността на потребителите на хранителни добавки.

Формулираните въпроси в анкетната карта са от закрит тип с готови варианти на отговори. Във формулираните отговори в анкетната карта честотата на консумация на хранителни добавки е в следните степени:

- Редовна консумация (ежедневна) на хранителни добавки .
- Нередовна консумация (неежедевна) на хранителни добавки.

Обект и обем на изследването: Анкетирани са общо на 693 души, непреднамерено подбрани, от тях:

◆ **Възрастни граждани** (от София и от два областни града, Враца и Видин - клиенти на аптеки и на магазини за хранителни добавки, посетители на VII ДКЦ и медицински център (254);

◆ **Учащи -** ученици от последния гимназиален клас в две училища на София и четири училища от три областни града - Враца, Видин и Кърджали, а също и **студенти** първи курс във ФОЗ-София и във Филиала на МУ-София в град Враца (общо 258).

◆ **Клиенти на Фитнес център** в София и Видин - млади хора на възраст до 30 години (72).

◆ За **експертна оценка** чрез анкета е взето мнението на специалисти по хранене от Българската агенция по безопасност на храните (БАБХ) и на фармацевти от аптечната мрежа относно информираността на потребителите на хранителни добавки (общо 109).

Обработката на материала и количествените анализи са чрез статистическа приложна програма - SPSS 17.0 и чрез Excel на Microsoft Office – използвана за графичен анализ на резултатите, както и за онагледяване и презентация. Статистически значими различия са приети при $P < 0,05$.

Организация на наблюдението. Събирането на първичната информация основно е проведено от автора, като за определени контингенти е ползвана техническа и организационна помощ от специалисти в РЗИ, здравни мениджъри в областните градове и експерти в БАБХ (Българска агенция по безопасност на храните), на които дължим благодарност за съдействието. Анкетата за събиране на първичната информация е проведена в периода от април 2018 г. до м. април 2019 година.

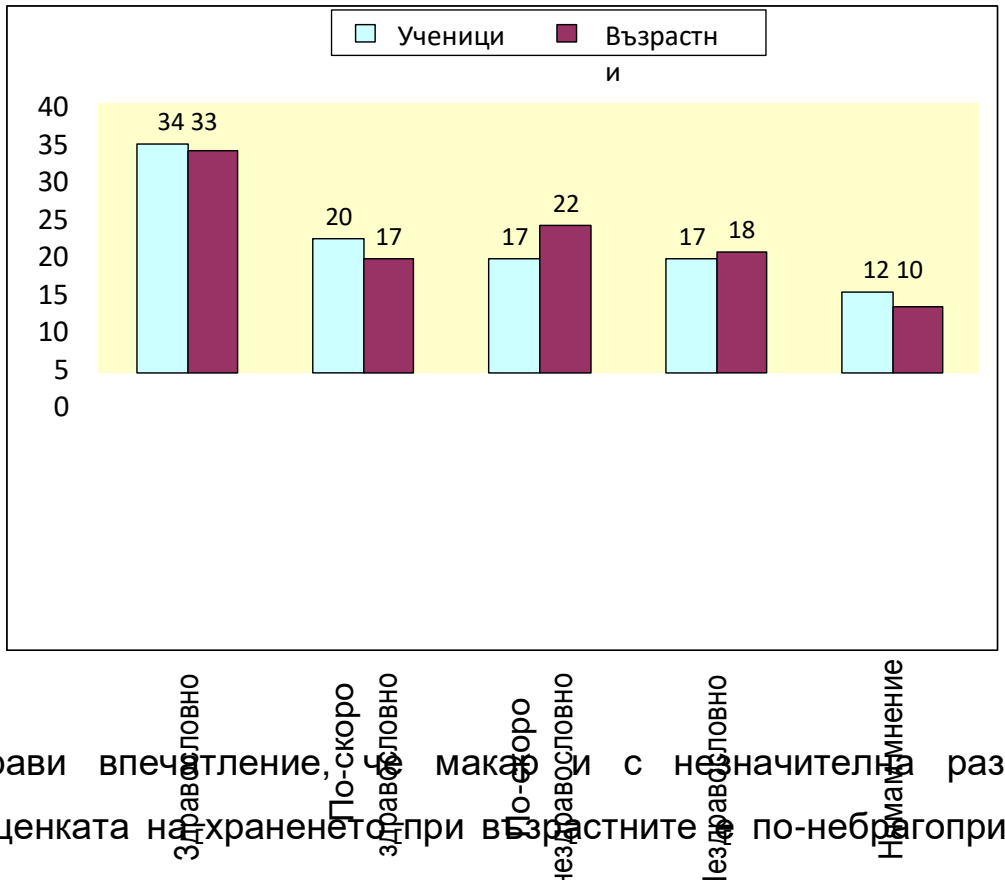
4. Анализ на резултатите от проведеното изследване

Поради необходимото синтетично представяне на резултатите, таблиците и диаграмите в следващото изложение не съвпадат с тези в самия дисертационен труд.

4.1. Самооценка на здравословното хранене

Първият изходен въпрос в нашата анкета бе за самооценката на храненето от страна на анкетирания индивид. От фигура 1 се вижда, че значителен процент от анкетираните оценяват собственото си хранене като нездравословно. Тази тяхна самооценка има пряко тношение към повишаващото се търсене, избор и честота на консумацията на хранителни добавки.

Фиг.1. Самооценка на храненето (в проценти)



Прави впечатление, че макар и с незначителна разлика, самооценката на храненето при възрастните е по-неблагоприятна, което може да се дължи на реално по-нездравословно хранене или

на по-висока самокритичност в сравнение с младите хора (учащи). В **групирани** обобщени показатели храненето е недостатъчно или изобщо нездравословно при 34% от учениците и при 40% от възрастните анкетирани лица.

Интересен е фактът, че известен процент от анкетираните нямат мнение за оценка на своето хранене като здравословно или нездраволсловно (при учениците 12%, при възрастните 10%). Да нямаш мнение също е своеобразна самооценка на своето хранене и признак на незадоволителна здравна култура.

4.2. Честота на консумацията на хранителните добавки

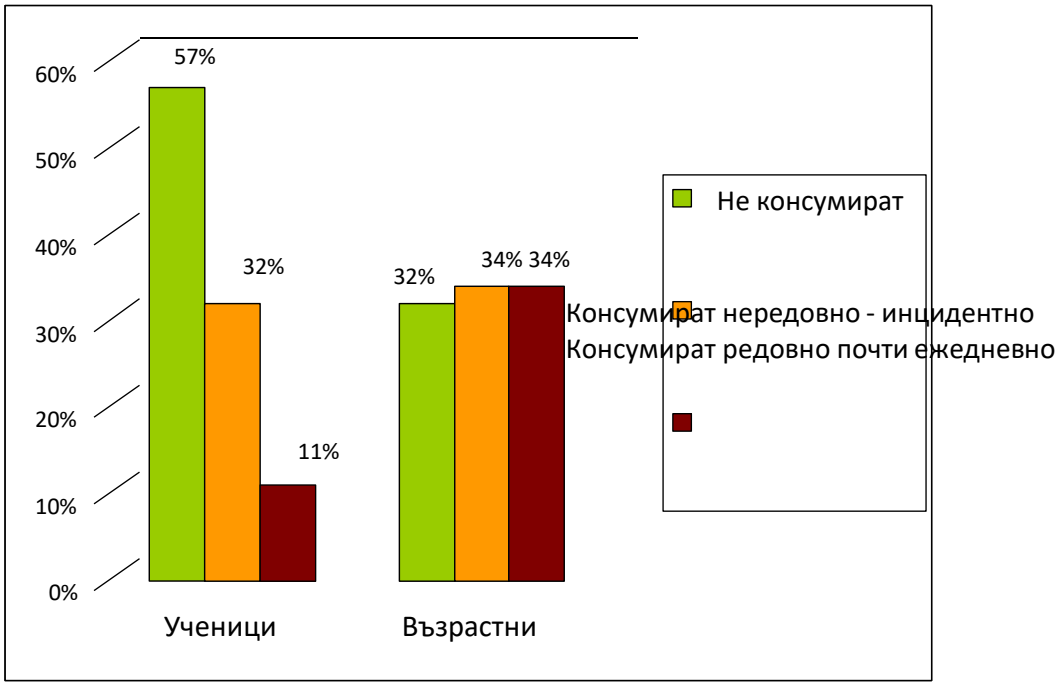
Честотата на консумацията на хранителни добавки от анкетираните лица е представена на таблица 1 и фигура 2.

Вижда се, като общо впечатление значителен процент от анкетираните консумират по-често или по-рядко хранителни добавки. 32,6% от учащите и 34,3% от възрастните консумират нередовно - по-често или по-рядко.

Табл. 1. Консумация на хранителни добавки от ученици и възрастни анкетирани лица

Честота на консумация	Учащи Брой / Процент	Възрастни Брой / Процент	P
Не консумират	147 / 57,0 %	81 / 32,0 %	< 001
Консумират нередовно - инцидентно	84 / 32,6 %	87 / 34,3 %	>0,05
Консумират редовно почти ежедневно	27 / 10,5 %	86 / 33,8 %	< 01
Общ брой анкетирани	258 / 100,0	254 / 100,0	

<u>Фиг.2.</u> Консумация на хранителни добавки при учащи и възрастни - *в процент (обобщено за двете групи)*



Редовно ежедневно консумиращите хранителни добавки са около една десета от анкетираните учащи (10,5%) и повече от една трета от възрастните лица (33,8%). Очевидна е значително по-честата консумация на хранителни добавки у по-високата възрастова група.

