

UNIVERZA V LJUBLJANI
BIOTEHNIŠKA FAKULTETA
ODDELEK ZA AGRONOMIJO

Mateja GAMS

**SEZNANJENOST PREBIVALCEV Z EKOLOŠKO
PRIDELAVO SADJA NA OBMOČJU GORENJSKE**

DIPLOMSKO DELO

Visokošolski strokovni študij

Ljubljana, 2011

UNIVERZA V LJUBLJANI
BIOTEHNIŠKA FAKULTETA
ODDELEK ZA AGRONOMIJO

Mateja GAMS

**SEZNANJENOST PREBIVALCEV Z EKOLOŠKO PRIDELAVO
SADJA NA OBMOČJU GORENJSKE**

DIPLOMSKO DELO
Visokošolski strokovni študij

**INFORMATION OF INHABITANTS AS TO THE ECOLOGICAL
FRUIT PRODUCTION IN THE UPPER CARNIOLA REGION**

GRADUATION THESIS
Higher professional studies

Ljubljana, 2011

Diplomsko delo je bilo opravljeno na Biotehniški fakulteti, Oddelek za agronomijo, Katedra za sadjarstvo, vinogradništvo in vrtnarstvo.

Študijska komisija Oddelka za agronomijo je za mentorico diplomskega dela imenovala izr. prof. dr. Metko HUDINA.

Komisija za oceno in zagovor:

Predsednica: prof. dr. Katja VADNAL
Univerza v Ljubljani, Biotehniška fakulteta, Oddelek za agronomijo

Članica: izr. prof. dr. Metka HUDINA
Univerza v Ljubljani, Biotehniška fakulteta, Oddelek za agronomijo

Član: doc. dr. Robert VEBERIČ
Univerza v Ljubljani, Biotehniška fakulteta, Oddelek za agronomijo

Datum zagovora:

Delo je rezultat lastnega raziskovalnega dela. Podpisana se strinjam z objavo svojega diplomskega dela v polnem tekstu na spletni strani Digitalne knjižnice Biotehniške fakultete. Izjavljam, da je delo, ki sem ga oddala v elektronski obliki, identično tiskani verziji.

Mateja GAMS

KLJUČNA DOKUMENTACIJSKA INFORMACIJA

- ŠD Vs
DK UDK 634.1:631.147(497.4)(043.2)
KG sadjarstvo/sadje/ekološka pridelava/anketa/Gorenjska
KK AGRIS F01
AV GAMS, Mateja
SA HUDINA, Metka (mentorica)
KZ SI-1000 Ljubljana, Jamnikarjeva 101
ZA Univerza v Ljubljani, Biotehniška fakulteta, Oddelek za agronomijo
LI 2011
IN SEZNAVJENOST PREBIVALCEV Z EKOLOŠKO PRIDELAVO SADJA NA OBMOČJU GORENJSKE
TD Diplomsko delo (visokošolski strokovni študij)
OP XII, 40, [4] str., 20 pregl., 19 sl., 1 pril., 40 vir.
IJ sl
JI sl/en
AI Namen diplomskega dela je bil ugotoviti, kako so ljudje seznanjeni z ekološko pridelavo sadja na območju Gorenjske. V ta namen smo jeseni 2010 anketirali 106 anketirancev različnih starostnih skupinah na območju Gorenjske. Anketo smo izvedli s pomočjo anketnih vprašalnikov. Med anketiranci na območju Gorenjske smo opravili anketo, ki je zajemala 12 vprašanj. Na podlagi njihovih odgovorov smo analizirali poznavanje ekološke pridelave sadja. Med vprašanimi jih je 68 % odgovorilo, da ljudje premalo vemo o ekološki pridelavi sadja. Večina anketirancev pozna ekološko pridelane izdelke srednje dolgo. 83 % jih meni, da so ti izdelki predragi, hkrati pa jih je večina mnenja, da nakup takšnih izdelkov ni odvisen od mesečnega dohodka. Ugotovili smo, da je 57 % vprašanih mnenja, da v Sloveniji ni dovolj teh izdelkov. Na nakup ekološko pridelanega sadja pa najbolj vplivata kakovost in cena.

KEY WORDS DOCUMENTATION

DN Vs
DC UDC 634.1:631.147(497.4)(043.2)
CX fruit growing/fruit/ecological production/survey/Upper Carniola
CC AGRIS F01
AU GAMS, Mateja
AA HUDINA, Metka (supervisor)
PP SI-1000 Ljubljana, Jamnikarjeva 101
PB University of Ljubljana, Biotechnical Faculty, Department of Agronomy
PY 2011
TI INFORMATION OF INHABITANTS AS TO THE ECOLOGICAL FRUIT PRODUCTION IN THE UPPER CARNIOLA REGION
DT Graduation Thesis (Higher professional studies)
NO XII, 40, [4] p., 20 tab., 19 fig., 1 ann., 40 ref.
LA sl
AL sl/en
AB The aim of this study was to determine how people are familiar with organic fruit production in the Upper Carniola region. We interviewed 106 people of different age groups in the Upper Carniola region in the autumn 2010. The survey was conducted through questionnaires. Among respondents we performed a survey which included 12 questions. Based on their responses, we analyzed the familiarity of organic fruit production among respondents. Among the respondents, 68% responded answer that knowledge about organic fruit production is to low. Most of the respondents know the organic fruit production for some time. 83% of respondents believe that these products are too expensive, but most are of the opinion that the purchase of such products isn't dependent on monthly income. We found that 57% of respondents considered that in Slovenia are not enough of these products. The purchase of organically grown fruits is most influenced by the quality and price.

KAZALO VSEBINE

| | Str. |
|---|------|
| Ključna dokumentacijska informacija (KDI) | III |
| Key words documentation (KWD) | IV |
| Kazalo vsebine | V |
| Kazalo preglednic | VII |
| Kazalo slik | IX |
| Kazalo prilog | XI |
| Seznam okrajšav | XII |
| | |
| 1 UVOD | 1 |
| 1.1 VZROK ZA RAZISKAVO | 1 |
| 1.2 NAMEN RAZISKAVE | 1 |
| | |
| 2 PREGLED OBJAV | 2 |
| 2.1 SADJARSTVO V SLOVENIJI | 2 |
| 2.2 RAZVOJ EKOLOŠKEGA KMETIJSTVA IN SADJARSTVA | 2 |
| 2.2.1 Akcijski načrt razvoja ekološkega kmetijstva v Sloveniji do l. 2015 (ANEK) | 6 |
| 2.2.2 Analiza stanja ekološke pridelave v Sloveniji | 6 |
| 2.3 PODPORE EKOLOŠKEMU SADJARSTU | 8 |
| 2.3.1 Preusmeritev konvencionalnega sadjarstva v ekološko | 9 |
| 2.4 RAZLOGI ZA UŽIVANJE EKOLOŠKIH ŽIVIL | 9 |
| 2.4.1 Kaj in kje kupujemo eko izdelke? | 10 |
| 2.4.2 Kako pogosto potrošniki nakupujejo? | 13 |
| 2.4.3 Zakaj kupiti ekološko pridelane izdelke? | 13 |
| 2.4.4 Ovire pri nakupu ekološko pridelanih izdelkov | 15 |
| 2.4.5 Ponudba eko izdelkov v Sloveniji | 17 |
| 2.4.6 Izzivi trženja | 17 |
| | |
| 3 METODE DE LA IN VIRI PODATKOV | 19 |
| 3.1 METODE DE LA | 19 |
| 3.2 PRIPRAVA ANKETE | 19 |
| 3.3 IZVEDBA ANKETA | 19 |
| | |
| 4 REZULTATI | 20 |
| 4.1 OSNOVNI PODATKI O ANKETIRANIH | 20 |
| 4.2 POZNAVANJE EKOLOŠKE PRIDELAVE SADJA | 20 |
| 4.3 ODVISNOST NAKUPA OD MESEČNEGA DOHODKA | 22 |
| 4.4 CENA IZDELKA | 23 |
| 4.5 POZNAVANJE EKOLOŠKIH IZDELKOV | 24 |
| 4.6 KOLIČINA EKOLOŠKO PRIDELANEGA SADJA | 25 |
| 4.7 VEDENJE O EKOLOŠKI PRIDELAVI SADJA | 26 |

| | |
|---|-----------|
| 4.8 ZADOVOLJNOST Z IZDELKI, KI JIH PONUJAJO V SLOVENIJI | 27 |
| 4.9 POGOSTOST NAKUPA | 28 |
| 4.10 VIR INFORMACIJ O EKOLOŠKI PRIDELAVI SADJA | 29 |
| 4.11 KRAJ NAKUPA | 30 |
| 4.12 SEZONA NAKUPA EKOLOŠKEGA SADJA | 31 |
| 4.13 VZROK ZA NAKUP | 32 |
| 5 RAZPRAVA IN SKLEPI | 33 |
| 5.1 RAZPRAVA | 33 |
| 5.2 SKLEPI | 35 |
| 6 POVZETEK | 36 |
| 7 VIRI | 37 |
| ZAHVALA | |
| PRILOGA | |

KAZALO PREGLEDNIC

| | Str. |
|--|------|
| Preglednica 1: Skupno število ekoloških kmetij in velikost zemljišč v kontroli ekološkega kmetovanja po letih (Ministrstvo za kmetijstvo..., 2010) | 7 |
| Preglednica 2: Višina plačil v okviru PRP 2004-2006 (SKOP) in PRP 2007-2013 (KOP) za ekološko sadjarstvo (Ministrstvo za kmetijstvo..., 2010) | 8 |
| Preglednica 3: Anketirani po starostnih skupinah; Gorenjska, 2010 | 20 |
| Preglednica 4: Anketirani po poznavanju ekološke pridelave sadja in spolu; Gorenjska, 2010 | 20 |
| Preglednica 5: Anketirani po poznavanju ekološke pridelave sadja in po starosti; Gorenjska, 2010 | 21 |
| Preglednica 6: Anketirani po odvisnosti nakupa od mesečnega dohodka in starosti; Gorenjska, 2010 | 22 |
| Preglednica 7: Anketirani po mnenju, ali so ekološko pridelani izdelki predragi, in starosti; Gorenjska, 2010 | 23 |
| Preglednica 8: Anketirani po mnenju, ali so ekološko pridelani izdelki predragi, in spolu; Gorenjska, 2010 | 24 |
| Preglednica 9: Anketirani po času poznavanja ekoloških izdelkov, in starosti; Gorenjska, 2010 | 24 |
| Preglednica 10: Anketirani po času poznavanja ekoloških izdelkov in spolu; Gorenjska, 2010 | 25 |
| Preglednica 11: Anketirani po mnenju o ustreznosti količin ekološko pridelanega sadja in starosti; Gorenjska, 2010 | 26 |
| Preglednica 12: Anketirani po strinjanju s trditvijo, da ljudje premalo vemo o ekološki pridelavi sadja in starosti; Gorenjska, 2010 | 26 |
| Preglednica 13: Anketirani po zadovoljstvu z ekološkimi izdelki, ki jih ponujajo v Sloveniji, in starosti; Gorenjska, 2010 | 27 |
| Preglednica 14: Anketirani po pogostosti nakupa ekoloških izdelkov in starosti; Gorenjska, 2010 | 28 |

| | |
|--|----|
| Preglednica 15: Anketirani po pogostosti nakupa ekoloških izdelkov in spolu; Gorenjska, 2010 | 28 |
| Preglednica 16: Anketirani po viru informacij o ekološki pridelavi sadja in starosti; Gorenjska, 2010 | 29 |
| Preglednica 17: Anketirani po kraju nakupa ekoloških izdelkov in starosti; Gorenjska, 2010 | 30 |
| Preglednica 18: Anketirani po letnem času nakupa ekološko pridelanega sadja in starosti; Gorenjska, 2010 | 31 |
| Preglednica 19: Anketirani po letnem času nakupa ekološko pridelanega sadja in spolu; Gorenjska, 2010 | 31 |
| Preglednica 20: Anketirani po vzroku za nakup in starosti; Gorenjska, 2010 | 32 |

KAZALO SLIK

| | Str. |
|--|------|
| Slika 1: Uradni znaki in blagovne znamke za ekološke kmetijske pridelke (Kaj pomenijo ..., 2011; Zdrava prehrana, 2011), | 4 |
| Slika 2: Sestava anketiranih po starostnih skupinah; Gorenjska, 2010 | 20 |
| Slika 3: Sestava anketiranih po poznavanju ekološke pridelave sadja in spolu; Gorenjska, 2010 | 21 |
| Slika 4: Sestava anketiranih po poznavanju ekološko pridelanega sadja in po starosti; Gorenjska, 2010 | 22 |
| Slika 5: Sestava anketiranih po odvisnosti nakupa od mesečnega dohodka in starosti; Gorenjska, 2010 | 23 |
| Slika 6: Sestava anketiranih po mnenju, ali so ekološko pridelani izdelki predragi, in starosti; Gorenjska, 2010 | 23 |
| Slika 7: Sestava anketiranih po mnenju, ali so ekološko pridelani izdelki predragi, in spolu; Gorenjska, 2010 | 24 |
| Slika 8: Sestava anketiranih po času poznavanja ekoloških izdelkov in starosti; Gorenjska, 2010 | 25 |
| Slika 9: Sestava anketiranih po času poznavanja ekoloških izdelkov in starosti; Gorenjska, 2010 | 25 |
| Slika 10: Sestava anketiranih po mnenju o ustreznosti količin ekološko pridelanega sadja in starosti; Gorenjska, 2010 | 26 |
| Slika 11: Sestava anketiranih po vedenju o ekološki pridelavi sadja in starosti; Gorenjska, 2010 | 27 |
| Slika 12: Sestava anketiranih po mnenju o zadovoljstvu z ekološkimi izdelki, ki jih ponujajo v Sloveniji, in starosti; Gorenjska, 2010 | 27 |
| Slika 13: Sestava anketiranih po pogostosti nakupa ekoloških izdelkov in starosti; Gorenjska, 2010 | 28 |
| Slika 14: Sestava anketiranih po pogostosti nakupa ekoloških izdelkov in spolu; Gorenjska, 2010 | 29 |

| | |
|---|----|
| Slika 15: Sestava anketiranih po viru informacij o ekološki pridelavi sadja in starosti | 30 |
| Slika 16: Sestava anketiranih po kraju nakupa ekoloških izdelkov in starosti | 30 |
| Slika 17: Sestava anketiranih po letnem času nakupa ekološko pridelanega sadja in starosti; Gorenjska, 2010 | 31 |
| Slika 18: Sestava anketiranih po letnem času nakupa ekološko pridelanega sadja in spolu; Gorenjska, 2010 | 32 |
| Slika 19: Sestava anketiranih po vzroku za nakup in starosti; Gorenjska, 2010 | 32 |

KAZALO PRILOG

Priloga A: Anketa

SEZNAM OKRAJŠAV

| Okrajšava | Pomen |
|-----------|---|
| MKGP | Ministrstvo za kmetijstvo, gozdarstvo in prehrano |
| PRP | Program razvoja podeželja |
| GSO | Gensko spremenjeni organizmi |
| oz. | oziroma |
| št. | število |

1 UVOD

1.1 VZROK ZA RAZISKAVO

Slovenija je tradicionalna sadjarska dežela, kjer vsaj že sto let pridelujemo sadje za prodajo. V začetku 20. stoletja so nas poznali po goriških češnjah, pozneje, med obema svetovnimaj vojnama, pa po jabolkih, ki smo jih uspešno prodajali po vsej Evropi. Podnebje in tla sta tista dejavnika, ki omogočata gojenje jablan, hrušk, breskev, češenj, sliv, marelic, orehov, leske, jagod, oljk, kakija, ki jih srečujemo v večjih intenzivnih nasadih, ter številnih drugih sadnih vrst, ki rastejo predvsem v vrtovih in travniških nasadih (Štampar in sod., 2009).