4.3. Степен на лична информираност за хранителните добавки

Данните от проведената анкета показват средна степен на информираността за ролята на хранителните добавки.

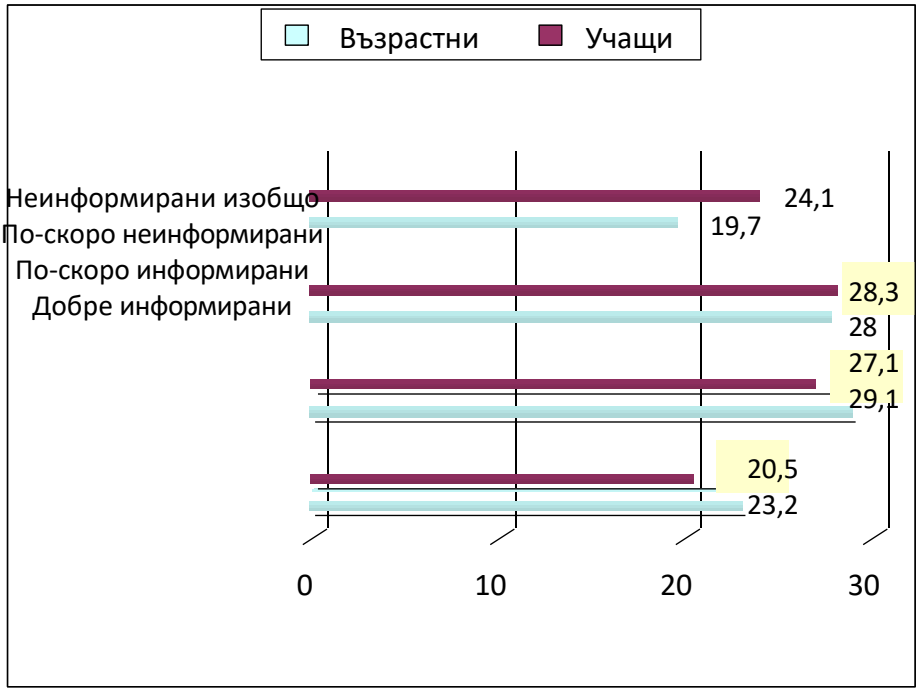
Както личи от фигура 3, значителен процент от анкетираните лица имат слаба информираност или изобщо не са информирани относно хранителните добавки, тяхната роля и специфични качества. По-голям процент от анкетираните ученици са в групата на недостатъчно информираните и изобщо неинформираните. При

възрастните анкетирани лица процентът на слабо информираните и неинформираните е относително по-малък, но все пак е доста висок от гледна точка на добрата здравна грамотност.

Незадоволителната информираност на анкетираните показва нуждата от повишаване в бъдеще на позитивната роля на маркетинга на хранителните добавки, както и повишаване здравната грамотност и здравното възпитание на населението, особено на подрастващите.

Относно информираността специално внимание следва да се обърне на ролята на рекламите в медиите и по-специално предотвратяването на все още срещащите се заблуждаващи и подвеждащи максималистични реклами.

<u>Фиг. 3</u>. Лична информираност за хранителни добавки (в проценти)



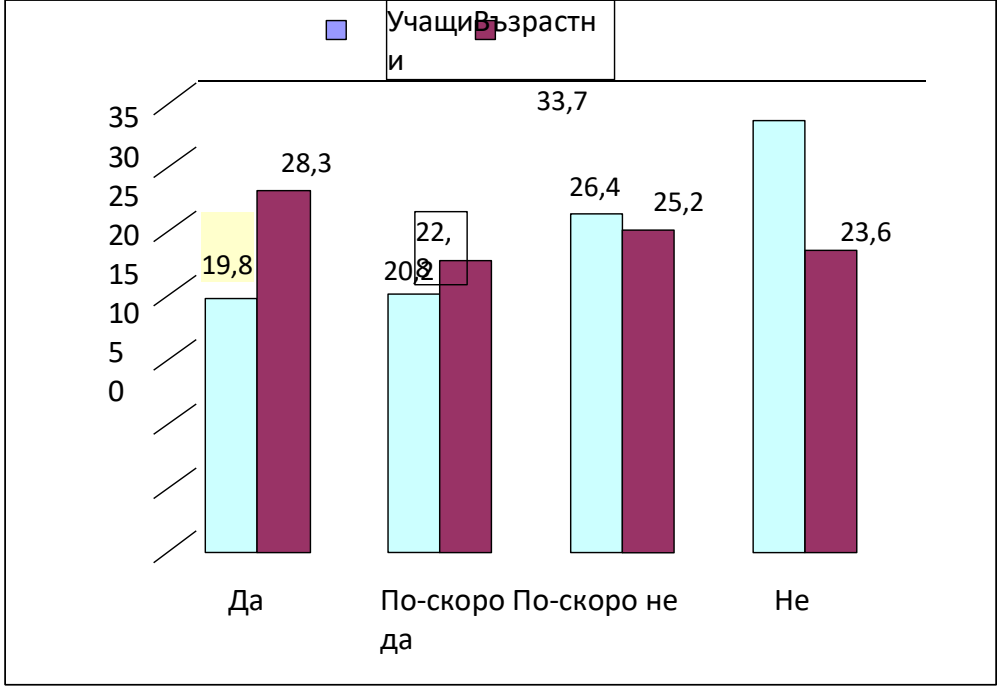
По-конкретната информираност на анкетираните относно рисковете при консумация на хранителни добавки е представена на

фигура 4. Вижда се, че процентът на добре информираните учащи е значително по-нисък от този на възрастните. Отчасти и добре информирани за рисковете от консумацията на хранителни добавки са 19,7% от учащите.

Данните показват, че информираността на възрастните за възможните рискове от консумация на хранителните добавки е значително по-висока, но като честота и тя е недостатъчна (50,5%).

Очевидна е разликата в информираноста у двете основни възрастови групи, при което тази информираност нараства с възрастта и респективно с по-големия социален опит, по-широката обща култура и здравна грамотност.

<u>Фиг.4.</u> Информираност за рискове при консумацията на хранителни добавки (в проценти)


Учащи
Възрастни
35
30
25
20
15
10
5
0
19,8
28,3
20,2
22,2
26,4
25,2
33,7
23,6
Да
По-скоро да
По-скоро не
Не

Данните за отговорите по този по-конкретен въпрос показват и доказват с още по-голяма нагледност необходимостта от повишаване здравната грамотност на населението изобщо, но с

приоритетно внимание към младите възрастови групи, учениците. За тях ще е необходима специална учебна програма за повишаване на здравната грамотност и по-специално информираността им относно ползите и рисковете, свързани с хранителните добавки.

Важен момент в информираността за хранителните добавки е представата на консуматорите за тяхната роля и функции. В този аспект зададохме въпрос на анкетираните: „Могат ли според вас хранителните добавки да заместват естествените природни хранителни продукти, например плодове, зеленчуци, риби и т.н.?”.

Отговорът на този въпрос е важен, защото отразява степента на убеждение, че дори и при некачествена неразнообразна храна, и при необходимост от спазване на прецизна диета, може като компенсация да се консумират хранителни добавки, с други думи проблемът за качеството на храната и за хранителната диета остават на втори план, решаващ фактор е консумирането на хранителни добавки.

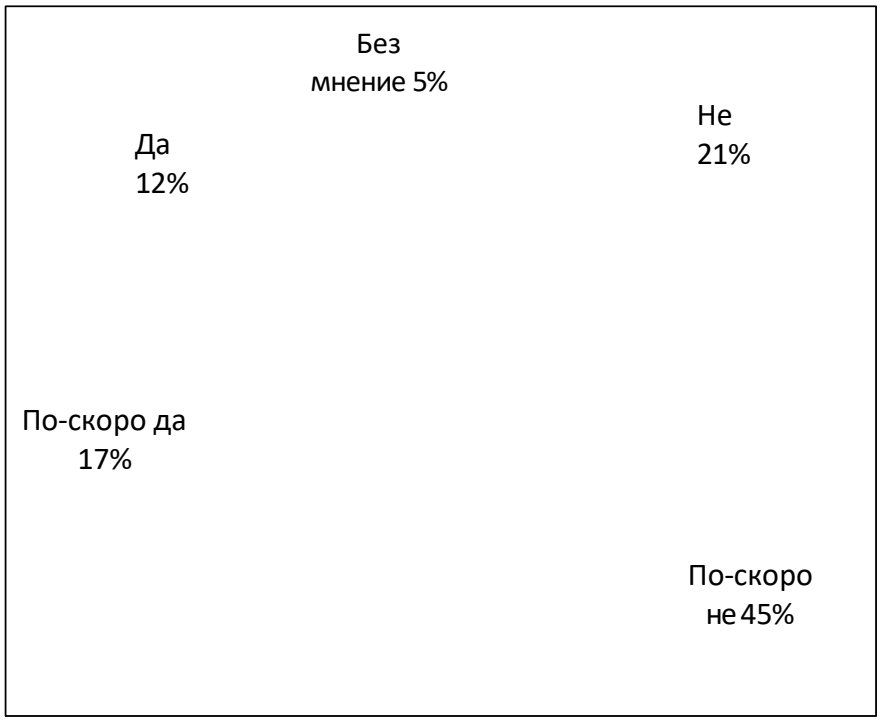
Както личи от фигура 5, почти една пета от анкетираните лица са с убеждение, че хранителните добавки могат да компенсират и дори заместват некачествената неразнообразна храна, а също и спазването на прецизна диета, когато тя е наложителна по медицински индикации.