Povpraševanje po ekološko pridelani hrani se je, kot posledica vedno večje občutljivosti potrošnikov za zdravstvena in okoljevarstvena vprašanja ter vprašanja glede zaščite živali, močno povečalo. Prve kontrolirane ekološke kmetije v Sloveniji so se pojavile leta 1998 in od takrat njihovo število iz leta v leto narašča. Danes predstavljajo ekološke kmetije že 7 % vseh kmetijskih zemljiščih v Sloveniji (Ministrstvo za kmetijstvo..., 2010). Eden izmed razlogov, ki lahko pojasni povečano zanimanje za ekološko pridelano hrano, je lahko strah pred konvencionalno pridelano hrano.

Ekološka pridelava sadja pomeni ravnovesje, ki se vzpostavlja z ohranjanjem raznovrstnosti življenja v naravi. Najpomembnejši cilj te pridelave je, da se ob nadzorovani uporabi gnojil in posebej dovoljenih sredstev za varstvo rastlin na gospodarsko sprejemljiv način pridelava kakovostno sadje, ob ohranitvi raznovrstnosti življenja v naravi, ob zaključenem biološkem krogu. Ekološka pridelava sadja pomeni upoštevanje določil Pravilnika o ekološki pridelavi in predelavi kmetijskih pridelkov oz. živil (2001), in sicer prepovedana je uporaba lahko topnih mineralnih gnojil in sintetičnih sredstev za varstvo rastlin, temelji na gnojenju z organskimi gnojili, varstvo rastlin pa na preprečevanju pojava bolezni, škodljivcev in plevelov. Ekološki način kmetovanja je tisti, ki se približuje kmetijstvu, katero podpira okoljsko in gospodarno trajnostni agrokulturni sistem. Predstavlja ugoden in boljši način delovanja na naše okolje, živalski svet in seveda nas kot človeštvo. Sveže sadje in zelenjava predstavljata pomemben delež znotraj zdrave prehrane.

1.2 NAMEN RAZISKAVE

Namen raziskave je, na podlagi zbranih podatkov iz anket, ugotoviti, kako je ekološka pridelava sadja poznana ljudem na območju Gorenjske. V pomoč nam je bila anketa, ki smo jo posredovali ljudem različne starosti. Vsem smo zastavili 12 vprašanj, s pomočjo katerih smo poskušali ugotoviti poznavanje ekološke pridelave sadja, pogostost in kraj nakupa ekoloških izdelkov, vzrok nakupa in zadovoljstvo z izdelki ekološke pridelave.

2 PREGLED OBJAV

2.1 SADJARSTVO V SLOVENIJI

Iz popisa intenzivnih sadovnjakov Statističnega urada Republike Slovenije za leto 2007 se s pridelavo vsega sadja ukvarja 1706 pridelovalcev na 4017 hektarjih zemljišč. Največji delež med sadnimi vrstami predstavljajo jabolane z 72 %. Bruto intenzivnih nasadov jablan je 2874 hektarjev. Zaradi geografske raznolikosti in razdrobljenosti intenzivnih nasadov jablan je neto intenzivnih jablanovih nasadov mnogo manj, 2438,7 ha. In le 230 ha je pokritih s protitočnimi mrežami. Nasadov jablan z urejenimi in delujočimi namakalnimi sistemi pa je še manj, 180 ha (Gutman-Kobal in Soršak, 2007).

V Sloveniji imamo precej neugodno starost sadovnjakov, saj je kar 12 % nasadov starih več kot dvajset let. Vse te nasade bi bilo potrebno obnoviti. S 40 % prevladujejo nasadi, stari od deset do dvajset let (Štampar in sod., 2009).

Po podatkih FAO pridelamo 150.000 ton različnega sadja, kar pomeni 75 kilogramov na prebivalca Slovenije. To je podobna količina sadja na prebivalca, kot velja v svetovnem merilu, vendar pa to ni količina, ki bi bila ponujena na trgu. Tržnega sadja v Sloveniji v dobrih letinah pridelamo do 100.000 ton. Poraba sadja, predvsem svežega, je v Sloveniji majhna, saj ga porabimo le 35 kg letno na prebivalca. Za primerjavo naj navedemo, da je celotna poraba sadja v Nemčiji več kot 100 kg letno na prebivalca. Sadjarstvo je delavno intenzivna kmetijska dejavnost in zato zelo primerna za malega kmeta. Že nekaj hektarjev intenzivnega sadovnjaka zagotavlja kmetijski družini dovolj dela. Če je sadje kakovostno, pa tudi dovolj dohodka za obstoj in razvoj kmetije (Štampar in sod., 2009).

2.2 RAZVOJ EKOLOŠKEGA KMETIJSTVA IN SADJARSTVA

Začetki razvoja ekološkega kmetijstva segajo v zgodnja devetdeseta leta 20. stoletja, in sicer so se prve kontrolirane kmetije v Sloveniji pojavile leta 1998 in od takrat njihovo število iz leta v leto narašča.

V Sloveniji se je ekološko kmetovanje pričelo hitreje razvijati v zadnjih desetih letih. Pridelava je v letih 1997-2000 potekala le na podlagi priporočil za ekološko kmetovanje. Usmeritev v ekološko pridelavo sadja se je v Sloveniji začela pod vplivom domačih zanesenjakov v drugih vejah kmetijstva. Te začetne pobude so se rojevale na več straneh. Goran Šošter iz Ljutomera je leta 1988 ustanovil podjetje Mikrokozmos, ki je pri kmetih organiziralo ekološko pridelavo in skrbelo tudi za prodajo izdelkov. Na drugem koncu Slovenije je z objavljanim člankom leta 1985 začela Meta Vrhunc. Ustanovila je društvo Ajda, ki je bilo registrirano leta 1991 (Rotvajn, 2007).

S pomočjo kmetijske svetovalne službe pa je usmerjanje v ekološko kmetovanje močnejše zaživelo. V letu 1997 je kmetijska svetovalna služba izdala Priporočila za ekološko

kmetovanje v Sloveniji. Prav tako so se v tem letu začeli s stalnim izobraževanjem kmetijskih svetovalcev na tem področju. V letu 1998 je Uprava Republike Slovenije za pospeševanje kmetijstva izdala knjižico Pira in začela izvajati 25-urne tečaje o ekološkem kmetovanju. Prav tako v tem času opažamo ustanavljanje združenj ekoloških kmetovalcev, katerih strokovni tajniki so postali kmetijski svetovalci. Nastala so združenja: Združenje za ekološko kmetovanje severovzhodne Slovenije, Združenje ekoloških kmetov Zdravo življenje, Združenje za ekološko kmetovanje Gorenjske, Združenje ekoloških pridelovalcev in predelovalcev Deteljica, Združenje za ekološko kmetovanje Dolenjske, Posavja in Bele krajine ter Združenje za ekološko kmetovanje severne Primorske (Rotvajn, 2007).

Junija leta 1999 je bila v Ljubljani ustanovljena Zveza združenj ekoloških kmetov Slovenije. To je zveza regionalnih združenj ekoloških kmetov, ki šteje več kot 350 kmetij z nadzorovano ekološko pridelavo. Standardi zveze za pridelavo in predelavo temeljijo na mednarodnih standardih IFOAM, usklajeni pa so tudi s smernicami Uredbe EU 2092/91 Ekološko kmetijstvo in Uredbe 1804/99 Ekološka reja živali. Ministrstvo za kmetijstvo, gozdarstvo in prehrano je kmetovalcem, ki kmetujejo na ekološki način, v letu 1999 prvič namenilo finančno podporo v obliki neposrednih plačil na hektar za pridelavo različnih kultur. Proračunska sredstva so bila ekološkemu kmetovanju namenjena tudi v letu 2000, ko je bila ekološkim pridelovalcem preko Agencije Republike Slovenije za kmetijske trge in razvoj podeželja izplačana podpora za 20 ha sadovnjakov. Število pridelovalcev se vsak dan večja (Ministrstvo za kmetijstvo ..., 2010).

Ekološko kmetijstvo predstavlja obliko in način kmetovanja, ki pridobiva vse večji pomen v slovenskem kmetijskem prostoru. Slovenija ima pestre naravne danosti, z različnimi tipi pokrajin in bogato krajinsko členitvijo, z velikim deležem gorsko - višinskih kmetij in drugih območij z omejenimi možnostmi za kmetijsko dejavnost. In prav zato tudi odlične možnosti za nadaljnji in pospešeni razvoj tega načina kmetovanja, ki pomembno prispeva k zagotavljanju javnih dobrin, ohranjanju kulturne kmetijske krajine, ohranjanju oziroma izboljšanju biotske raznovrstnosti, varstvu virov pitne vode in sploh varovanju celotnega okolja.

Ekološko kmetijstvo v največji možni meri vpliva tudi na trajnostno gospodarjenje z neobnovljivimi naravnimi viri ter uveljavljanje načela dobrobiti živali oziroma živalskim vrstam in pasmam prilagojeno rejo. V ekološkem kmetijstvu se celostno dopolnjujeta rastlinska pridelava in reja živali in s tem sledenje naravnim metodam in kroženju snovi v naravi. V sistemu ekološkega kmetovanja je zagotovljen tudi nepretrgan in transparenten nadzor nad pridelavo in predelavo teh pridelkov oziroma živil »od njive do krožnika« in s tem zajamčena večja varnost tistim potrošnikom, ki se za takšne izdelke oziroma živila odločijo.

Ekološko kmetovanje obenem zagotavlja pridelavo visoko kakovostne in varne hrane, z bogato prehransko vrednostjo in visoko vsebnostjo vitaminov, mineralov in

antioksidantov. Ker je uporaba lahko topnih mineralnih gnojil, kemično sintetiziranih fitofarmaceutskih sredstev (pesticidov), gensko spremenjenih organizmov in proizvodov pridobljenih iz teh organizmov ter različnih regulatorjev rasti pri tem načinu kmetovanja prepovedana, praktično ni pričakovati ostankov teh snovi v pridelkih ali živilih in posledično pri potrošnikih.

Na območju Slovenije se mora ekološke kmetijske pridelke oz. ekološka živila označevati enotno z označbo »ekološki«. Tiste ekološke kmetijske pridelke oz. živila, ki so bili pridelani oz. predelani v Sloveniji, se mora označevati z označbo »ekološki« v skladu s pravilnikom ter uporabiti zaščitni znak v skladu s predpisi o označevanju kmetijskih pridelkov oz. živil. Dovoljene so tudi dodatne označbe, kot biološki ali bio-dinamično, pod pogojem, da je pridelava oz. predelava v skladu s pravilnikom. Kmetijski pridelek oz. živilo je dovoljeno označevati z označbo »ekološki, če je zanj izdan certifikat.

Vsak pridelovalec oz. predelovalec, ki želi svoje pridelke oz. živila tržiti na območju Republike Slovenije, mora na ministrstvo, pristojno za kmetijstvo in prehrano, vložiti vlogo za podelitev zaščitnega znaka za ekološke kmetijske pridelke oz. živila, v skladu s predpisi o zaščitnem znaku za označevanje kmetijskih pridelkov oz. živil. Kmetijske pridelke oz. živila, ki se tržijo v Sloveniji se mora označevati z enotno označbo »ekološki« in to le potem, ko je bil kmetijski pridelek oziroma živilo pridelano oz. predelano v skladu s Pravilnikom o ekološki pridelavi in predelavi kmetijskih pridelkov oziroma živil (2001). Poleg označbe »ekološki« se lahko uporabljajo tudi okrajšave kot sta »bio« in »eko«. Pri označevanju kmetijskih pridelkov oz. živil je obvezna tudi uporaba evropskega logotipa. Kmetijski pridelki oz. živila so lahko označeni še dodatno z nacionalnim zaščitnim znakom v skladu s predpisom o zaščitnem znaku za označevanje kmetijskih pridelkov oz. živil. Poleg te uradne označbe, zaščitnega znaka in evropskega logotipa so lahko kmetijski pridelki in živila označeni tudi z dodatnimi blagovnimi znamkami, kot na primer: Biodar, Demeter itd. Vloga za dovoljenje za uporabo uradne označbe oz. zaščitnega znaka se vloži na MKGP.

URADNI ZAŠČITNI ZNAK:



ekološki | Republika Slovenija
Ministrstvo za kmetijstvo,
gozdarstvo in prehrano

URADNI ZNAK EU:



ZASEBNE BLAGOVNE ZNAMKE:

BIODAR



DEMETER



Slika 1: Uradni znaki in blagovne znamke za ekološke kmetijske pridelke (Kaj pomenijo ..., 2011; Zdrava prehrana, 2011)

Kontrolne organizacije vsako drugo leto izdajo Katalog dovoljenih sredstev za ekološko kmetijstvo. V njem so navedene naslednje smernice: za varstvo in nego rastlin, za gojenje, za krmljenje domačih živali, za čiščenje, razkuževanje in odstranjevanje mrčesa in za predelavo ekoloških pridelkov na ekoloških kmetijah (Ministrstvo za kmetijstvo ..., 2010).

Kontrolo nad ekološko pridelavo oziroma predelavo ekoloških kmetijskih pridelkov oziroma živil in izdajanje certifikatov v skladu s predpisi, ki urejajo ekološke kmetijske pridelke oziroma ekološka živila, lahko izvajajo organizacije, ki so pravne ali fizične osebe in ki jih na podlagi vloge z dokazili o izpolnjevanju tehničnih in organizacijskih pogojev z odločbo imenuje minister. K vlogi morajo predložiti akreditacijsko listino kot dokazilo za izpolnjevanje zahtev standarda SIST 45011, ki jo je izdal javni zavod Slovenska akreditacija ali katera druga akreditacijska služba države članice, ki je vključena v evropsko akreditacijo. Nadzor nad delovanjem organizacij za kontrolo in certificiranje izvaja Inšpektorat za kmetijstvo, gozdarstvo in hrano (Pravilnik ..., 2001).

Dosedanje vstopanje ekoloških kmetij v kontrolo in povečanje zemljišč z ekološko pridelavo predstavljajo stalno rast, kar se pričakuje tudi v prihodnjem obdobju. Še vedno pa se kaže nujna potreba po večjih količinah pridelkov in organiziranem nastopanju na tržišču, z osveščanjem potrošnikov in tudi pridelovalcev. V dosedanji pridelavi daleč prevladuje živinoreja, čeprav je povpraševanje potrošnikov po svežih vrtninah in sadju ter nemasnih predelanih, to je mlevskih in mlečnih izdelkih, veliko.

Glede na vse večje povpraševanje potrošnikov po ekoloških pridelkih in živilih ter vse večji obseg prometa s temi živilih, ne samo v Sloveniji, temveč po vsej Evropi in ostalem svetu, ima ekološko kmetovanje, oziroma ekološki pridelovalci in predelovalci razmeroma varno prihodnost; predvsem pa veliko priložnost po večjih prihodkih in višji dodani vrednosti na svojih kmetijskih gospodarstvih. Prav tako je še mnogo neizkoriščenih priložnosti v tako imenovanem eko-turizmu oz. turizmu na ekoloških kmetijah, ki lahko pomeni dobro alternativo ali dopolnitev klasičnega kmečkega turizma.

Znano je, da je povprečna intenzivnost slovenskih kmetij bistveno manjša od tiste v zahodnoevropskih državah. Pridelava je večinoma še vedno tradicionalna, z mnogo ročnega dela. Ob dejstvu, da tudi potrošnik želi vedno kakovostnejšo hrano, to prispeva k vedno večjemu uveljavljanju ekološkega kmetovanja. Tudi manjše do srednje velike mešane kmetije ponujajo dobre možnosti za prehod na ekološko pridelavo hrane. Zato je ekološko kmetovanje naletelo na precejšnje zanimanje pri pridelovalcih, katerih število iz leta v leto narašča. Tako je bilo v letu 1998 v nadzor ekološke pridelave vključenih 41 pridelovalcev, v letu 2004 pa že 1568 (preglednica 1). Vedno večje pa je tudi zanimanje potrošnikov za tovrstne pridelke oziroma živila, saj tudi potrošniki postajajo vse bolj ozaveščeni in zahtevni glede kakovosti in zdravstvene neoporečnosti pridelkov oziroma živil (Akcijski načrt ..., 2006).

2.2.1 Akcijski načrt razvoja ekološkega kmetijstva v Sloveniji do l. 2015 (ANEK)

Vlada Republike Slovenije je dne 24. 11. 2005 sprejela Akcijski načrt razvoja ekološkega kmetijstva v Sloveniji do leta 2015 (Akcijski načrt ..., 2006), ki ga je pripravilo Ministrstvo za kmetijstvo, gozdarstvo in prehrano v okviru posebne delovne skupine, v katero so bili vključeni tudi nekmetijski resorji (za okolje, za zdravje), strokovnjaki, raziskovalci, trgovci in potrošniki.

Dokument je zasnovan strateško in vsebuje analize, predloge in ukrepe po posameznih sklopih, za vzpodbujanje trajnostnega razvoja ekološkega kmetijstva v Sloveniji.

Akcijski načrt (2006) naj bi dosegel naslednje namene in cilje:

- zagotavljanje pospešenega razvoja sektorja ekološkega kmetijstva in živil kot pomembnega sestavnega dela uresničevanja trajnostnega razvoja v okviru strategije razvoja Slovenije,
- združevanje interesov različnih sektorjev za ekološko kmetovanje ter prodajo in promocijo ekoživil,
- zagotavljanje doslednega sistema nadzora (kontrole) tako pri proizvajalcih kot na trgu (od vil do vilic),
- povečanje javnega zaupanja v ekološka živila in ekološko kmetijstvo,
- omogočanje izobraževanja in osveščanja širše javnosti o prednostih ekološkega kmetijstva z vidika varovanja okolja in ohranjanja zdravja potrošnikov,
- vključevanje ekološkega kmetijstva v izobraževalne in svetovalne programe,
- vzpodbujanje raziskav na področju ekološkega kmetijstva,
- zagotavljanje varstva ekoloških pridelkov oziroma živil pred morebitno kontaminacijo z GSO,
- vsem kmetovalcem in predelovalcem, ki imajo za to interes, naj bi omogočil preusmeritev v ekološko kmetijstvo oziroma predelavo,
- omogočanje enakovrednega nastopa slovenskih ekoloških proizvodov na trgih EU,
- povečanje ponudbe kakovostnih, lokalno pridelanih in zdravju prijaznih živil/hrane na trgu in povečanje njihove porabe, še posebej v javnih zavodih (vrtci, šole, bolnice, itd.),
- spodbujanje oblikovanja t. i. kratkih oskrbnih verig z ekoživili,
- promoviranje trajnostne potrošnje prek odločanja za ekološke izdelke v celotni družbi in za vse generacije.

Slovenija ima glede na naravne danosti odlične možnosti za nadaljnji in pospešen razvoj ekološkega kmetijstva.

2.2.2 Analiza stanja ekološke pridelave v Sloveniji

S pomočjo Kmetijske svetovalne službe (Uprava RS za pospeševanje kmetijstva, krajšano URSPK) pri Ministrstvu za kmetijstvo, gozdarstvo in prehrano Slovenije pa je usmerjanje v biološko oziroma ekološko kmetovanje močnejše zaživelo v letu 1997. Nastala so številna

združenja ekoloških kmetovalcev. V letu 1999 je bila v Ljubljani ustanovljena Zveze združenj ekoloških kmetov Slovenije (ZZEKS). To je zveza regionalnih združenj ekoloških kmetov (Rotvajn, 2007).

Za začetek ekološke pridelave sadja pa lahko štejemo leta 1997, ko je Sadjarska zadruga Posavje iz Artič začela sodelovati z avstrijskim partnerjem in prevzela razmnoževanje na škrlup odporne sorte 'Topaz'.

V letu 2010 je bilo v ekološko kontrolo vključenih 2.218 kmetijskih gospodarstev (kar predstavlja 2,9 % vseh kmetij v Sloveniji) z 30.735,53 ha kmetijskih zemljišč v uporabi (6,6 % od vseh kmetijskih zemljišč v uporabi v letu 2010) (preglednica 1). Od teh je 1.897 kmetij že zaključilo preusmeritveno obdobje (pridobilo eko certifikat), ki traja najmanj 24 mesecev od prve prijave v kontrolo (Ministrstvo za kmetijstvo ..., 2010).

Preglednica 1: Skupno število ekoloških kmetij in velikost zemljišč v kontroli ekološkega kmetovanja po letih (Ministrstvo za kmetijstvo..., 2010)

| Leto | Ekološke kmetije v kontroli, število | Ekološko obdelana zemljišča v kontroli, ha | Število certifikatov | Biodinamične kmetije, število |
|------|--------------------------------------|--|----------------------|-------------------------------|
| 1998 | 41 | | | |
| 1999 | 300 | 2400 | | |
| 2000 | 600 | 5446 | 115 | 16 |
| 2001 | 1000 | 10828 | 322 | |
| 2002 | 1160 | 13828 | 412 | |
| 2003 | 1415 | 20018 | 632 | |
| 2004 | 1582 | 23019 | 910 | |
| 2005 | 1718 | 23169 | 1220 | |
| 2006 | 1876 | 26831 | 1393 | |
| 2007 | 2000 | 29322 | 1610 | 25 |
| 2008 | 2067 | 29836 | 1789 | 21 |
| 2009 | 2096 | 29388 | 1853 | 21 |
| 2010 | 2218 | 30735 | 1897 | 21 |

Število pridelovalcev se vsako leto veča. V letu 1999 je za plačilo za podukrep Ekološko kmetovanje v okviru Programa razvoja podeželja 2007-2013 zaprosilo 41 pridelovalcev, v letu 2009 pa že 1.978.

Še vedno se kaže nujna potreba po večjih količinah pridelkov in organiziranem nastopanju na tržišču z osveščanjem potrošnikov in tudi pridelovalcev. V pridelavi prevladuje živinoreja, čeprav je povpraševanje potrošnikov največje po svežih vrtninah, sadju in nemesnih predelanih živil (mlevski in mlečni izdelki).

2.3 PODPORE EKOLOŠKEMU SADJARSTU

Ekološke kmetije so finančno podporo prvič prejele v letu 1999 v obliki neposrednih plačil na hektar za pridelavo različnih kultur.

V letu 2001 je Slovenija sprejela Slovenski kmetijsko okoljski program (SKOP), v okviru katerega so bili ekološki sadjarji upravičeni do neposrednih plačil za uveljavljanje ukrepov tega programa. V okviru SKOP so bili ekološki sadjarji upravičeni do plačil že v letu 2002 (Uredba o izvedbi ..., 2003). Enake vsebine, ki se nanašajo na možnost dodeljevanja pomoči ekološkim kmetom, je Slovenija podpirala v sklopu Programa razvoja podeželja 2004-2006 (Uredba o plačilih ..., 2004).

V okviru ukrepov razvoja podeželja in na podlagi javnih razpisov, ki jih vsako leto pripravi MKGP za pridobitev finančnih sredstev za naložbe na kmetijskih gospodarstvih, obnovo obstoječih trajnih nasadov in postavitve novih lahko kandidirajo tudi ekološki pridelovalci oz. predelovalci, pri čemer so prav ekološki kmetovalci višje točkovani in ocenjeni kot neekološki.

Druge oblike podpor MKGP v obliki finančnih podpor so še: podpore posameznim družtvom oz. združenjem, promocijskim in izobraževalnim programom.

V novem programskem obdobju 2007-2013 se bo izvajala shema kmetijsko okoljskih plačil, in sicer kmetijsko okoljski podukrepi v okviru ukrepov osi 2 iz Programa razvoja podeželja Republike Slovenije za obdobje 2007-2013.

Plačila za kmetijsko okoljske podukrepe iz Programa razvoja podeželja Republike Slovenije za obdobje 2007-2013 lahko uveljavljajo upravičenci, ki so se v letu 2007 prvič vključili v izvajanje teh podukrepov, kakor tudi upravičenci, ki so v letu 2007 ukrepe SKOP 2004-2006 nadomestili s podukrepi Kmetijskega okoljskega programa (KOP) 2007-2013.

Preglednica 2: Višina plačil v okviru PRP 2004-2006 (SKOP) in PRP 2007-2013 (KOP) za ekološko sadjarstvo (Ministrstvo za kmetijstvo..., 2010)

| SADNA VRSTA | SKOP 2007 v € na hektar | KOP 2007 v € na hektar |
|--|----------------------------|---------------------------|
| Oljčniki z gostoto najmanj 150 dreves/ha, nasadi sadovnjakov z gostoto najmanj 100 dreves/ha pri orehu in kostanju ter najmanj 200 dreves/ha pri ostalih sadnih vrstah | 480,00 | 554,73 |
| Travniški visokodebelni sadovnjaki z gostoto 50-200 | 177,00 | 237,80 |

Plačila, namenjena ekološkemu kmetovanju, so bistveno višja od vseh drugih plačil.

2.3.1 Preusmeritev konvencionalnega sadjarstva v ekološko

Travniški sadovnjaki so najbolj primerni za ekološko pridelavo, saj v njih ne izvajamo varstva rastlin in ne gnojimo z mineralnimi gnojili. Intenzivni sadovnjaki, ki so obdelani na konvencionalen način, pa bi morali postopoma prehajati najprej v integrirano in nato v ekološko pridelavo. Obdobje preusmerjanja za trajne nasade traja več let. Med obdobjem preusmerjanja ne smemo sadja prodajati kot ekološko sadje, ampak kot sadje v prehodnem obdobju.