На този въпрос категоричен отрицателен отговор дават само 66% от анкетираните, останалите 34% отговарят, че хранителните добавки могат да заместват естествените природни хранителни продукти. Очевидно, касае се за една крайно погрешна и дори опасна представа, особено у младите хора. Оттук следва, че важна грижа на дейността за здравна грамотност е да формира твърдо убеждение в консуматорите на хранителни добавки, че

хранителните добавки не са нито лекарство, нито заместител на естествените храни, а само тяхна добавка, само едно допълнение на хранителния дефицит.

Фиг.5. Мнение за хранителните добавки като заместител на разнообразната качествена храна

Въпрос: Могат ли хранителните добавки да заместват естествените природни хранителни продукти, плодове, зеленчуци, риби и т.н.?".



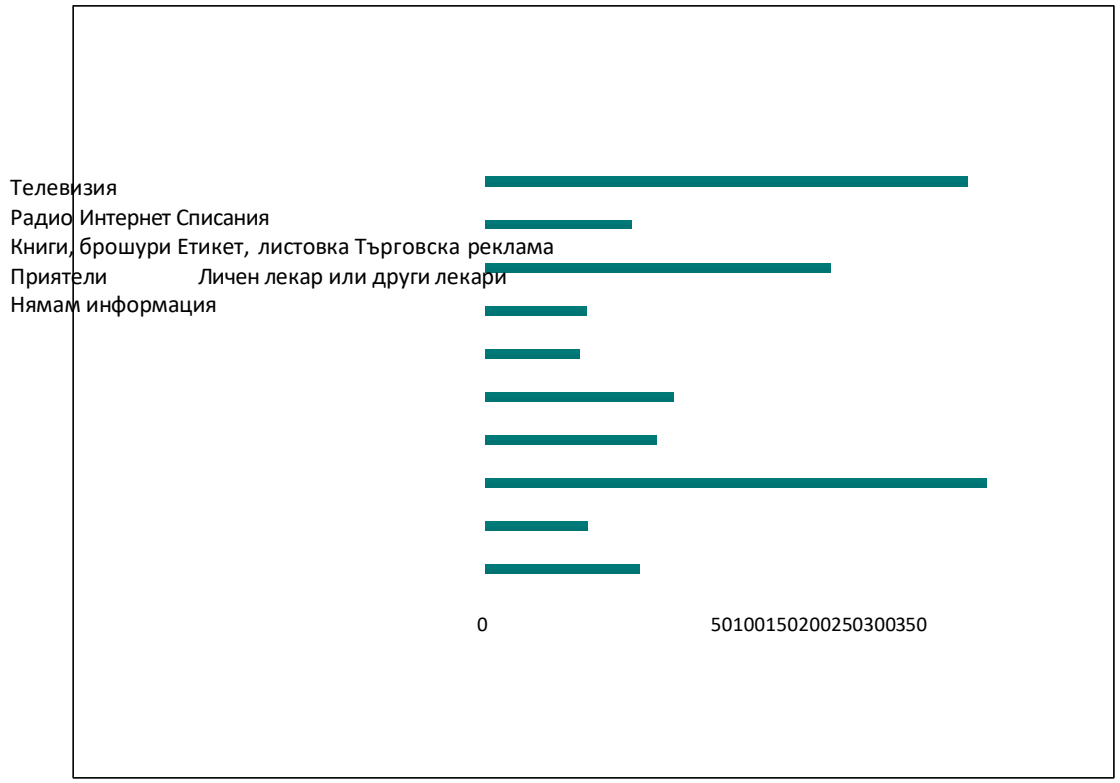
4.4. Източници на информация

Потърсихме отговор на въпроса за източниците на информация за хранителните добавки. На фигура 6 личи, че най-голяма част от анкетираните получават информация за хранителните добавки от приятели, телевизия и интернет, следвани от етикетите и листовките на самите препарати с хранителни добавки. Една значителна част от анкетираните лица – около една пета, не получават изобщо информация за хранителните добавки.

Впечатляващ факт е, че като източник на информация за хранителните добавки най-нисък е процентът на личните лекари. Това говори за неоправдано ниска роля на нашите лични лекари относно здравната култура и здравните проблеми на учениците и в частност относно информираността за хранителните добавки.

В подкрепа на това са и данните от фигура 6. Вижда се, че преобладаващ процент от анкетираните изобщо не се консултират с лекар преди избора на хранителна добавка.

<u>Фиг. 6.</u> Източници на информация за хранителните добавки
(Брой отговори)

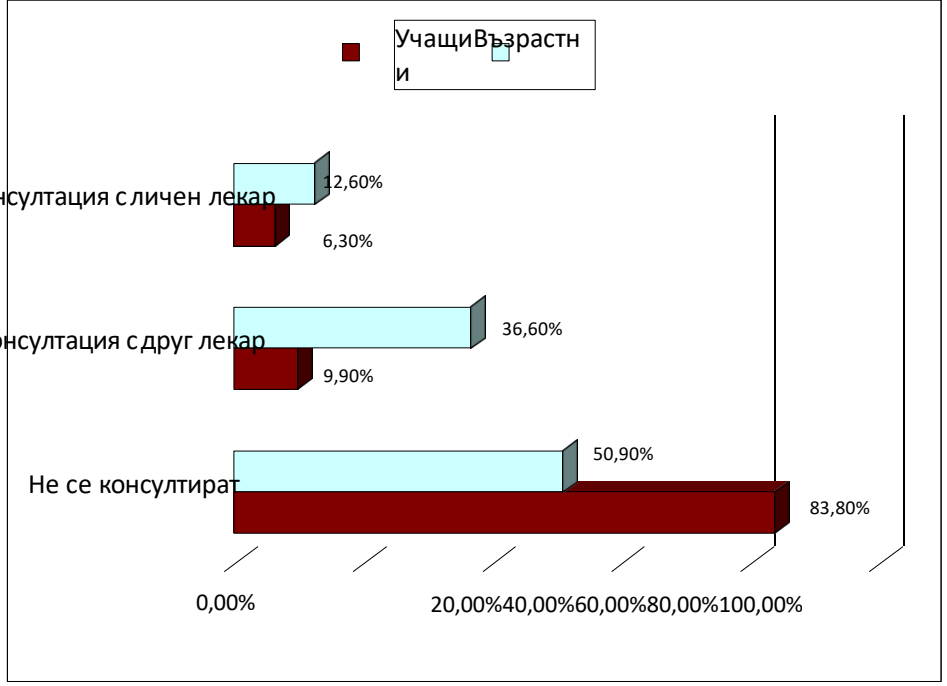


По принцип изборът на хранителна добавка е личен, но той изисква компетентна консултация с лекар, който добре да прецени нуждата от дадена хранителна добавка, както и възможните рискове от нейната консумация.

Данните показват, че огромен процент от консумиращите хранителни добавки (учащи 83,8% и възрастни 50,9%) са избрали ХД със свой личен мотив, самостоятелно без изобщо да се консултират с лекар. Това безспорно носи известни здравни рискове за нежелателни ефекти от употребата на хранителни добавки.

Този факт показва, както ниската здравна грамотност на учениците, така и липсата на конкретен професионален интерес с целенасочени, добре програмирани здравно-възпитателни дейности от страна на здравните професионалисти и в частност на личните лекари, относно консумацията на хранителни добавки, което говори за тяхното подценяване като проблем с нарастваща медико-социална значимост.

Фиг.7 **Консултиране с лекар преди избора на хранителна добавка** (отговори на консумиращите хранителни добавки)

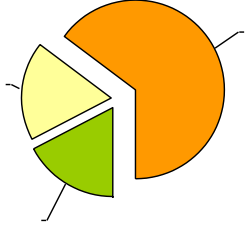

Учащи
Възрастни
Консултация с личен лекар
12,60%
6,30%
Консултация с друг лекар
36,60%
9,90%
Не се консултират
50,90%
83,80%
0,00%
20,00%
40,00%
60,00%
80,00%
100,00%

4.5. Роля на етикетите и листовките като информационен източник

Информираността за хранителните добавки е двупосочна – насочена към позитивните страни (ползата) и към негативните им страни (рисковете). В този аспект са интересни данните от фигура 7 за отношението на анкетираните към етикетите и листовките на продуктите с хранителни добавки. Данните показват доста ниско активно отношение към подобна информация от страна на анкетираните.

Фиг. 8 Активно отношение към информацията за рискове на хранителните добавки

Въпрос: Следите ли етикета и листовката на хранителните добавки за наличие на алергени в тях?



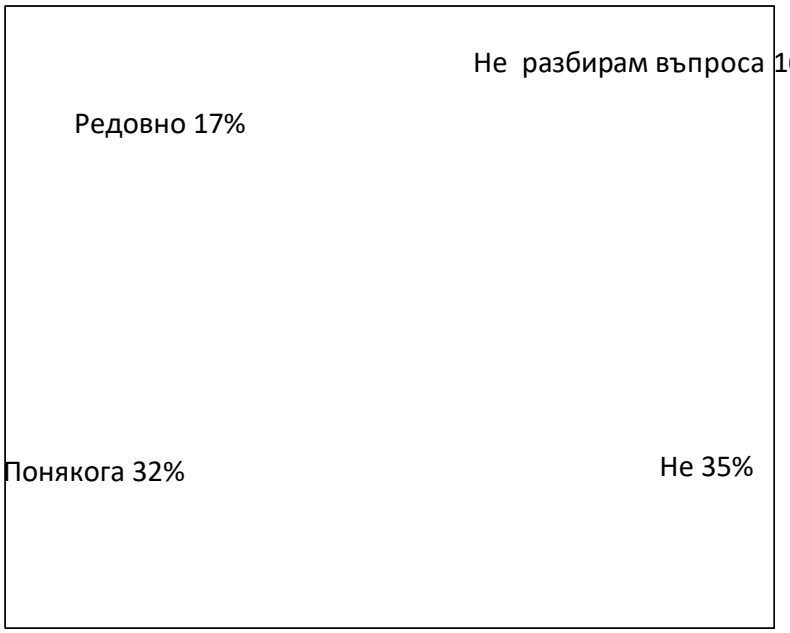
Вижда се, че само 17% следят редовно етикета и листовката на хранителните добавки за наличие на алергени в тях, 18% понякога и 65% изобщо (две трети) не следят подобна информация. Ето защо важна задача на дейността по здравна грамотност е формирането на нагласа за активно търсене на информация за хранителните

добавки, за тяхното полезно въздействие и за техните потенциални рискове в здравен аспект. Необходим е и също така и по-целенасочен контрол от страна на БАБХ (Българса агенция за безопасност на храните) върху производството на хранителни добавки и техните етикети и листовки.