V tem prehodnem obdobju (integrirana pridelava) je primerno, da:

- pridelujemo po smernicah integrirane pridelave,
- izvajamo ukrepe za izboljšanje talne strukture,
- uporabljamo organska gnojila,
- oblikujemo okolje z živimi mejami, pasovi divjih rastlin in nadaljnjimi ekološkimi elementi.

2.4 RAZLOGI ZA UŽIVANJE EKOLOŠKIH ŽIVIL

Da je ekološko pridelana in predelana hrana za naše zdravje in dobro počutje boljša od konvencionalno pridelane, se v splošnem zaveda že večina ljudi. Kaj jo razlikuje od konvencionalno ali integrirano pridelanih živil? Tako v konvencionalni kot integrirani pridelavi hrane je dovoljena uporaba pesticidov, mineralnih gnojil, snovi za spodbujanje rasti živali, dodatnih hormonov in podobno. Znatno delež teh snovi ostane v sadju, zelenjavi in izdelkih živalskega izvora tudi takrat, ko jih prinesemo domov iz trgovine. Velik del jih ostane v živilih tudi po pranju, nekaj pa celo po kuhanju ali pečenju. Ekološka pridelava je v porastu, kljub temu pa se ob trženju ponudniki srečujejo s številnimi izzivi, ki izhajajo predvsem iz pomanjkanja (pravih) informacij, splošnega prepričanja in predstave o tem, da je ekološko samo za posebneže ali bogate.

Ekološko kmetijstvo ohranja naravne vire, kot so tla in voda, spodbuja nas k odgovornemu ravnanju z elektriko in drugimi viri, hkrati pa si prizadeva za pridelavo visoko kakovostnih proizvodov.

Kakovost živil, ki jih najdemo na trgovskih policah, določajo številni zakonski predpisi, ki jih morajo spoštovati pridelovalci, živilsko predelovalna industrija in tudi trgovci ter zagotavljati njihovo varnost in sledljivost. Vendar pa je zaradi številnih prehranskih škandalov (bolezen norih krav, dioksin, antibiotiki v mleku, pesticidi v jagodah in zelenjavi, težke kovine, nitrati v pridelkih, umik gensko spremenjenega riža s trgovskih polic, gensko spremenjena koruza in soja v krmi za živali) nezaupanje potrošnikov vse večje. Osveščeni in izobraženi sodobni potrošniki ob nakupu živil ne razmišljajo samo o zunanji in notranji kakovosti hrane, temveč tudi o vplivu načina pridelave hrane na okolje (onesnaževanje podtalnice, manjšanje biološke raznovrstnosti z intenzivnim monokulturnim kmetijstvom, izpusti toplogrednih plinov s prevozi hrane na velike razdalje,...) in na dobrobit živali v času reje (zavračajo npr. jajca iz reje kokoši v kletkah),

pri hrani uvoženi iz dežel tretjega sveta pa je pomembno tudi vprašanje izkoriščanja otrok kot delovne sile in pravičnega plačila majhnim kmetom (Marvin in sod., 2002).

Odgovor na te in še številne druge dileme je lahko ekološko pridelana hrana, ki jo izberemo (Marvin in sod., 2002):

- ker ima pristen okus in je odlične kakovosti z visoko prehransko vrednostjo – so dejansko zdrava živila,
- ker je kontroliran postopek pridelave in predelave od njive do krožnika,
- ker ne vsebuje gensko spremenjenih organizmov (GSO),
- ker je pridelana brez uporabe sintetičnih pesticidov in lahko topnih mineralnih gnojil,
- ker je iz živalim prijazne ekološke reje z obveznimi izpusti na prosto – prepovedana je reja v kletkah,
- ker ne vsebujejo nepotrebnih in dostikrat tudi škodljivih dodatkov (aditivov),
- ker je okusnejša (več suhe snovi),
- ker ni bilo uporabljenega ionizirajočega sevanja z namenom podaljšanja roka trajanja,
- ker pridelava ne obremenjuje okolja, ampak ga s skrbjo za biološko raznolikost celo izboljšuje,
- ker z nakupom ekološko pridelanih pridelkov in živil ohranjamo slovensko podeželje.

2.4.1 Kaj in kje kupujemo eko izdelke?

O tem, katere vrste proizvodov kupujejo potrošniki ekološko pridelane hrane, ni bilo narejeno veliko študij. Večina raziskav o ekološko pridelani hrani se osredotoča predvsem na motive ekološke potrošnje, torej v ozadje nakupovanja ekološko pridelane hrane. Proučuje se vzroke, ki so potrošnike privedli v nakup ekološko pridelane hrane, ovire, ki jim tak nakup preprečujejo ali ga zavirajo, ter sam tip potrošnika, torej kdo sploh je in kakšen je potrošnik ekološko pridelane hrane. Kljub temu pa je dostopnih tudi nekaj podatkov o vrstah živil (Marolt, 2004).

Potrošniki največkrat posegajo po ekološko pridelani zelenjavi in sadju. Zelo pogosto posegajo tudi po mlečnih izdelkih (mleko, siri, jogurti in različni namazi), mesu (govejemu, prašičjemu, ovčjemu in kozjemu), jajcih in kruhu. Potrošniki kupujejo tudi trajnejše proizvode, kot so na primer: med, marmelada, žita, kosmiči, razni dodatki k prehrani (sladni sirupi), olja, kis in moko. Raziskava na slovenski ekološki tržnici v Ljubljani je pokazala, da kar 39 % ljudi na tej tržnici nakupi vse, kar potrebujejo. 41 % kupuje le zelenjavo in sadje, našteli pa so še: kruh, mlevske izdelke, predvsem žita, kaše in moke, jajca, kis, testenine ter olje (Bratuša, 2002).

84 % angleških potrošnikov, ki nakupuje ekološko pridelano hrano, le-to nakupuje v supermarketih, 34 % potrošnikov nakupuje v kmetijskih trgovinah ali drugih lokalnih trgih, 30 % potrošnikov nakupuje pri prodajalcu ekološko pridelane hrane, 17 % nakupuje v trgovinah z zdravo prehrano, le 1 % pa pri mesarju (Organic food, 1998). Študija na Irskem (Roddy in sod., 1996) je med potrošniki, ki najpogosteje nakupujejo ekološko

pridelane proizvode, pokazala, da ti potrošniki najraje nakupujejo svojo hrano v »trgovinah z zdravo prehrano« in ne v običajnih trgovinah.

Slovenski potrošniki nakupujejo na ekološki tržnici v Ljubljani (zaenkrat edini ekološki tržnici v Sloveniji), raziskava (Inštitut za trajnostni razvoj Ljubljana, 2010) pa je pokazala, da Slovenci radi nakupujejo tudi v specializiranih trgovinah z zdravo prehrano (67 %). Več kot polovica anketiranih (54 %) nakupuje v večjih supermarketih. 26 % kupcev nakupuje neposredno pri ekoloških kmetih na domu, 20 % kupcev pa se po nakupih odpravi v tujino (Marolt, 2004).

Majkovič (2008) ugotavlja, da se vsi, ki se ukvarjajo s pridelavo ali predelavo ekoloških živil, hote ali ne hote ukvarjajo tudi s potrošnikom: slovenski proizvajalci večinoma z domačimi potrošniki, na drugi strani pa se slovenski potrošnik srečuje enakovredno, če ne še v večji meri, tudi z uvoženimi ekološkimi živili na policah slovenskih trgovin. Segment ekoloških živil in kupcev, ki po njih povprašujejo, narašča (Akcijski ..., 2006; Fras, 2008), saj se slovenski kupec zaveda pomena zdravega prehranjevanja (Breljih, 2006; GFK, 2007). Na te trende se odzivajo tako proizvajalci (Kandus, 2008), kot tudi trgovci (Jesenek, 2008).

Čeprav potrošniki ekološke pridelke oz. živila dojemajo kot draga in manj dostopna na prodajnih mestih, jih večina ocenjuje pozitivno. Vseh 60 anketirancev v študiji, izvedeni v Italiji, povezuje ekološke živila z zdravjem na različnih nivojih, želijo si dobra, okusna in hranljiva živila, saj sta užitek in ugodje najpomembnejši vrednoti glede hrane. Rezultati so pokazali obstoj 6-ih različnih skupin potrošnikov, ki se med seboj razlikujejo glede pogostnosti nakupa ekoloških živil in stopnje njihove informiranosti (Zanoli in Naspetti, 2002).

V letih 2007 in 2008 so na Fakulteti za kmetijstvo in biosistemske vede izvedli anketo o hrani in poznavanju načinov pridelave, s poudarkom na ekološko pridelani hrani. Med izvedbama ankete je junija 2007 v Sloveniji potekala nacionalna kampanja o ekoloških prehranskih proizvodih, njihovem označevanju, jeseni 2007 pa podobna tudi za integrirano pridelavo v kmetijstvu. V anketnem vzorcu so zajeli kar 866 anketirancev v letu 2007 in 886 anketirancev v letu 2008, s povprečno 52 % ženskih in 48 % moških anketirancev, 41 % anketiranih v starostnem obdobju 15-30 let, 35 % v starostnem obdobju 31-50 let in 24 % v starostnem obdobju nad 51 let. 40 % anketirancev je bilo zaposlenih, sledijo študentje, upokojenci, kmetje. Ugotovili so, da (Majkovič, 2008):

- kar 51 % anketirancev v letu 2007 in 48 % anketirancev v letu 2008 meni, da razlikuje med različnimi načini pridelave (ekološko, integrirano, konvencionalno). Hkrati pa skoraj enak delež anketirancev v obeh letih meni, da poimenovanja ekološko/biološko/organsko pridelana živila pomenijo tudi različne načine pridelave;
- za ekološka živila je slišalo že preko 90 % anketirancev, ta živila je poskusilo 81 % anketirancev v letu 2007 (78 % v letu 2008), za njihov nakup pa se jih je odločilo 68 % v letu 2007, v letu 2008 pa beležimo padec nakupa na 62 % anketirancev;

- živila prepoznajo kot ekološka večinoma po napisu na izdelku oziroma deklaraciji, dokaj pomemben je tudi znak na embalaži ter certifikat na prodajnem mestu;
- med različnimi znaki na živilih je najbolj prepoznaven znak »Varuje zdravje« (podeljuje Društvo za zdravje srca in ožilja Slovenije in ga je v obeh letih prepoznalo preko 80 % anketirancev), sledi označba Biodar (prepozna ga okrog 60 % anketirancev in tudi vedo, da označuje ekološko pridelane proizvode), Pikapolonica – pridelano v Sloveniji (GIZ Integrirana pridelava zelenjave), nacionalna označba Ekološki – RS (dvig prepoznavnosti iz 40 % v letu 2007 na dobrih 51 % v letu 2008; v letu 2007 61 % anketirancev ve, da ta znak označuje ekološke proizvode, v letu 2008 se ta delež dvigne na dobrih 71 %), SIPS (beležimo padec prepoznavnosti), nacionalna označba Integrirani – RS (dvig prepoznavnosti iz 27 % v letu 2007 na 39 % v letu 2008), na repu pa sta znak EU »Organic farming«, katerega prepozna v letu 2007 15 %, v letu 2008 pa skoraj četrtina vseh anketirancev, ter Demeter.

Rezultati ankete kažejo, da je pri nakupu živil v Sloveniji pri anketirancih v ospredju svežina, sledi ugoden vpliv na zdravje, na tretjem mestu pa je cena. Kar 70 % anketiranih potrošnikov se strinja s trditvijo, da je ekološka hrana pridelana brez kemičnih sredstev, lahko topnih mineralnih gnojil in brez GSO, pridelki pa so prepoznavni; ekološko kmetijstvo pa kot najbolj okolju prijazno izmed različnih oblik pridelave opredeljuje 87 % anketirancev v letu 2008 in 91 % v letu 2007 (Majkovič, 2008).

Več kot polovica analiziranih porabnikov (skoraj 60 %) pri svojih nakupih izdelkov vsakdanje rabe posega tudi po ekoloških proizvodih (GFK, 2007). Prisotnost ekoloških živil na trgovinskih policah in njihova dostopnost sta pomembna odločitvena dejavnika za nakup le-teh. Brelih (2006) ugotavlja, da anketiranci najpogosteje nakupujejo v specializiranih trgovinah in supermarketih (pogostnost nakupa je visoka, a v majhnih količinah), na tržnici in najmanj na kmetiji (vendar pa na tem mestu opravijo 75-100 % nakupa). GFK (2007) navaja, da med prodajnimi mesti, kjer anketiranci nakupujejo, izstopajo predvsem večje prehranske trgovine (npr. Mercator, Spar/Interspar, Tuš). Majkovičeva (2008) poudarja pomen tržnice, kjer so anketiranci največkrat opazili ekološke proizvode, sledijo kmetije in večji trgovski centri.

Na podlagi ankete med potrošniki v trgovskih centrih v New Jerseyu (ZDA) so zaključili, da sta med potrošniki ženske z višjimi prihodki in mlajši tisti dve skupini potrošnikov, ki ponavadi ali vedno kupijo ekološka živila in so tudi pripravljeni plačati več za tovrstna živila. Rezultati proučevanja pa so pokazali, da pripravljenost za plačati več pada z večanjem števila članov gospodinjstva (Govindasamy in Italia, 1999).

Majkovičeva (2008) zaključuje, da v Sloveniji segment ekoloških živil in kupcev, ki po njih povprašujejo, narašča, saj se slovenski kupec zaveda pomena zdravega prehranjevanja. Ugotavlja, da so ekološka živila v Sloveniji prepoznavna, znanje o le-teh in o ekološkem načinu pridelave pa ocenjuje kot mestoma pomanjkljivo. Analiza poznavanja označb ekoloških proizvodov nakazuje, da je nacionalna kampanja o ekoloških proizvodih

verjetno pripomogla k večji osveščenosti slovenskih porabnikov in večji stopnji prepoznavnosti slovenskih ekoloških živil.

2.4.2 Kako pogosto potrošniki nakupujejo?

Čeprav se je zanimanje za ekološko pridelano hrano skozi leta povečalo in se zdi, da se leto še vedno povečuje, pa nekatere raziskave kažejo prepad med potrošniki, ki dejansko kupujejo ekološko pridelano, ter tistimi, ki jih to le zanima, pa le-te ne kupujejo oziroma jo kupujejo zelo redko ali samo občasno. Ameriška raziskava (Truninger, 2008) je pokazala, da je med pripravljenostjo potrošnikov in dejanskim nakupom precejšnja razlika. Le nekaj ljudi je takšnih, ki ekološko pridelano hrano kupujejo pogosto. Tudi raziskava na Severnem Irskem je pokazala, da ekološko pridelano hrano redno kupuje le 13 % anketiranih potrošnikov. V ameriški raziskavi se je izkazalo, da ekološko pridelano hrano redno kupuje le 16 % potrošnikov (Gardyn, 2002).

Magnusson in sod. (2001) so v raziskavi na Švedskem ugotovili, da je potrošnikov, ki redno kupujejo ekološko pridelano hrano, okoli 20 %. Roddy in sod. (1996) so ugotovili, da je rednih kupcev ekološko pridelane hrane kakih 10 %, na Danskem jih je 8 %. Raziskava v Kaliforniji (Jolly, 1991) je pokazala, da je rednih kupcev 23 %, kar je v primerjavi z ostalimi državami precej, odstotek rednih kupcev v Nemčiji pa se je od leta 1984, ko so jih namerili 5 %, povečal na 15 % (von Alvensleben in Altmann, 1987).

2.4.3 Zakaj kupiti ekološko pridelane izdelke?

Ekološkega potrošnika lahko definiramo kot potrošnika, na čigar dejanja vpliva skrb za okolje (Shrum in sod., 1995). V študiji na bostonskem območju so v raziskavo vključili tiste potrošnike, katerih nakupi hrane so obsegali vsaj 10 % ekološko pridelanih živil. Ugotovili so, da so potrošniki ekološko pridelane hrane pogosteje ženske, ljudje z višjo izobrazbo in višjim dohodkom. Glede starosti pa raziskave kažejo različne rezultate, a večina jih poroča, da so potrošniki ekološko pridelane hrane osebe, stare od 20 let naprej. Tudi kupci v slovenski raziskavi (Marolt, 2004) so bili različne starosti (med 18 in 69 letom), s povprečno starostjo 44 let. Med kupci so prevladovali ženske in osebe z visoko izobrazbo. Nekatere študije so pokazale, da so ženske bolj ekološko zavedne kot moški (Laroche in sod., 2001). Ženske so namreč tiste, ki pogosteje nakupujejo ekološko pridelano hrano, pogosteje so zanj pripravljene plačati več, pogosteje nakupujejo izdelke, ki so okolju prijazni (reciklirane proizvode). Eden izmed razlogov za spolne razlike, ki so jih našle raziskave (Titterington in sod., 1996; Laroche in sod., 2001), je materinstvo oziroma prizadevanje mater, da bi svojim otrokom zagotovile čim bolj zdravo prehrano in prihodnost. Drug pomemben razlog pa je ta, da se moški težje navajajo na novosti in se težje odpovejo zakoreninjenim prehranjevalnim navadam. Pri tem pa velja opozoriti, da spolne razlike v potrošnji ekološko pridelane hrane izvirajo predvsem iz tega, da v sodobnih družbah velja hrana in skrb zanj v zasebnosti za žensko področje. Nobenega

razloga ni, da spolnih razlik, ki veljajo pri potrošnji konvencionalne hrane, ne bi našli tudi pri potrošnji ekološko pridelane hrane.

Pri nakupovanju izdelkov so ekološki potrošniki zelo pozorni na informacije o živilu, ki se običajno nahajajo na embalaži živila. Pomembno jim je, da je proizvod lokalnega izvora in da ima proizvod hranilno vrednost (Williams in Hammitt, 2000). Portugalcem, na primer, je izvor ekološko pridelane hrane pomemben kriterij pri odločanju o nakupu tovrstne hrane. Raziskava je pokazala, da raje kupujejo nacionalne izdelke, pri izboru pa so pozorni tudi na blagovno znamko (Truninger, 2008).

Slovenska raziskava (Bratuša, 2002), ki so jo izvedli na ekološki tržnici v Ljubljani, je dala naslednje rezultate: potrošniki so kot glavni razlog za nakup ekoloških živil navedli nevsebovanje pesticidov in drugih sintetičnih snovi (v tem razlogu se tako skriva skrb za zdravje), kot najpogostejši drugi razlog pa naravi prijazen način pridelave. Kot tretji in četrti razlog so navedli mnenje, da je tovrstna hrana bolj zdrava, omenili pa so tudi boljši okus, v primerjavi s konvencionalno hrano.

Ameriška raziskava (Truninger, 2008) je dala podobne rezultate glede motivov za nakup ekološko pridelane hrane. Potrošniki so navajali boljši okus, nostalgijo za vaškim življenjem (pridelano doma in tradicionalno), vzpostavljanje ravnovesja v okolju ter skrb za zdravje. Ko so potrošniki opisovali ekološko pridelano hrano, so med pozitivnimi lastnostmi omenjali predvsem pridevnike naravno, pridelano, zdravo, čisto, domača pridelava, alternativno ter okusno.

Organizacija OEFFA (Ohio Ecological Food and Farm Association; Združenje kmetijskih pridelovalcev v Ohiu) je na svojih spletnih straneh objavila 12 razlogov, zakaj naj bi potrošnik užival lokalno ekološko pridelano hrano: kot prvi razlog je navedena svežina pridelkov, ker je pri lokalnih pridelkih čas med obiranjem in prodajo krajši kot pri nelokalnih. Polnejši okus je drugi razlog, sledijo mu hranilnost, čistost, spodbujanje lokalnega gospodarstva in regionalnega razvoja, raznovrstnost, varčevanje z energijo, varovanje okolja in dolgoročno manjši stroški pridelave hrane.

Tudi druge študije so pokazale, da je bilo zdravje najpogostejši vzrok temu, da so potrošniki začeli nakupovati ekološko pridelano hrano (von Alvensleben, 1998; Huang, 1996; Magnusson in sod., 2001). Fitzgerald in sod. (2002) so v izjavah respondentov o razlogih za spremembo prehrane odkrili poleg eksplicitnih zdravstvenih motivov tudi implicitne: naraščajoča birokratizacija tveganja v družbi, naraščajoče kulturno sprejemanje koncepta samonadzorovanja kot dolžnosti dobrega državljana, ki želi ostati zdrav ter naraščajoča nesposobnost trenutne zahodne bio-medicine.

2.4.4 Ovire pri nakupu ekološko pridelanih izdelkov

Rezultati raziskav ekoloških potrošnikov, ki so poučevale ovire pri potrošnji ekološko pridelane hrane, so si precej podobni. Potrošniki so kot glavno oviro najpogosteje navajali ceno, torej da je ekološko pridelana hrana v primerjavi s konvencionalno hrano precej draga (Fitzgerald in sod., 2002; Organic food, 1998; Gardyn, 2002). Študija na Švedskem je na primer pokazala, da se kar polovica potrošnikov ne odloča za nakup ekološko pridelane hrane prav zaradi visokih cen (Magnusson in sod., 2001).

Cene ekoloških živil so precej višje od živil iz konvencionalne pridelave oz. predelave, hkrati pa so ekološka živila, ki prihajajo iz Evrope, cenejša od slovenskih. Razlog je namreč v dolgoletni tradiciji ekološkega kmetijstva v evropskih državah, kjer se kmetije med seboj povezujejo, sodelujejo in obdelujejo večja zemljišča kot v Sloveniji, kar zmanjšuje stroške pridelave na enoto. K višjim cenam ekoloških živil je vsekakor prispevala sodobna industrija, ki je z vrsto kemičnih pripravkov omogočila, da je možno pridelati več pridelka z manj dela, kar znižuje ceno hrani, pridelani na konvencionalen način. Pomembno je tudi to, da cena konvencionalno pridelane hrane ne vsebuje tako imenovanih eksternih stroškov (predvsem stroškov onesnaževanja okolja, negativnega vpliva na zdravje ljudi ter bolezni, ki se pojavljajo zaradi masovne pridelave mesa). Na drugi strani ekološki pridelovalci ne razpolagajo s kemičnimi pripomočki sodobne industrije in izbirajo stare sorte, ki so sicer odpornejše, a dajejo precej manjši pridelek. Tako pridelajo ekološki kmetje manj pridelka z več dela, kar zahteva višjo ceno. Kljub naraščajočemu zavedanju ostaja cena pomemben dejavnik pri odločanju o nakupu osnovnih življenjskih potrebščin, med njimi tudi živil. K temu še posebej prispeva zmanjšanje kupne moči zaradi trenutnih neugodnih razmer na trgu. V Sloveniji si večina končnih potrošnikov ne more privoščiti, da bi za ekološka živila plačali višjo ceno. Zaradi tega se pri trženju tovrstnih živil vsekakor velja osredotočiti na regije z najvišjo kupno močjo. Najvišja kupna moč je skoncentrirana v osrednji Sloveniji, ki predstavlja trenutno velik in še neizkoriščen potencial za slovenske pridelovalce in predelovalce ekoloških živil (Cirnski in Largenholc Žgeč, 2006).

Poleg visokih cen ekološko pridelanih živil pa potrošniki ugotavljajo še številne druge ovire. Študija iz Nove Zelandije (Fitzgerald in sod., 2002) je pokazala, da nakupovanje ekološko pridelane hrane potrošnikom povzroča sitnosti, pritoževali so se nad sezonskostjo hrane, izdatnimi stroški. Nekateri zaradi visokih cen celo zmanjšujejo število obrokov. Nakupovanje ekološko pridelane hrane zahteva predanost in čas (Vindigni in sod., 2002), »ni široko razpoložljiva« (Organic food, 1998), »nima zadovoljive kakovosti«, nekateri kupci pa so bili enostavno zadovoljni z nakupom konvencionalne hrane (Marolt, 2004). Kot enega izmed razlogov za nakup hrane so navedli tudi pomanjkanje promocije ekološko pridelane hrane. Ameriška raziskava (Gardyn, 2002) je kot tri glavne ovire naštel ceno, odsotnost znanstvenih dokazov, da je ekološko pridelana hrana bolj zdrava, ter pomanjkanje državnih standardov.

Slovenske potrošnike ekološko pridelane hrane je najbolj motila premajhna izbira živil, kar 70 % anketiranih je bilo takšnega mnenja, prav tako so želeli večjo količino ponujenega blaga, saj so mnogokrat prišli na tržnico prepozno. Motilo jih je tudi, da tržnica obratuje samo 2-krat tedensko (tudi danes je še vedno tako), najmanjši odstotek vprašanih pa je trdil, da je cena proizvodov previsoka (Bratuša, 2002).

V maju 2003 so na radiu Val 202 izvedli sobotno akcijo na temo ekološko pridelane hrane, kjer so potrošnike na ekološki tržnici v Ljubljani povprašali po mnenju. Večina potrošnikov je izkazala precejšnjo stopnjo nezaupanja v ekološko pridelane proizvode, navedli pa so različne vzroke: največkrat so izpostavili problem onesnaženosti v Sloveniji, zaradi tega naj bi tako ali tako ne bilo nič ekološkega, omenjali so slabši izgled ekološko pridelanih živil ter možnost poneverbe certifikatov. Pojavilo se je tudi mnenje, da brez škropiv hrane dandanes ni mogoče več pridelovati, pa tudi okus naj ne bi bil bistveno boljši. Skoraj vsi anketirani potrošniki, ki so želeli kupovati ekološko pridelane proizvode, so dejali, da je hrana predraga. To je bilo v primeru, ko sta namišljena prodajalca izdelke prodajala za normalno ceno. Ko sta cene spustila, pa so se nakupovalci v najboljšem primeru čudili nizkim cenam, mnogi so podvomili o ekološki pridelavi prodajanih živil oziroma zahtevali potrdilo, da je hrana resnično ekološko pridelana (Marolt, 2004).

Čeprav so visoke cene pomembna ovira za potrošnjo ekološko pridelane hrane, pa raziskave kažejo, da so nekateri potrošniki pripravljeni za to hrano plačati še več, samo da bi jo dobili. Približno 5 % - 10 % švedskih potrošnikov je za ekološko pridelano hrano pripravljeno plačati več kot za konvencionalno. Drugi avtorji so prišli do podobnih zaključkov (von Alvensleben in Altmann, 1987; Ekelund, 1989; Jolly, 1991; Wandel in Bugge, 1997). Študija, ki so jo izvedli na področju Bostona, je prav tako pokazala, da so ekološki potrošniki res pripravljene za to hrano plačati več kot za konvencionalno (Williams in Hammit, 2000). Kar 91 % vseh anketiranih potrošnikov ekološko pridelane hrane je bilo pripravljenih plačati več za ekološko pridelano hrano.

Tisti, ki z visokimi cenami niso bili ravno zadovoljni, so našli druge načine prilagajanja. Nekateri kombinirajo ekološko pridelano hrano s konvencionalno hrano, nekateri se odločijo za nakup, a jedo manj, prepričani, da je ta hrana v primerjavi s konvencionalno bolj hranljiva, drugi pa nad ceno preprosto »zamižijo« in nakupijo zelene proizvode (Williams in Hammit, 2000).

Slovenski potrošniki ekološko pridelane hrane se strinjajo s trditvijo, da mora biti cena tovrstne hrane višja, vendar jih večina misli, da ta cena ne bi smela preseči cene konvencionalne hrane za več kot 20 % do 30 %. Seveda so različni kupci podali različne predstave o ceni, tako je bil še sprejemljiv odstotek višje cene (v primerjavi s konvencionalno) med 20 % in 50 % (Inštitut za trajnostni razvoj Ljubljana, 2010).