В анкетата ни бе включен въпрос доколко консуматорите на хранителни добавки следят наличието в тях на ГМО (генетично модифицирани организми и вещества). Преценихме този въпрос за важен, тъй като според някои експерти (Цв. Георгиева) няма категорично убедителни научни данни относно здравните рискове и дългосрочните ефекти от консумацията на ГМО. От фигура 9 личи, че няма особено активно целенасочено внимание на анкетираните към проблема за ГМО в хранителните добавки, а 165 от тях не разбират същността на този въпрос.

<u>Фиг. 9.</u> Внимание на консуматора за наличие на генетично модифицирани вещества в хранителната добавка

Въпрос: Следите ли в етикета или листовката на купената от вас хранителна добавка за наличие на генетично модифицирани вещества в дадения продукт?



4.6. Мотивация за употреба на хранителни добавки

Интерес представяват мотивите на анкетиранитие, с които се обяснява тяхното решение да употребяват хранителни добавки и доколко тези мотиви са от здравно естество. Тези мотиви в една или друга степен отразяват нивото и широтата на здравнта грамотност на анкетираните лица. Същевременно, макар да са лични тези мотиви, те често са повлияни от мнението и опита на тяхната социална среда – семейство, приятели и т.н.

Както личи от данните на фигура 10, мотивите за избор на хранителни добавки са доста разнообразни. Най-честият мотив при учащите е за добра физическа форма (боди билдинг, мускули и т.н.), следван от засилване на имунитета и общо укрепване на организма. При възрастните най-честият мотив е засилване на имунната система.

Вторият по честота мотив е за укрепване на организма, който има доста общ неконкретизиран характер. Третият по честота мотив е за по-добър сън, значително по-изразен мотив в сравнение с учащите. Значителна честота има и мотивът за отслабване, против напълняване (11,1%) .

Като се има предвид почти отсъстващата консултация от лекар при избора на хранителна добавка може да се счита, че в посочените по-горе мотиви за избор на хранителна добавка има много силно изразен случаен или чисто емоционален елемент. Този факт показва, че изборът на консумираните хранителни добавки не е задълбочено мотивиран и обоснован в здравно-медицински аспект, т.е. касае се предимно за неинформиран избор на хранителни добавки.

Фиг. 10 Мотиви за консумиране на хранителни добавки

(Отговори в %)

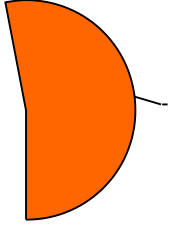
Интересен е въпросът за влияние на семейството и приятелската среда върху честотата на консумацията в учениците. На въпроса: „В семейството ви има ли някой, който също консумира хранителни добавки?” отговор „Да” дават доста малко от анкетираните лица (103). На въпроса: „Сред вашите приятели има ли някой, който също консумира хранителни добавки?” отговор „Да” дават значително повече анкетирани (169). Това индиректно показва, че приятелската среда има по-силно влияние върху мотивацията за консумация на хранителни добавки.

❖

4.7. Роля на аптеката за избора на хранителна добавка

Аптечният персонал може да бъде добър информационен източник и консултант при избора/покупката на дадена хранителна добавка. Според повече от половината анкетирани лица (53%), те не получават полезна консултация и ясни указания от аптекаря относно консумацията на ХД.

Фиг. 11. Роля на аптеката за избора на хранителна добавка



<u>Въпрос:</u> При избора/покупката на хранителна добавка получавате ли полезна

консултация и ясни указания от фармацевта относно нейната консумация:

Отговорите по този въпрос (фигура 11) свидетелстват, че ролята на аптеката като необходим консултант при избора на хранителна добавка е минимална. В процеса на покупката на хранителна добавка все още не се е наложила функцията на фармацевта като надежден здравен консултант на клиента.

❖

4.8. Отношение и доверие към рекламите

В контекста на информираност за хранителните добавки са интересни данните за мнението и доверието на анкетираните лица към рекламите на хранителни добавки по медиите, като се има предвид, че именно рекламите са най-достъпната и разпространена форма за информиране на клиентите изобщо.

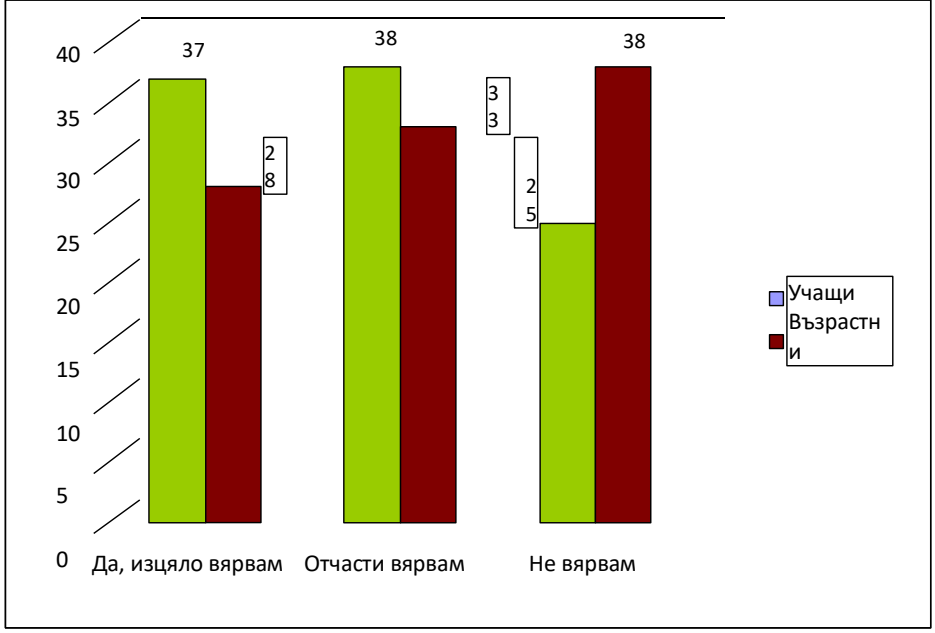
Табл. 2. Мнение за рекламите на хранителните добавки

Въпрос: В каква степен вярвате на рекламите за хранителни добавки?

Отговори	**Учащи** Брой / %	**Възрастни** Брой / %	**P**
Да, изцяло вярвам	95 / 36,8%	73 / 28,3%	< 01
Отчасти вярвам	99 / 38,4%	84 / 32,6%	< 005
Не вярвам	64 / 24,8,%	97 / 37,6%	< 001
Всичко	258 / 100%	254 / 100%	

Както личи на таблица 2 и фигура 12, отговорите на анкетираните лица по този въпрос показват, че процентът на антетираните с пълно доверие, частично доверие и липса на доверие към рекламите по медиите е почти равномерен – около една трета. Има известна **разлика** в степента на доверие между учениците и възрастните анкетирани лица.

Фиг. 12 Доверие към медийните реклами на хранителните добавки (в %)


40
35
30
25
20
15
10
5
0
37
28
38
33
25
38
Да, изцяло вярвам
Отчасти вярвам
Не вярвам
Учащи
Възрастни

Личи известна тенденция за по-високо доверие към медийните реклами сред учениците в сравнение с възрастните респонденти. Пълното доверие в учениците е с 8,5% по-високо, а липсата на доверие е с 13% по-ниска от това на възрастните лица (статистически значима разлика). Вероятно това се дължи на по-големия жизнен опит и на по-високата критичност на възрастните респонденти към определен вид медийна информация в сравнение с учениците, които са в старта на своя социален живот.

❖

4.9. Оценка доколко информативни са етикетите и листовките на хранителните добавки

Етикетите и листовките са първия достъп и директен контакт на потребителя до информацията за хранителните добавки. Затова

отношението, оценката и вниманието, което потребителят отделя на етикетите и листовките е много важно.

На фигура 13 е отразено мнението и оценката на анкетираните лица за информативната стойност на етикетите и листовките. Вижда се, че малко повече от половината анкетирани (54,2%) не са удовлетворени от информацията, която им предоставят етикетите и листовките на хранителните добавки, обобщено оценявана по критерии достатъчност и яснота.

Може да отбележим, че по принцип етикетът няма възможност да предоставя значителен обем информация, но листовката в това отношение няма ограничения. Така или иначе, информативната стойност на етикетите и листовките си остава проблем, който следва по-целенасочено да се анализира от производители и контролни органи и съответно да се решава в позитивна посока. В тази насока, както бе отбелязано по-горе, е необходим по-целенасочен контрол от страна на БАБХ (Българска агенция за безопасност на храните) върху формата и съдържанието на етикетите и листовките на хранителните добавки.