Najbrž bi se potrošnja ekološko pridelane hrane znatno povečala, če bi bila cenejša in dostopna na več krajih v zadostnih količinah. To potrjujejo številne raziskave. Na primer

raziskava v Angliji (Organic food, 1998) je pokazala, da bi jo pogosteje kupilo kar $\frac{3}{4}$ vprašanih kupcev, če bi bila cenejša, 60 % pa bi jo nakupovalo pogosteje, če bi bila dostopna na več krajih v zadostnih količinah.

2.4.5 Ponudba eko izdelkov v Sloveniji

Še pred kratkim smo lahko v Sloveniji našli le osnovna živila, pridelana na ekološki način, danes pa je ponudba ekoloških izdelkov zelo pestra. Proizvajalci so naredili eko različice skoraj vseh obstoječih izdelkov: vino, paštete, meso in mesni izdelki, čipsi, žgane pijače. Tako danes prehranjevanje z ekološko pridelano hrano ne pomeni več nujno, da jemo tudi zdravo. Gre le za bolj kakovostna živila, ali se bomo prehranjevali zdravo, pa je odvisno tudi od izbire ekoloških živil in načina priprave le-teh. Kljub vse obsežnejši ponudbi ekoloških živil najdemo na prodajnih policah le malo živil slovenskega izvora. Med trgovskimi verigami največ ekoloških živil slovenskega izvora ponuja Mercator, predvsem v večjih trgovskih centrih in hipermarketih, v manjših pa so na voljo žita in mlevski izdelki slovenskega porekla ter izdelki iz uvoza. Večina ostalih trgovskih verig ponuja ekološka živila iz uvoza. Prav tako je zelo omejena ponudba ekološko pridelane sveže zelenjave in sadja. Velik problem je prav to, da v Sloveniji prevladujejo ekološko obdelani pašniki, precej manj pa je ekoloških zemljišč, poraščenih z žiti, zelenjavo in sadjem. Trgovske verige in predelovalci sicer povprašujejo po ekoloških pridelkih in (predelanih) ekoloških živilih slovenskega porekla, vendar ponujene količine ne zadoščajo povpraševanju.

2.4.6 Izzivi trženja

Pri trženju ekoloških živil se na slovenskem trgu srečujemo z naslednjimi ključnimi izzivi (Cirnski in Langerholc Žgeč, 2006):

- neosveščenost slovenskega potrošnika,
- slabo zaupanje slovenskih potrošnikov certifikatom,
- cene ekoloških živil, ki so večinoma višje od cen primerljivih konvencionalnih živil,
- subvencije države tako za ekološko kot integrirano pridelavo,
- nizka kupna moč za kakovostnejša živila,
- omejena ponudba slovenskih kmetij s pridelavo zelenjave in sadja, ki zaradi tega niso zanimive za trgovske verige,
- kuhinje javne prehrane se večinoma odločajo za živila na osnovi kriterija najnižje cene,
- pomanjkanje usposobljenosti ekoloških kmetij za trženje in neposreden stik s kupci.

V nadaljevanju so podrobneje predstavljeni pomembnejši med zgoraj navedenimi izzivi.

Ekološka živila si v Sloveniji šele utirajo svojo pot. Kljub vse pestrejši ponudbi ekoloških živil na trgu med končnimi potrošniki ekološko pridelana živila še zmeraj niso prepoznana in precej ljudi nima pravilne predstave o tem, kaj pomeni ekološko živilo. Anketa, ki je bila leta 2008 izvedena med 110 slovenskimi gospodinjstvi, je pokazala, da za večino vprašanih predstavljajo ekološka živila le vegetarijansko prehrano, torej le zelenjavo in

sadje, pridelana na naravi prijazen način. Hkrati si pod tem izrazom predstavljajo bolj zdrav način prehranjevanja. Prav tako večina anketiranih slabo pozna prednosti ekoloških živil. Seznanjeni so le s tem, da so pridelana na naraven način, brez pesticidov, in posledično bolj zdrava. Niso pa seznanjeni z drugimi prednostmi ekoloških živil (Cirnski in Largenholc Žgeč, 2006).

Kljub temu, da bi morali otrokom in bolnim privoščiti najkakovostnejša živila, v praksi ni tako. Tudi v kuhinjah javne prehrane še zmeraj ima pomembno vlogo pri odločanju o nakupu živil cena. Od angažiranja vodstva javnih ustanov pa je odvisno, ali bodo v prehrano vključili tudi ekološka živila. Precej prispevajo k temu (ne)osveščeni starši, vodstva vrtcev in šol ter njihovi organizatorji prehrane. V Sloveniji je uvajanje ekoloških živil in skrb za zdravo prehrano otrok šele na začetku. Nekateri vrtci in šole so že pričeli z vključevanjem ekoloških živil v prehrano. Med njimi je največ tistih, ki so pridobili naziv Eko šola/eko vrtec.

V Sloveniji je še precej neizkoriščenega potenciala v ekološkem kmetovanju, tako na strani ponudbe kot tudi na strani povpraševanja. Zaradi omejenih količin ekoloških pridelkov slovenskih pridelovalcev le-ti ne morejo konkurirati tujim ekološkim pridelovalcem niti zagotavljati zadostnih količin za trgovske verige. Tako večina slovenskih ekoloških kmetij prodaja svoja živila na ekoloških tržnicah, direktno na kmetijah ali se trudijo z direktno prodajo prodreti v gostinski sektor ter kuhinje javne prehrane. Pri trženju je ponudnikom v pomoč predvsem dejstvo, da zdrav način življenja vse bolj pridobiva na pomenu in, da povpraševanje po zdravi prehrani ter ekoloških živilih narašča. Za uspešno trženje pa je vsekakor potrebno slediti željam in pričakovanjem ciljnih skupin. Zavedati se moramo, da s trženjem ekoloških živil ne prodajamo le živil, ampak tudi način življenja. Za povečanje prodaje ekoloških živil bodo morali ponudniki aktivno sodelovati pri osveščanju končnih potrošnikov, otrok in njihovih staršev ter vzgojiteljev v vrtcih in šolah. Med drugim z objavljanjem člankov, s predavanji, organizacijo dogodkov, s predstavitvenimi materiali, z »dnevi odprtih vrat« svojih kmetij, izvedbo projektov, v katere vključijo vrtce in šole, s promocijami in z degustacijami. Prav tako lahko ponudijo ciljnim skupinam nekaj več kot le živilo, dodano vrednost, npr. recepte in nasvete za pripravo živil, izobraževanje o zdravi prehrani, prednostih posameznih živil. Za uspešno trženje je prav tako ključnega pomena obdržati obstoječe kupce in jih prepričati, da se vedno znova vračajo. Pri tem je lahko ponudnikom v pomoč redna komunikacija s kupci, obveščanje o novostih v ponudbi, o dogodkih, nagrade za zvestobo. Dati jim bodo morali dober razlog, da bodo ponovno prišli k njim. Pomembno je upoštevati tudi dejstvo, da ljudje kupujemo z očmi in zaradi tega je potrebno tudi samo prodajno mesto in ponudbo narediti za potrošnika privlačno (Cirnski in Largenholc Žgeč, 2006).

3 METODE DELA IN VIRI PODATKOV

3.1 IZVEDBA ANKETA

Raziskavo smo izvedli s pomočjo ankete. Anketiranih je bilo 106 ljudi, različnih starostnih skupin na območju Gorenjske. Anketa je bila izvedena jeseni 2010, opravili smo jo bodisi po elektronski pošti, bodisi osebno pri anketirancih. Vsi so se prijazno odzvali in bili pripravljeni odgovarjati na vprašanja.

3.2 ANKETNI VPRAŠALNIK

Anketni vprašalnik (Priloga 1) je sestavljalo 14 vprašanj, od tega 12 vprašanj o ekološki pridelavi sadja, 2 vprašanja pa sta bili o demografskih znakih anketirane osebe. 13 vprašanj je bilo zaprtega tipa in 1 vprašanje odprtega tipa. Vprašanja so bila zastavljena jasno in razumljivo, z možnostjo več odgovorov na posamezno vprašanje.

Vprašanja so se nanašala na poznavanje ekološke pridelave sadja, ponudbo le tega v Sloveniji, možnost nakupa ter mnenje o ceni.

3.3 OBDELAVA PODATKOV

Podatke, zbrane z anketo, smo obdelani z metodo opisne statistike in jih predstavili v slikah in preglednica.

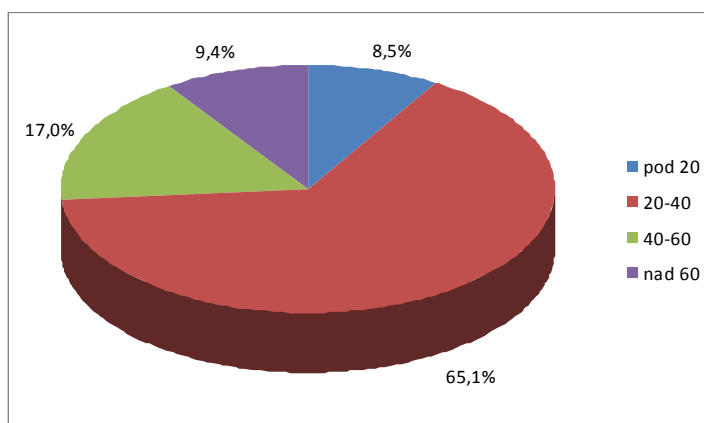
4 REZULTATI

4.1 OSNOVNI PODATKI O ANKETIRANIH

V anketo je bilo vključenih 106 anketirancev, od tega 43 (41 %) moških in 63 (59 %) žensk.

Preglednica 3: Anketirani po starostnih skupinah; Gorenjska, 2010

| Starost | Število | Delež v % |
|---------|---------|-----------|
| Pod 20 | 9 | 8,5 |
| 21-40 | 69 | 65,1 |
| 41-60 | 18 | 17,0 |
| Nad 60 | 10 | 9,4 |
| Vsi | 106 | 100,0 |



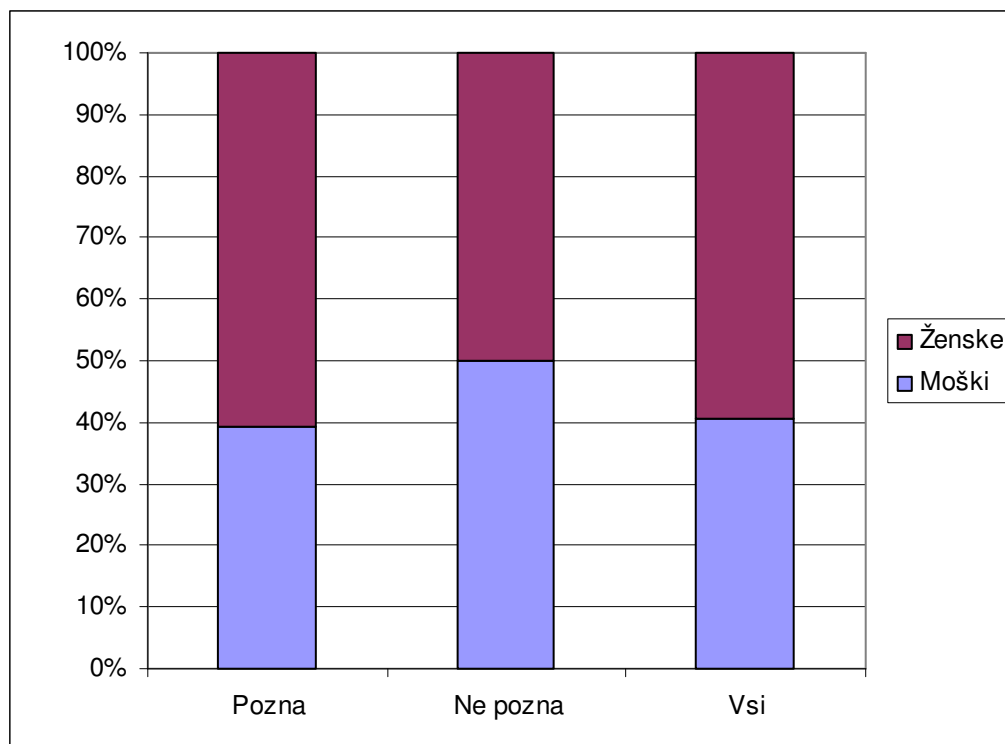
Slika 2: Sestava anketiranih po starostnih skupinah; Gorenjska, 2010

4.2 POZNAVANJE EKOLOŠKE PRIDELAVE SADJA

88,7 % anketiranih pozna ekološko pridelavo sadja. Po pričakovanjih je delež žensk, ki poznajo ekološko pridelavi nekoliko večji (90 %), kot ustrezen delež moških (86 %). Takih, ki ekološke pridelave ne poznajo, je med vsemi anketiranimi 11,3 %, med moškimi 14 %, med ženskami pa 10 %.

Preglednica 4: Anketirani po poznavanju ekološke pridelave sadja in spolu; Gorenjska, 2010

| | Moški | | Ženske | | Vsi | |
|----------|---------|-----------|---------|-----------|---------|-----------|
| | Število | delež v % | število | delež v % | število | delež v % |
| Pozna | 37 | 86,0 | 57 | 90,5 | 94 | 88,7 |
| Ne pozna | 6 | 14,0 | 6 | 9,5 | 12 | 11,3 |
| Vsi | 43 | 100,0 | 63 | 100,0 | 106 | 100,0 |

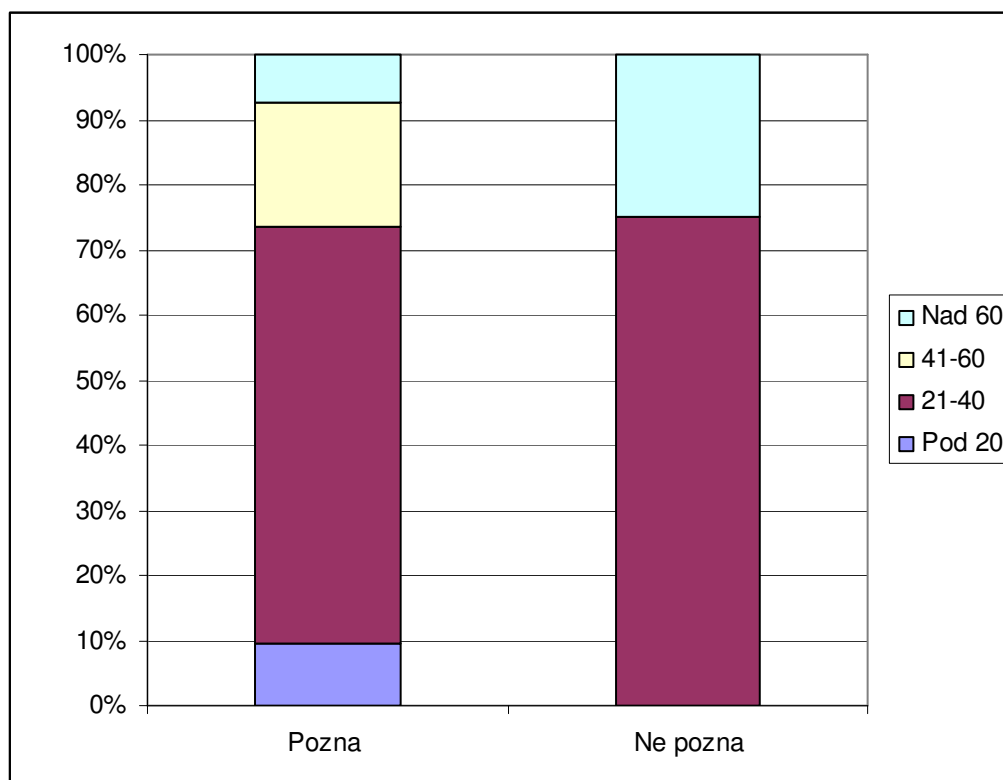


Slika 3: Sestava anketiranih po poznavanju ekološke pridelave sadja in spolu; Gorenjska, 2010

Glede na to, da je velika večina anketiranih navedla, da pozna ekološko pridelavo, tudi deleži anketiranih, ki poznajo ekološko pridelavo, po starostnih skupinah ne odstopajo od splošne starostne sestave anketiranih. Med tistimi, ki ekološke pridelave ne poznajo, jih je tri četrtine v starostni skupini 21-40 let in preostala četrtina v starostni skupini nad 60 let (preglednica 5).

Preglednica 5: Anketirani po poznavanju ekološke pridelave sadja in po starosti; Gorenjska, 2010

| Starost | Pozna | | Ne pozna | | Vsi | |
|---------|---------|-----------|----------|-----------|---------|-----------|
| | število | delež v % | število | delež v % | število | delež v % |
| Pod 20 | 9 | 9,6 | 0 | 0,0 | 9 | 8,5 |
| 21-40 | 60 | 63,8 | 9 | 75,0 | 69 | 65,1 |
| 41-60 | 18 | 19,1 | 0 | 0,0 | 18 | 17,0 |
| Nad 60 | 7 | 7,4 | 3 | 25,0 | 10 | 9,4 |
| Vsi | 94 | 100,0 | 12 | 100,0 | 106 | 100,0 |



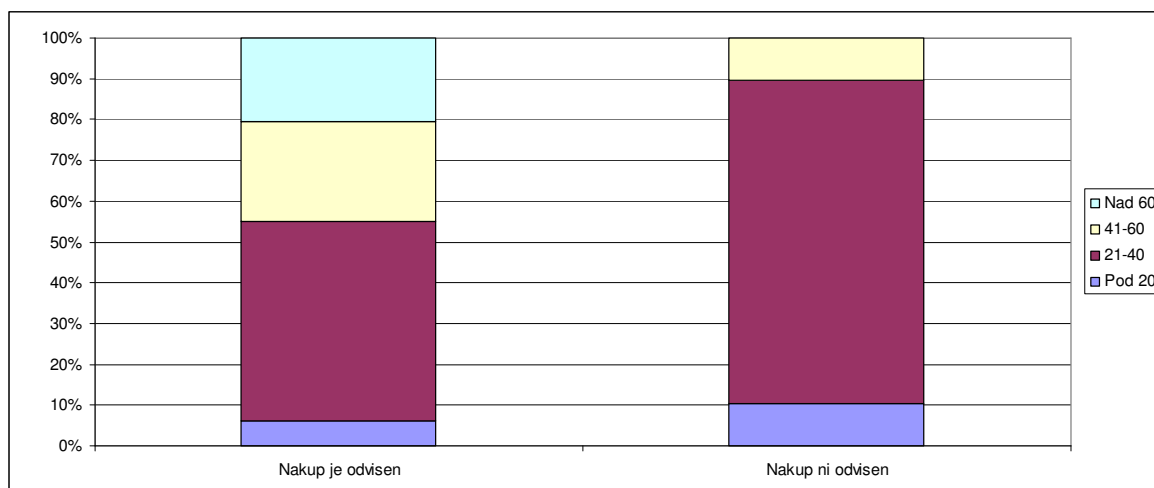
Slika 4: Sestava anketiranih po poznavanju ekološko pridelanega sadja in po starosti; Gorenjska, 2010

4.3 ODVISNOST NAKUPA OD MESEČNEGA DOHODKA

Da nakup ekološko pridelanega sadja ni odvisen od mesečnega dohodka meni 57 anketiranih (54 %), največ v starostni skupini 21-40 let (79 %), medtem ko je 46 % anketirancev odgovorilo, da je nakup takih izdelkov odvisen od mesečnega dohodka.

Preglednica 6: Anketirani po odvisnosti nakupa od mesečnega dohodka in starosti; Gorenjska, 2010

| Starost | Nakup je odvisen | | Nakup ni odvisen | | Vsi | |
|---------|------------------|-----------|------------------|-----------|---------|-----------|
| | število | delež v % | število | delež v % | število | delež v % |
| Pod 20 | 3 | 6,1 | 6 | 10,5 | 9 | 8,5 |
| 21-40 | 24 | 49,0 | 45 | 79,0 | 69 | 65,1 |
| 41-60 | 12 | 24,5 | 6 | 10,5 | 18 | 17,0 |
| Nad 60 | 10 | 20,4 | 0 | 0,0 | 10 | 9,4 |
| Vsi | 49 | 100,0 | 57 | 100,0 | 106 | 100,0 |



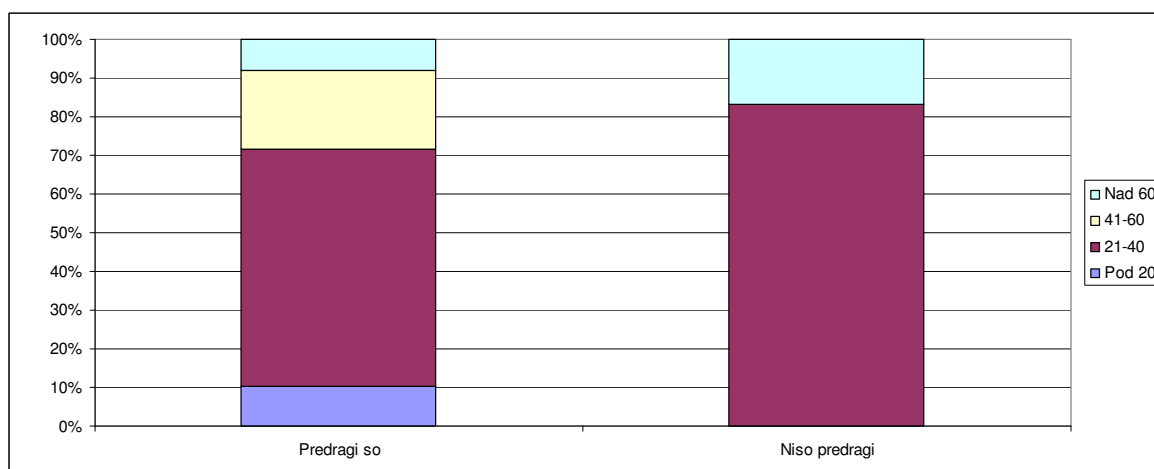
Slika 5: Sestava anketiranih po odvisnosti nakupa od mesečnega dohodka in starosti; Gorenjska, 2010

4.4 CENA IZDELKA

Velika večina vprašanih (83 %) je mnenja, da so ti izdelki predragi, in sicer je največ takih, ki so stari med 21-40 let (61 %), najmanj pa takih, ki so stari nad 60 let (8 %). Samo 17 % pa jih meni, da ti izdelki niso predragi, največ starih med 21 in 40 let (83 %).

Preglednica 7: Anketirani po mnenju, ali so ekološko pridelani izdelki predragi, in starosti; Gorenjska, 2010

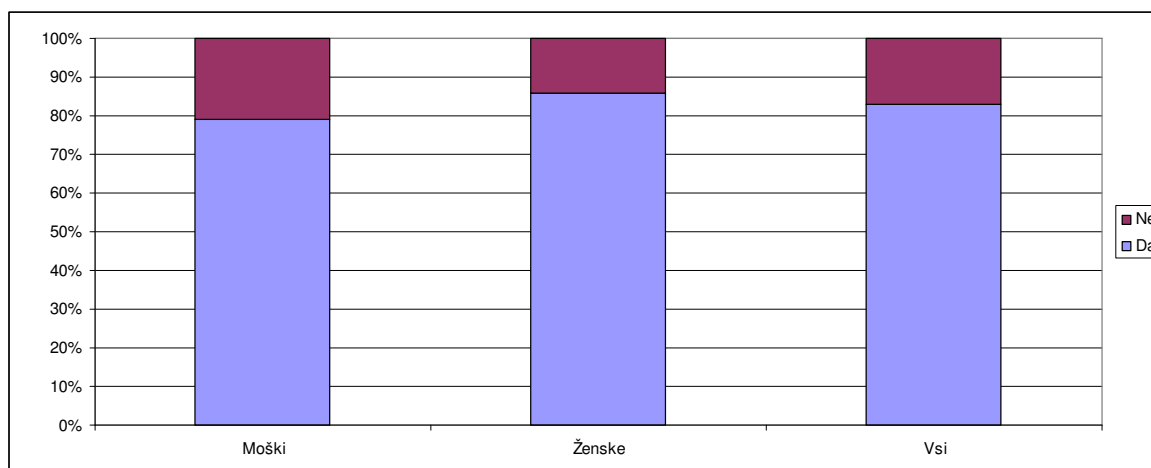
| Starost | Predragi so | | Niso predragi | | Vsi | |
|---------|-------------|-----------|---------------|-----------|---------|-----------|
| | število | delež v % | število | delež v % | število | delež v % |
| Pod 20 | 9 | 10,2 | 0 | 0,0 | 9 | 8,5 |
| 21-40 | 54 | 61,4 | 15 | 83,3 | 69 | 65,1 |
| 41-60 | 18 | 20,4 | 0 | 0,0 | 18 | 17,0 |
| Nad 60 | 7 | 8,0 | 3 | 16,7 | 10 | 9,4 |
| Vsi | 88 | 100,0 | 18 | 100,0 | 106 | 100,0 |



Slika 6: Sestava anketiranih po mnenju, ali so ekološko pridelani izdelki predragi, in starosti; Gorenjska, 2010

Preglednica 8: Anketirani po mnenju, ali so ekološko pridelani izdelki predragi, in spolu; Gorenjska, 2010

| | Moški | | Ženske | | Vsi | |
|-----|---------|-----------|---------|-----------|---------|-----------|
| | število | delež v % | število | delež v % | število | delež v % |
| Da | 34 | 79,1 | 54 | 85,7 | 88 | 83,0 |
| Ne | 9 | 20,9 | 9 | 14,3 | 18 | 17,0 |
| Vsi | 43 | 100,0 | 63 | 100,0 | 106 | 100,0 |



Slika 7: Sestava anketiranih po mnenju, ali so ekološko pridelani izdelki predragi, in spolu; Gorenjska, 2010

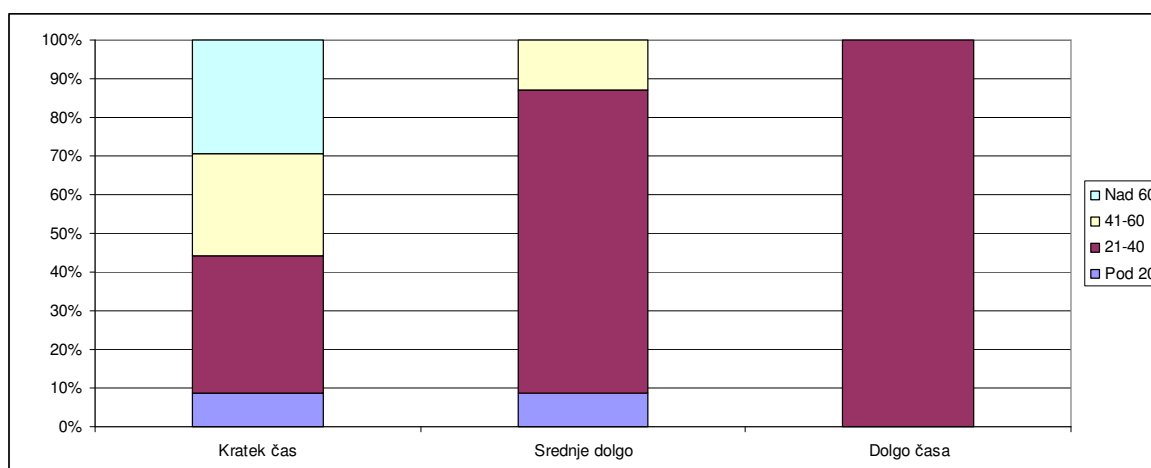
Da so ekološko pridelani izdelki predragi meni 83 % anketiranih, od tega 86 % žensk in 79 % moških.