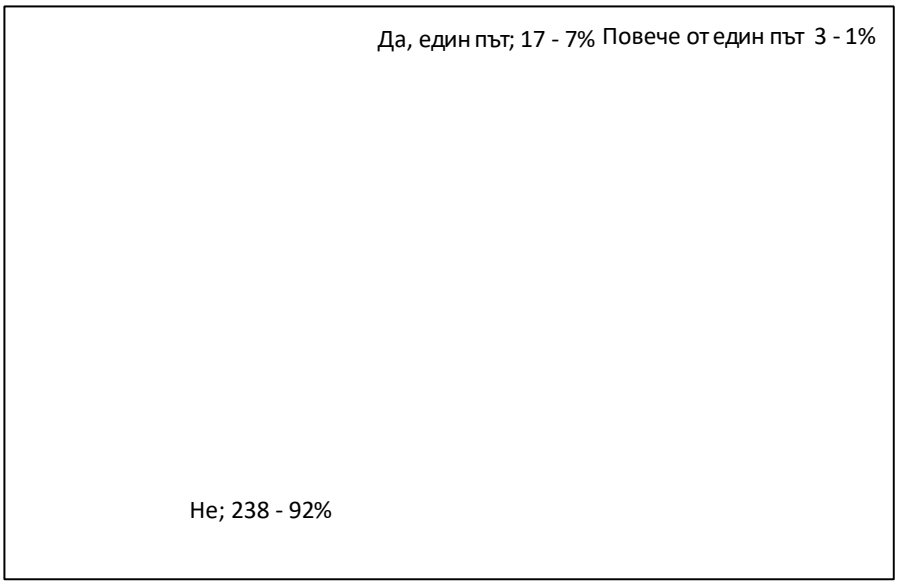
Фиг.13. Оценка на информативната стойност на етикетите и листовките на хранителни добавки

Въпрос: Достатъчна и ясна ли е информацията, която получавате от етикетите и листовките на хранителните добавки?

4.10. Здравно-възпитателни лекции и беседи, посветени на хранителните добавки

В предишните текстове вече бе отбелязана острата необходимост от повишаване здравната грамотност на цялото население по проблемите на хранителните добавки. Това определя съответно нуждата от по-целенасочена и системна здравно-възпитателна дейност по този проблем с възможните разнообразни средства. В тази насока съществена роля играят добре организираните, тематично конкретизирани лекции и беседи. В този контекст информираният избор на хранителни добавки е пряк резултат и индикатор за дейността по здравна грамотност на населението изобщо и специално на организираните лекции и беседи сред подрастващото поколение.

Фиг.14. Посетени лекции и беседи от учениците по проблемите на хранителните добавки



Данните от нашата анкета свидетелстват за оскъдна, инцидентна и почти липсваща дейност за целенасочена здравна грамотност по проблема хранителни добавки. На фигура 14 личи, че почти липсват здравни беседи с тематика за ролята, ползите и рисковете от консумация на хранителни добавки.Тоа е резултат от неоправдано подценения профилактичен принцип в дейността на здравната система, както и на слабата координация между Агенцията за безопасност на храните и Министерството на здравеопазването.

Това безспорно влияе негативно в процеса на адекватен информиран личен избор на хранителна добавка, прави този избор спонтанен и неефективен. В тази насока много отговорна става дейноста на редица институции за програмиране и организиране на здравно-възпитателна дейност, базирана на принципите на промоция на здравето. Това са преди всичко Дирекция по промоция

на здравето към РЗИ, Националният център по обществено здраве и анализи като структури на МЗ, както и редица академични структури и др.

❖

4.11. Дейността на медиите като фактор за адекватна здравна грамотност по проблемите на хранителни добавки

Медиите имат огромни възможности и инструменти за здравно възпитание на обществото. Но данните от нашата анкета показват, че тези възможности не се използват пълноценно, че е крайно незадоволителна дейноста и ролята на медиите (радио и телевизия) за здравната грамотност на населението изобщо и по-специално относно консумацията на хранителни добавки.

Проследяването на телевизионните предавания показва голяма рядкост на тематиката за хранителните добавки, въпреки нейната нарастваща актуалност. Освен това, в медийните предавания и интервюта по здравни проблеми участват изключително лекари-клиницисти, които повече говорят за болести и лечебни методи, отколкото за профилактика и особено за рационално хранене, в това число за ползите и рисковете на хранителните добавки. В този контекст изключение правят отделни медийни беседи през последните години с водещи специалисти по здравословно хранене /проф. д-р Д. Байкова, проф. д-р Б. Попов/ и др.

Нашите наблюдения върху радио и телевизионните предавания по здравна тематика показват, че те са доста рекламно ориентирани за отделни лечебни заведения или интервюта с отделни лекари-

клиницисти по конкретни клинични проблеми и лечебни методи, които не са задачи на здравното възпитание на обществото, а са тясно определени професионални проблеми на медиците. В хода на изследването си поставихме допълнителна задача да проследим в рамките на пет работни дни предаванията по здравни проблеми на три популярни телевизионни канала (с оглед анонимност не цитираме имената на тези канали).

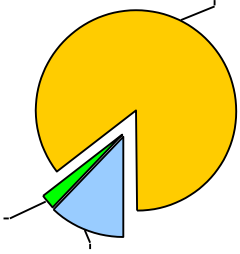
Установихме, че от общо 21 предавания повече от тях са посветени на тясно-професионални клинични проблеми и само 3 са фактически здравно-възпитателни предавания с тематика за здравословен стил на живот, в които само едно предаване е отчасти посветено на рационалното хранене с бегло споменаване на проблема хранителни добавки.

В този аспект в перспектива следва по-обстойно да се анализира здравно-възпитателната роля на медиите изобщо и в частност относно здравословното хранене и проблема за информиран избор и здравословна консумация на хранителните добавки.

Както личи от фигура 15, огромен процент от анкетираните лица (85%) изобщо не си спомнят да са слушали по радио или да са гледали по телевизия конкретни предавания за хранителните добавки, водени от специалисти в тази област.

Фиг. 15. Роля на медиите като източник на информация за хранителните добавки

Въпрос: Като радиослушател и телевизионен зрител гледали ли сте специални предавания за хранителните добавки, водени от специалисти в тази област?



Очевидно следва да се търсят подходи за съществено нарасване ролята на медиите като надежден информационен източник за хранителните добавки.

Представените по-горе данни показват актуалността на проблема за консумация на хранителни добавки изобщо, в частност при учениците и доказват необходимостта от по-целенасочена конкретна тяхна информираност и по-висока здравна култура.

Отчетлива е необходимостта от създаване на гаранции за информиран адекватен избор на всяка една консумирана хранителна добавка. В тази насока безспорно са нужни серия по-детайлни изследвания на този проблем в бъдеще, ориентирани към всички възрастови групи в мащабите на цялата страна, с приоритетна насоченост към младите генерации.

Необходимо е ясно да се очертае ролята и приносът на информирания избор и на адекватната консумация на хранителни добавки за укрепване на позитивното здраве на обществото в светлината на концепцията за промоция на здравето.

❖

4.12. Анализ на данни от анкета на посещаващи фитнес-центрове

За целта на нашето изследване анкетирахме и един специфичен контингент, който по наше мнение има специфично отношение към консумацията на хранителни добавки: посещаващи фитнес центрове (72).

Данните от анкетата показват, че процентът на консумиращите хранителни добавки и мотивацията за консумирането имат доста различни характеристики и стойности, различни от тези на общия контингент анкетирани лица по настоящето изследване. Това е видно на фигура 15 и на таблица 3.

Данните от фигура 16 заслужават интерес, поради разликите в честотата на консумация на ХД общо и в един специфичен контингент, какъвто са посещаващите фитнес-центрове.

Фиг. 16. Честота на консумацията на хранителни добавки при посещаващи фитнес-центрове (в %)

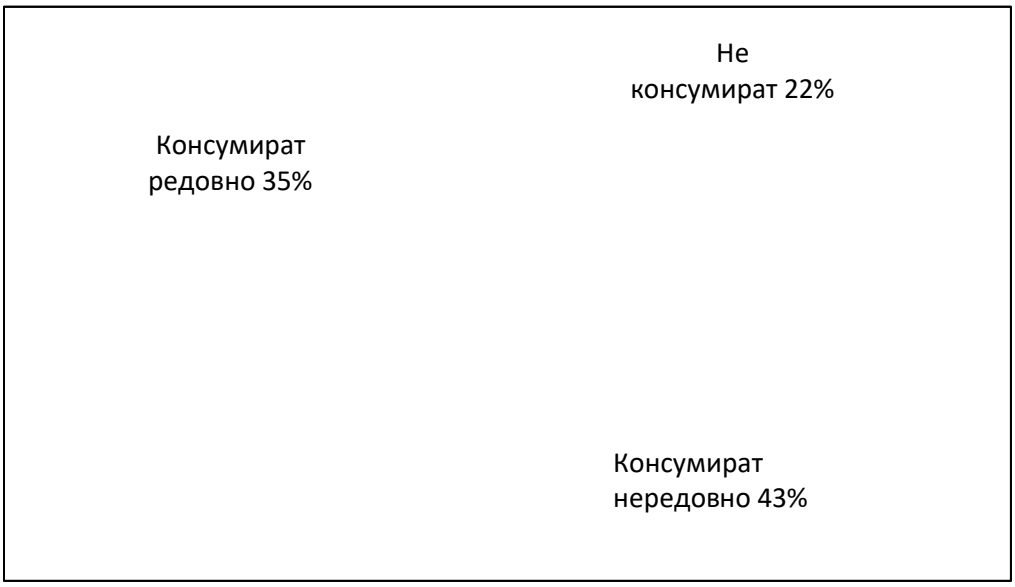


Табл. 3. Мотиви за консумиране на хранителни добавки при посещаващи фитнес-центрове

Мотиви	Брой отговори
Не консумират	16
Против заболявания (алергия и др.)	1
Добра физическа форма (мускули и др.)	49
Против напълняване (за отслабване)	19
Общо укрепване на организма	47
Засилване на имунитета	46
Подобряване зрението	2
За здрав сън (напр. мелатонин)	-
За повишаване сексуална активност	2
Общо отговори	177

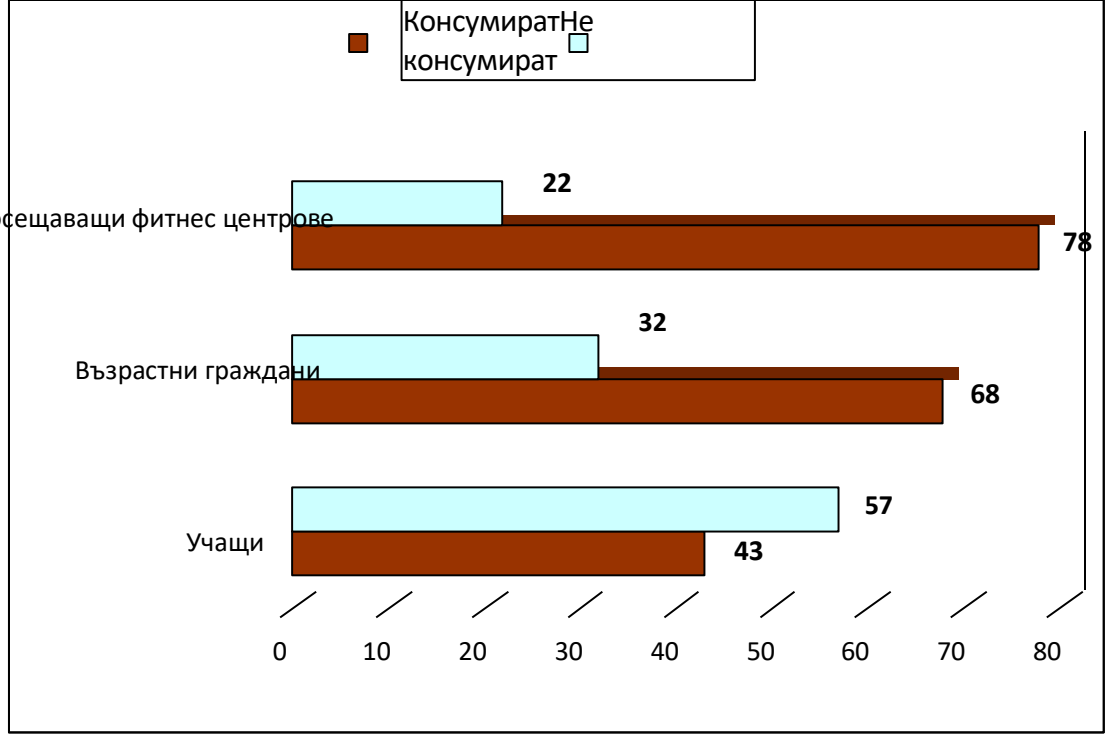
Бележка: Броят на отговорите е по-голям от броя на анкетираните, поради възможност за повече отедин отговор по този въпрос.

Вижда се, че честотата на консумиране на хранителни добавки сред посещаващите фитнес-центрове е в значимо по-висок процент в сравнение с останалите анкетирани учащи и възрастни граждани.

Както бе посочено по-горе, това е свързано с водещия мотив на тази консумация – добра физическа форма (боди билдинг, мускули и др.), която като правило е и самата мотивация за посещаване на фитнес центровете.

В тази насока очевидно възниква необходимостта от едно бъдещо по-детайлно изследване върху високия процент на консумация на хранителни добавки при посещаващите фитнес-центровете с насоченост и изясняване, както на позитивните ефекти, така и на рисковете от тази консумация.

Фиг. 17. Сравнителни данни за честота на консумация на хранителни добавки от учащи, възрастни граждани и от посещаващи фитнес-центрове (в %)


КонсумиратНе консумират
Посещаващи фитнес центрове
22
78
Възрастни граждани
32
68
Учащи
57
43
0
10
20
30
40
50
60
70
80

4.13. Еспертна оценка относно информирания избор на хранителни добавки

За експертна оценка чрез специален въпросник е взето мнението на фармацевти от аптечната мрежа и на специалисти по хранене от Българската агенция по безопасност на храните (БАБХ) относно нивото на обществената информираност по хранителните добавки е информирания избор на хранителни добавки от техните консуматори (общо 109 анкетирани).

Считаме, че мнението на експерите има много висока обективност и познавателна стойност, затова заслужава повишено внимание в познавателен и чисто практически аспект.

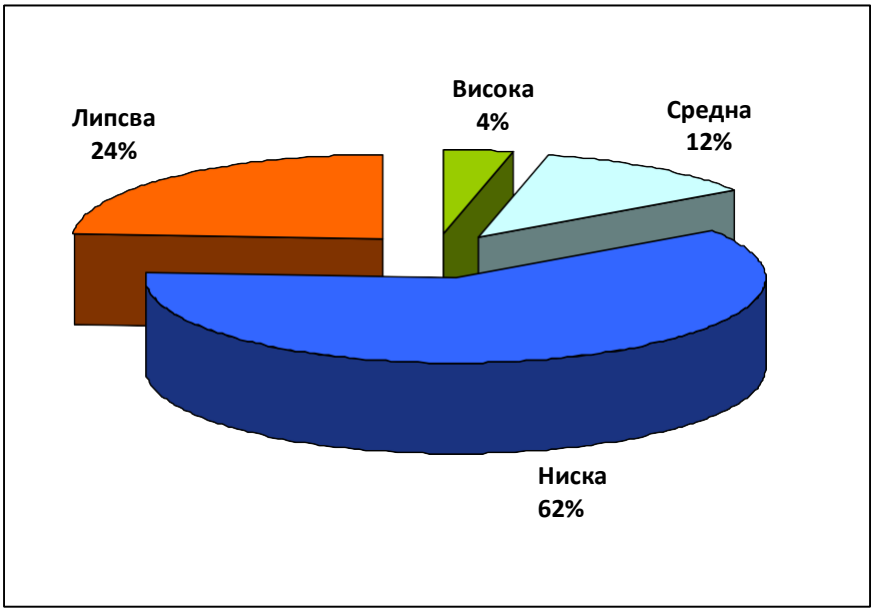
Отговорите на експертите свидетелстват за ниска обществена информираност по въпроса за хранителните добавки. Както се вижда от фигура 18, повече от половината експерти оценяват обществената информираност като ниска или липсваща. Тези данни съвпадат в значителна степен с резултатите от анкетата на учащи и на възрастни граждани, цитирани в предишната глава. Но се вижда , че мнението на експертите много по-категорично и критично оценява крайно незадоволителната информираност на населението относно хранителните добавки, техните полезни ефекти и рискове.

Данните показват, че огромен процент от експертите (75,3%) оценяват, че консумацията на хранителни добавки не се базира на достатъчно информиран избор (таблица 4). Тези данни корелират с ниската оценка, която експертите дават на подготвеността на лекарите и в частност на личните лекари по проблема хранителни добавки, както корелират и с ниската информативна стойност на етикетите и листовките на рекламите (фиг.12) и също наличието на

заблуждаващи и подвеждащи реклами на хранителните добавки и недостатъчното доверие към техните реклами (фигура 17).

Фиг. 18. Експертна оценка на обществената информираност за хранителните добавки

Въпрос: Как най-общо оценявате обществената информираност у нас относно хранителните добавки?



Очевидно според експертите, нивото на информираност при избора на хранителни добавки от страна на консуматорите им е сериозен здравно-поведенчески проблем, който следва да се реши с комплексен подход на системно здравно образование и възпитание на населението.

Следва да се отбележи и незадоволителната оценка, която експертите дават на телевизионните предавания относно хранителните добавки. Някои експерти считат телевизионните предавания за манипулативни и повече с рекламна насоченост с цел печалба. Това е един частен аспект на нерешения общ проблем с регулиране на медийните реклами на лекарствени средства

изобщо и на тематиката и съдържанието на здравните предавания и интервюта с лекари в медиите, които често съдържат манипулативни внушения и дори явни или скрити реклами на институции, имена на специалисти, лекарствени средства и хранителни добавки.

Според отделни експерти някои телевизионни предавания и реклами създават впечатление, че хранителните добавки се консумират с лечебна цел, което е погрешно становище – по своето предназначение хранителните добавки не са лекарства (по-обстойно този въпрос е анализиран в глава 2.4).

Няколко експерти (6) считат, че следва да се прекрати продажбата на хранителни добавки по интернет (онлайн).

Табл.4. Експертна оценка на информирания избор на хранителни добавки

Въпрос: Считате ли, че консумацията на хранителни добавки се базира на достатъчно информиран избор от страна на консуматора?

Оценка	Брой отговори	Процент	Групирано
Да	13	11,9 %	24,7 %
По-скоро да	14	12,8 %	
По-скоро не	40	36,7 %	75,3 %
Не	42	38,5 %	
Всичко	109	100	100

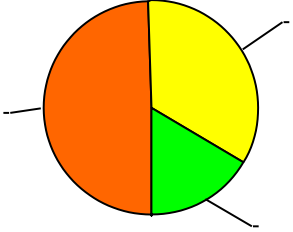
Табл. 5. Експертна оценка на рекламите на хранителните добавки

Въпрос: Многобройните реклами в медиите за хранителни добавки дават ли достоверна информация?

Оценка	Брой отговори	Процент	Групирано
Да	15	13,8 %	39,5 %
По-скоро да	28	25,7 %	
По-скоро не	43	39,4 %	60,5 %
Не	23	21,1 %	
Всичко	109	100	100

Фиг. 19. Експертно мнение за наличие на заблуждаващи и подвеждащи реклами

Въпрос: Според вас има ли заблуждаващи и подвеждащи реклами на хранителни добавки:



В анкетата на експертите специален акцент бе даден на въпроса за свободната нерегулирана достъпност на хранителните добавки до консуматорите. Считаме, че този проблем е актуален,

поради две обстоятелства: наличието на определени рискове от консумацията на хранителни добавки (независимо от безспорните позитивни ефекти) и ниската степен на обществена информираност по проблема за хранителните добавки, респективно наличието на недостатъчно обоснован информиран избор на хранителни добавки от консуматорите.

Изключително впечатляващи са данните на таблица 6. Вижда се, че огромен процент от експертите не са позитивно настроени към абсолютно свободния достъп до хранителни добавки. 90,8% от експертите са на мнение да има свободен достъп само до някои видове хранителни добавки, а другите (по специален списък) да се продават само срещу лекарска рецепта.

Табл. 6. Експертно мнение относно свободния достъп до хранителни добавки

Въпрос: Считате ли, че трябва да се запази сегашният свободен достъп до хранителни добавки или е нужна рецепта от лекар?

Мнение	Брой отговори	Процент
Абсолютно свободен достъп за всички хранителни добавки	7	6,4 %
Свободен достъп само до някои видове хранителни добавки, а други (по специален списък) да се продават само срещу лекарска рецепта	99	90,8 %
Без свободен достъп – всички хранителни добавки с рецепта.	3	2,8 %

Тези експертни становища заслужава да бъдат обект на специално внимание от страна на институциите и органите по контрол на храните и специално по контрол на достъпността и

консумацията на хранителните добавки. В тази насока е нужна координация на БАБХ (Българска агенция за безопасност на храните) и Министерството на здравеопазването.

Очевидна е нуждата от преоценка на нормативната база относно контрола върху производството, качеството, научните доказателства за ефективността, за възможните рискове и за достъпността на хранителните добавки.

❖

5.Обобщение

- Необходимост от здравословна консумация на хранителни добавки, базирана на здравна грамотност и адекватен информиран избор

Консумацията на хранителни добавки е актуален здравен и социален проблем на нашето съвремие. От друга страна, достъпът до информация за подходящата превантивна грижа и повишаване качеството на живот чрез личен активен, информиран избор на хранителни добавки изисква съответно ниво на здравна грамотност.

Консумацията на хранителни добавки е специфичен тип здравно поведение, което се детерминира от нивото на здравната грамотност и култура на населението.

Нужна е съвременна здравна култура, за да може тази консумация да противодейства на дисбалансите и дефицитите в хранителния режим на хората, а от друга страна, да се преодолява

честият неинформиран избор и рисковете от консумация на хранителни добавки.

Както показва литературният обзор и данните от конкретното емпирично проучване, информираността и здравната грамотност за хранителните добавки е незадоволителна. Това рефлектира върху решението на консуматорите за избор на хранителните добавки, което много често е спонтанно или неадекватно.

Установява се определен дефицит на достатъчно обоснован информиран избор на хранителни добавки. Източниците на информация за тях нерядко са случайни и не са базирани на компетентно професионално мнение. Най-чести източници са мнения на приятели и реклами по инернет. Значителна част от анкетираните нямат достатъчно доверие на рекламите за хранителни добавки.

Актуалната необходимост от повишаване на здравната грамотност се подчертава от експертите на СЗО. Без определено ниво на здравна грамотност няма гаранция адекватен избор на хранителни добавки и съответно за тяхната ефективна консумация.

Дейностите за една съвременна пълноценна здравна грамотност по проблемите на хранителните добавки са инвестиция с дългосрочен ефект за рационално здравно поведение на населението и за здравословен стил на живот, съзвучен с принципите на промоция на здравето.

В тази насока приоритетна група от населението са младите възрастови групи и учениците. Проблемът за здравната грамотност относно хранителните добавки придобива специфична значимост като се има предвид, че те не са лекарства и покупката им не изисква лекарска рецепта, не подлежат на системен контрол от

здравните органи, а достъпът до тях и изборът им е абсолютно свободен за консуматорите.

Необходима **база** на ефективните дейности за здравна грамотност е те да станат приоритет на националната здравна политика и да се реализира чрез масови кампании и програми.

Целесъобразно е използването на комплекс от съвременни подходи и иновации:

- Популярни здравно-възпитателни лекции и беседи с използване на мултимедиийни презентации;
- Системни добре подготвени медийни предавания с участието на компетентни специалисти;
- Целенасочена здравно-възпитателна дейност на личните лекари чрез беседи и групови образователни програми;
- Печатни материали – листовки, статии и брошури.
- Възможностите на интернет с популярни материали и прецизирани достоверни реклами за хранителните добавки;
- Иновативни технологии от типа на мобилна здравна информация, дигитален маркетинг и др.

Специално внимание следва да се отдели на осигуряването на надеждна информация чрез рекламите за хранителни добавки. Установени са чести заблуждаващи и подвеждащи реклами, които дават нереалистични максималистични надежди у консуматорите на хранителните добавки.

В тази насока съществено нараства ролята и отговорността на медиите както по отношение на здравно-възпитателни предавания, така и за по-регулирано и компетентно обосновано излъчване на разнообразните реклами за хранителни добавки.

6. Заключение

Последното десетилетие се характеризира с нарастващ интерес към промоция на здравето и намаляване риска от възникване и развитие на заболяване. Научните доказателства за възможностите и ролята на хранителните добавки създават нови перспективи за превантивната медицина в нейната мисия за опазване и подобряване здравните потенциали на обществото.

Консумацията на хранителни добавки стана актуален здравен и социален проблем на нашето съвремие с нарастваща значимост.

Все по широката употреба на хранителните добавки ще се обуславя от нарастване на ролята им като съществен елемент на превантивната медицина и промоция на здравето за профилактика и намаляване честотата на най-широко разпространените социално-значими заболявания. От друга страна, достъпът до информация за подходящата превантивна грижа и повишаване качеството на живот чрез личен активен, информиран избор на хранителни добавки изисква съответно ниво на здравна грамотност.

Утвърждаването на концепцията за поддържане на оптимално здраве през целият живот на човека и за възможно най-ранна превенция на рисковете за неговото здраве ще продължи да увеличава приложението на хранителните добавки в здравеопазната практика, което неминуемо ще доведе до стабилен и продължителен ръст в тяхното производство и продажби.

Използването на хранителните добавки и на функционалните храни е фактор на балансирано хранене, минимизиране на здравните рискове, предотвратяването на преждевременното

ранно стареене, стимулиране растежа и развитието на подрастващите.

През последните години мощната индустрия на хранителните добавки е сред най-динамично развиващите се в световен мащаб, а интересът към здравословните продукти продължава да расте главоломно и у нас. Хранителните добавки не трябва да се използват за заместители на разнообразното хранене, а да обогатяват храната с нутриенти и биологично активни вещества за подкрепа на здравето, като намаляват риска от хранителни дефицити, действат благоприятно върху различни структури и функции в организма. Хранителните добавки не могат да имат претенции за предотвратяване или лечение на заболявания (С. Петрова). Предназначението на хранителните добавки е да обогатяват храната с хранителни и други биологично активни вещества, да намаляват риска от развитието на хранителни дефицити и по този начин да действат благоприятно върху различни структури и функции в организма и да укрепват здравето.

Често се дискутира има ли нужда от хранителни добавки. При разнообразно хранене и подходящ избор на храни можем да посрещнем потребностите си от хранителни вещества, така че да поддържаме добро здраве и работоспособност, а при децата – нормално развитие и растеж.

В този процес нараства ролята на личните лекари, които трябва да поемат своята част в процеса на активна профилактика и превенция. Българите се нуждаят от добре организирани кампании, фокусирани към здравословния стил на живот. Ключ към подобни успешни кампании е разбирането и положителните решения по отношение на хранителния режим. Адекватното разбиране за

значението на определени хранителни съставки и добавки е от съществено значение за общото здравословно състояние и благополучие. Либералният режим за продажба и масовите реклами обаче водят до проблема, че потребителите често изобщо не съобщават на лекарите дали и какви хранителни добавки използват, а всъщност голяма част от тях имат взаимодействия с лекарствата, които могат сериозно да въздействат на организма. Двигател на пазара на хранителни добавки е една нарастваща прослойка потребители, които влагат много средства в профилактика и зелен начин на живот. Тъй като този сегмент клиенти се разширява, бързо растат и продажбите в най-високия ценови сегмент добавки.

Това именно са клиентите, които използват висококачествени добавки, витамини и се стараят по-дълго да нямат досег със системата на здравеопазването. Това обаче са и потребителите, които са най-взискателни - четат много, имат конкретни изисквания към произхода на продукта и неговото качество и лесно не могат да бъдат убедени да купуват. Интернет търговията с добавки, която се развива чудесно, но не може да бъде обхванатa от пазарните проучвания идва точно от тези потребители.

В достъпната ни литература не открихме публикувано специално изследване върху проблема за информиран избор на хранителни добавки и свързаната с него здравна грамотност.

В настоящия труд се анализира нивото на информираност за хранителните добавки в контекста на тяхната роля за ефективна промоция на здравето и намаляване риска от възникване и развитие на заболяване.

Първичната информация за изследването е получена чрез анонимна анкета на случайно избран контингент граждани и учащи

относно консумацията на хранителни добавки. Анализирано е и експертно мнение по тази проблематика.

ИЗВОДИ

- Установява се, че значителен процент от анкетираните лица са недостатъчно информирани или изобщо неинформирани относно реалната полза и рискове от консумацията на хранителните добавки.
- Голям процент са консумирали дадена хранителна добавка по свой личен избор, без да търсят консултация с лекар;
- Най-честият мотив за консумиране на хранителни добавки при учащите е за добра физическа форма (за фитнес, мускулна маса и др.), а сред възрастните за подобряване на имунната система и за отслабване;
- Информация за качеството на използваните добавки се получава в най-голям процент от телевизия, интернет и от приятели;
- Няма достатъчно високо доверие на анкетираните към медийните реклами на хранителни добавки; по-ниско е нивото на доверие към рекламите у възрастните анкетирани.
- Интересни са данните от анкетата на един специфичен контингент, какъвто са посещаващите фитнес-центрове, при които честотата на консумиране на хранителни добавки е значително по-висока в сравнение с останалите анкетирани учащи и възрастни граждани. Водещият и почти единствен мотив за консумация при този контингент е добра

физическа форма, която като правило е и тяхна мотивация за посещаване на фитнес центровете.

- Анализираното мнение на експертите показва, че те много по-категорично и по-критично оценяват крайно незадоволителната обществена информираност относно хранителните добавки, техните полезни ефекти и рискове. Огромен процент от експертите (75,3%) оценяват, че консумацията на хранителни добавки не се базира на достатъчно информиран избор.
- Специално внимание заслужава и критичното мнение на експертите по важния въпрос за свободната нерегулирана достъпност на хранителните добавки до консуматорите. Впечатляващо е, че според 90,8% от експертите свободен достъп следва да има само до някои видове хранителни добавки, а останалите (по специален списък) да се продават само срещу лекарска рецепта.
- Данните от анкетата показват, че ролята на аптеката като необходим консултант при избора на хранителна добавка е минимална. При покупката на хранителна добавка все още не се е наложила функцията на аптекаря като надежден здравен консултант на клиента.
- Установява се крайно незадоволителна дейност и роля на медиите за здравната грамотност на населението изобщо и по-специално относно консумацията на хранителни добавки, въпреки големите възможности, които имат медиите в тази насока.
- Подчертана незадоволителна оценка на телевизионните предавания относно хранителните добавки дават

експертите, определен процент от които считат телевизионните предавания за манипулативни и повече с рекламна насоченост с цел печалба.

Хранителните добавки са важна добавка към здравословния начин на живот, но те не са храна. Техният прием сам по себе си не гарантира добро здраве, ако не се осигурява пълноценна храна, двигателна активност, време за почивка и сън. Но хранителните добавки могат да запълнят дефицитите, така че значително да подобрят качеството на живот. През последните години приемането на хранителни добавки се промени значително с възходящ тренд. Хората са свикнали с тяхното използване, тъй като са по-информирани в сравнение с предходните години.

Превенцията и грижата за здравето **са** лична и обществена отговорност – отговорността на родители, педагози, медици и общество как да се инвестира пълноценно в укрепване здравето чрез подобряване на здравната култура в посока към рационално хранене, вкл. и чрез хранителни добавки.

ПРЕПОРЪКИ:

Към Българска агенция по безопасност на храните /БАБХ/, Дирекция профилактика на болестите и промоция на здравето към РЗИ, Националният център по обществено здраве и анализи като структура на МЗ, общопрактикуващи лекари :

- Нужно е формиране и утвърждаване на ясно обществено съзнание и убеждение, че хранителните добавки, в чието производство и пазар е ангажирана мощна индустрия и корпорации, нямат за цел да заместват нормалното

хранене, а да оптимизират, допълват и обогатяват хранителната програма;

- Задача на здравното възпитание и здравната грамотност е да преодолее погрешната представа, че хранителните добавки са лекарства. Под въздействие на рекламата много хора решават, че с хранителните добавки ще отстранят някои болестни състояния. Тази заблуда може да доведе до необоснована свръхконсумация на хранителни добавки със съответните рискове;
- В тази насока е нужно изграждане на култура на храненето специално у подрастващите и учениците. Необходимо е насочено внимание към здравното възпитание на учениците, предоставяне на по-обстойна и достъпна информация за ползата и рисковете от употребата на хранителни добавки;
- Актуален проблем за решаване е програмирано повишаване ролята на медийните реклами като достоверни информационни източници за хранителни добавки;
- В тази насока е нужно и принципно подобряване **ролята на аптеките** като надеждни консултанти и информатори на своите клиенти в процеса на избор на хранителни добавки;
- Задача на **личните лекари** е по-активно да насочват своята здравно-възпитателна дейност относно консумацията на хранителни добавки при своите пациенти с акцент към подрастващите;

- Обективна е потребността от системни беседи и и лекции в училищата на тема хранителни добавки – информиран избор и консумация;
- В учебните програми на факултетите по обществено здраве и в частност на катедрите по превантивна медицина е необходимо да се включат специални модели с тематика по проблемите на хранителните добавки;
- Внедряването на редица иновации за повишаване на здравната грамотност като мобилно здраве, контролни списъци (checklists), рейтингови карти (scorecards) и други онлайн и мобилни технологии;
- Необходимо е ускорено въвеждане на дигиталния маркетинг, който се осъществява в онлайн/дигитална среда. За разлика от традиционния маркетинг, този тип интернет маркетинг ще бъде по-достъпен за всички, ще избягва посредници, които оскъпяват продуктите;
- Преоценка на нормативната база относно контрола върху производството, качеството и научните доказателства за ефективността, за възможните рискове и за рационално регулиране достъпността на хранителните добавки до масовия консуматор;
- Пазар добре регулиран и функциониращ – производители, търговци, здравни специалисти, потребители и отговорни държавни институции, да гарантират максимално безопасната и ефективна употреба на хранителните добавки и техният ценен принос за здравният статус на населението.

Нараства необходимостта от серия по-детайлни бъдещи изследвания на консумацията на хранителни добавки за укрепване на позитивното здраве. Подобни анализи следва да изясняват както нивото на консумация, така и информирания избор на хранителни добавки в различните възрастови групи с приоритетна насоченост към подрастващите в интерес на общественото здраве.

В крайна сметка, за да може бързо и успешно българският пазар на хранителни добавки да достигне европейско ниво на пазарна зрялост, е необходимо ясно осъзнаване на огромните потенциални ползи, но и немалки здравни рискове, които крият тези продукти. Необходими са също и целенасочени усилия от страна на всички, които правят този пазар добре регулиран и функциониращ – производители, търговци, здравни специалисти, потребители и отговорни държавни институции, за да се гарантира максимално безопасната и ефективна употреба на хранителните добавки и техният ценен принос за здравният статус на населението.

❖❖❖

Приноси на дисертационния труд

Приноси с научно - теоритичен характер

1. Реализиран е цялостен анализ на проблема информираност като здравно-социален проблем във връзка с нивото на здравната грамотност и като проблем на общата здравна култура на обществото; за пръв път у нас е реализиран сравнителен анализ на този проблем при ученици, възрастни и посещаващи фитнес-центрове.

2. Изяснени са комплекс социологически и социално-психологически проблеми на отношението към проблема за хранителни добавки: на индивидуалния подход за техния избор, на мотивите за избора, на доверието в медийните реклами, на консултативната роля на личния лекар, фармацевтите и др.

3. Прави се конкретен критичен анализ на незадоволителна дейност и роля на медиите за здравната грамотност на населението изобщо и по-специално относно консумацията на хранителни добавки, въпреки големите възможности, които имат медиите в тази насока.

4. За пръв път се представя и анализира експертна оценка на свободната нерегулирана достъпност на хранителните добавки до консуматорите.

Приноси с практико-приложен и методичен характер

1. Направени са конкретно обосновани препоръки за системна дейност по повишаване нивото на здравната грамотност с оглед адекватен информиран личен избор на хранителни добавки.

2. В направените препоръки за по-целенасочена здравно-възпитателна дейност относно консумацията на хранителни добавки, специален акцент се поставя на ролята на личните лекари с приоритет към децата и учениците, на ролята на медиите, както и и на неправителствените организации и на социалните мрежи.

3. Обоснована е нуждата от подходи за по-ефективно използване на иновации за повишаване на здравната грамотност като дигитален маркетинг, мобилно здраве, контролни списъци (checklists), рейтингови карти (scorecards) и други онлайн и мобилни технологии като надеждни средства в посока на информиран личен избор на хранителни добавки.

Публикации във връзка с дисертационния труд

1. Славчев, С. Консумацията на хранителните добавки като проблем на здравната култура. - Медицински меридиани, 2015/2, 59-64.
2. Славчев, С. Нова перспектива за превантивната медицина – функционалните храни – Медицински меридиани, 2016/1, 51-57.
3. Славчев С., Информиран избор при консумацията на хранителни добавки. – Здравна политика и мениджмънт 2019/1, 44-50.
4. Славчев, С. Полза и рискове за здравето при употреба на хранителни добавки, Национална научна конференция с международно участие Кърджали, Научни трудове том VII, 2019 196-203с., ISSN 1314-3425
5. Славчев С., Нарастваща потребност от адекватна здравна грамотност при консумацията на хранителни добавки, Обща медицина, 2019/6, 18-20. том XXI, импакт фактор
6. S.Slavchev, THE INCREASING ROLE OF HEALTH LITERACY IN PREVENTIVE MEDICINE Medikus-International medical scientific journal 2021/1,54-61p. ISSN 2409- 563X импакт фактор
7. С.Славчев, Здравната грамотност като приоритет на превантивната медицина, Обща медицина 2021/1, 69-75с., ISSN1311-1817 импакт фактор