4.5 POZNAVANJE EKOLOŠKIH IZDELKOV

Največ anketirancev (65 %) je na vprašanje »Kako dolgo poznate ekološke izdelke?« odgovorilo da srednje dolgo, največ starih med 21 in 40 let, medtem ko jih 32 % pozna te izdelke kratek čas, le 3 % pa jih pozna že dolgo časa.

Preglednica 9: Anketirani po času poznavanja ekoloških izdelkov, in starosti; Gorenjska, 2010

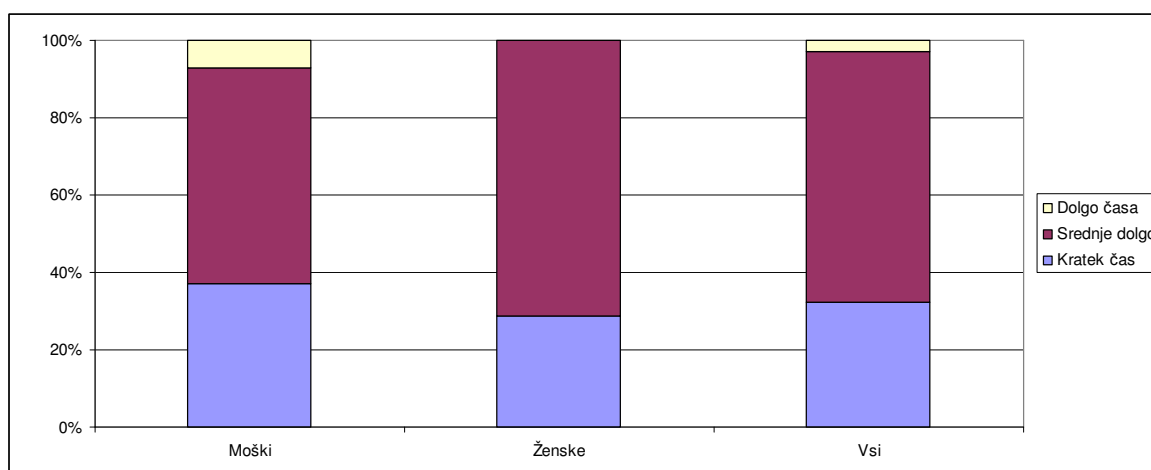
| Starost | Kratek čas | | Srednje dolgo | | Dolgo časa | | Vsi | |
|---------|------------|-----------|---------------|---------|------------|-----------|---------|-----------|
| | število | delež v % | število | število | delež v % | delež v % | število | delež v % |
| Pod 20 | 3 | 8,8 | 6 | 8,7 | 0 | 0,0 | 9 | 8,5 |
| 21-40 | 12 | 35,3 | 54 | 78,3 | 3 | 100,0 | 69 | 65,1 |
| 41-60 | 9 | 26,5 | 9 | 13,0 | 0 | 0,0 | 18 | 17,0 |
| Nad 60 | 10 | 29,4 | 0 | 0,0 | 0 | 0,0 | 10 | 9,4 |
| Vsi | 34 | 100,0 | 69 | 100,0 | 3 | 100,0 | 106 | 100,0 |



Slika 8: Sestava anketiranih po času poznavanja ekoloških izdelkov in starosti; Gorenjska, 2010

Preglednica 10: Anketirani po času poznavanja ekoloških izdelkov in spolu; Gorenjska, 2010

| | Moški | | Ženske | | Vsi | |
|---------------|---------|-----------|---------|-----------|---------|-----------|
| | Število | delež v % | število | delež v % | Število | delež v % |
| Kratek čas | 16 | 37,2 | 18 | 28,6 | 34 | 32,1 |
| Srednje dolgo | 24 | 55,8 | 45 | 71,4 | 69 | 65,1 |
| Dolgo časa | 3 | 7,0 | 0 | 0,0 | 3 | 2,8 |
| Vsi | 43 | 100,0 | 63 | 100,0 | 106 | 100,0 |



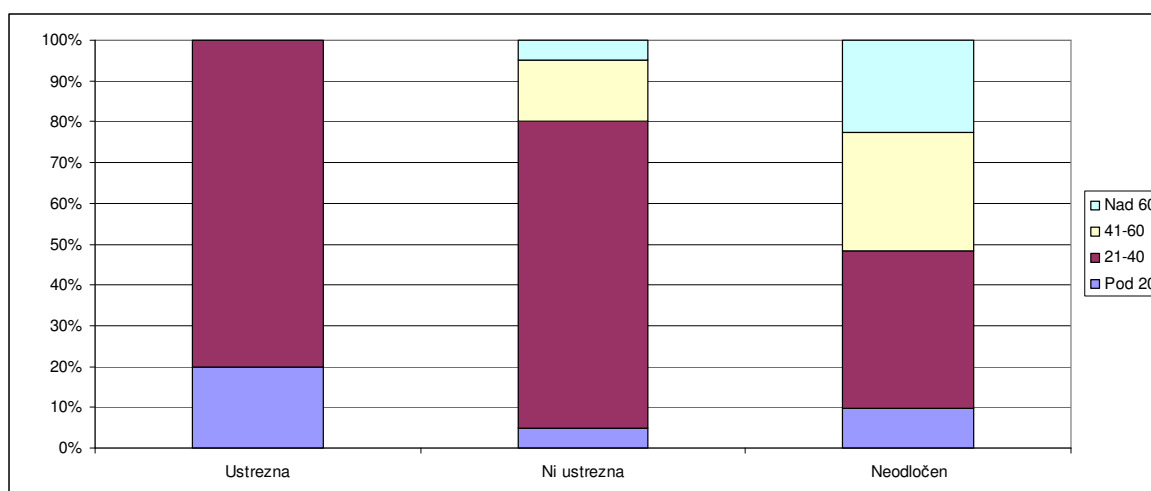
Slika 9: Sestava anketiranih po času poznavanja ekoloških izdelkov in starosti; Gorenjska, 2010

4.6 KOLIČINA EKOLOŠKO PRIDELANEGA SADJA

Večina anketirancev (57 %) meni, da v Sloveniji ni na voljo dovolj ekološko pridelanega sadja, medtem ko jih je 14 % mnenja, da je ekološko pridelanega sadja dovolj (največ v starostni skupini 21-40 let). 29 % anketirancev pa na to vprašanje ne ve odgovora, kot »drugo« pa ni odgovoril nihče.

Preglednica 11: Anketirani po mnenju o ustreznosti količin ekološko pridelanega sadja in starosti; Gorenjska, 2010

| Starost | Ustrezna | | Ni ustrezna | | Neodločen | | Vsi | |
|---------|----------|-----------|-------------|-----------|-----------|-----------|-----|-----------|
| | št. | delež v % | št. | delež v % | št. | delež v % | št. | delež v % |
| Pod 20 | 3 | 20,0 | 3 | 5,0 | 3 | 9,7 | 9 | 8,5 |
| 21-40 | 12 | 80,0 | 45 | 75,0 | 12 | 38,7 | 69 | 65,1 |
| 41-60 | 0 | 0,0 | 9 | 15,0 | 9 | 29,0 | 18 | 17,0 |
| Nad 60 | 0 | 0,0 | 3 | 5,0 | 7 | 22,6 | 10 | 9,4 |
| Vsi | 15 | 100,0 | 60 | 100,0 | 31 | 100,0 | 106 | 100,0 |



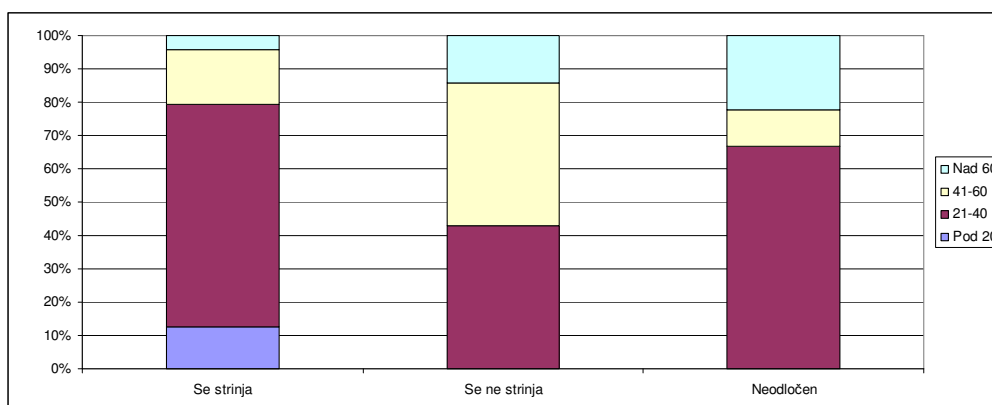
Slika 10: Sestava anketiranih po mnenju o ustreznosti količin ekološko pridelanega sadja in starosti; Gorenjska, 2010

4.7 VEDENJE O EKOLOŠKI PRIDELAVI SADJA

Na vprašanje »Se vam zdi, da ljudje premalo vemo o ekološki pridelavi sadja?« 68 % anketirancev meni, da ljudje premalo vemo o ekološki pridelavi sadja, medtem ko jih 7 % meni, da vemo dovolj. 25 % anketirancev pa na to vprašanje ne ve odgovora. Od anketirancev, ki so mnenja, da ljudje premalo vemo o ekološki pridelavi sadja, jih je največ v starostni skupini 21-40 let. Anketirani pod 20 let so vsi mnenja, da premalo vemo o ekološki pridelavi sadja.

Preglednica 12: Anketirani po strinjanju s trditvijo, da ljudje premalo vemo o ekološki pridelavi sadja in starosti; Gorenjska, 2010

| Starost | Strinja se | | Se ne strinja | | Neodločen | | Vsi | |
|---------|------------|-----------|---------------|-----------|-----------|-----------|-----|-----------|
| | št. | delež v % | št. | delež v % | št. | delež v % | št. | delež v % |
| Pod 20 | 9 | 12,5 | 0 | 0,0 | 0 | 0 | 9 | 8,5 |
| 21-40 | 48 | 66,7 | 3 | 42,9 | 18 | 66,7 | 69 | 65,1 |
| 41-60 | 12 | 16,7 | 3 | 42,9 | 3 | 11,1 | 18 | 17,0 |
| Nad 60 | 3 | 4,1 | 1 | 14,2 | 6 | 22,2 | 10 | 9,4 |
| Vsi | 72 | 100,0 | 7 | 100,0 | 27 | 100,0 | 106 | 100,0 |



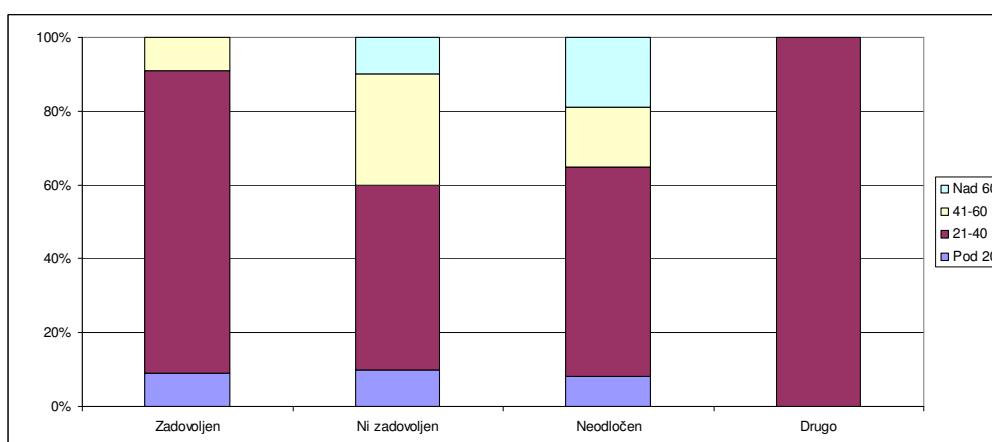
Slika 11: Sestava anketiranih po vedenju o ekološki pridelavi sadja in starosti; Gorenjska, 2010

4.8 ZADOVOLJNOST Z IZDELKI, KI JIH PONUJAJO V SLOVENIJI

Na vprašanje »Ste zadovoljni z izdelki, ki jih ponujajo v Sloveniji?« je 31 % anketirancev odgovorilo pritrdilno, največ starih med 21 in 40 let. 28 % anketirancev je odgovorilo, da niso zadovoljni z izdelki, ki jih ponujajo v Sloveniji, največ starih od 21 do 40 let. 35 % anketirancev je odgovorilo »ne vem« in 6 anketirancev (6 %) »drugo«. Vsi anketiranci, ki so odgovorili »drugo«, so bili stari 21-40 let.

Preglednica 13: Anketirani po zadovoljstvu z ekološkimi izdelki, ki jih ponujajo v Sloveniji, in starosti; Gorenjska, 2010

| Starost | Zadovoljen | | Ni zadovoljen | | Neodločen | | Drugo | | Vsi | |
|---------|------------|-----------|---------------|-----------|-----------|-----------|-------|-----------|-----|-----------|
| | št. | delež v % | št. | delež v % | št. | delež v % | št. | delež v % | št. | delež v % |
| Pod 20 | 3 | 9,1 | 3 | 10,0 | 3 | 8,1 | 0 | 0,0 | 9 | 8,5 |
| 21-40 | 27 | 81,8 | 15 | 50,0 | 21 | 56,8 | 6 | 100,0 | 69 | 65,1 |
| 41-60 | 3 | 9,1 | 9 | 30,0 | 6 | 16,2 | 0 | 0,0 | 18 | 17,0 |
| Nad 60 | 0 | 0,0 | 3 | 10,0 | 7 | 18,9 | 0 | 0,0 | 10 | 9,4 |
| Vsi | 33 | 100,0 | 30 | 100,0 | 37 | 100,0 | 6 | 100,0 | 106 | 100,0 |



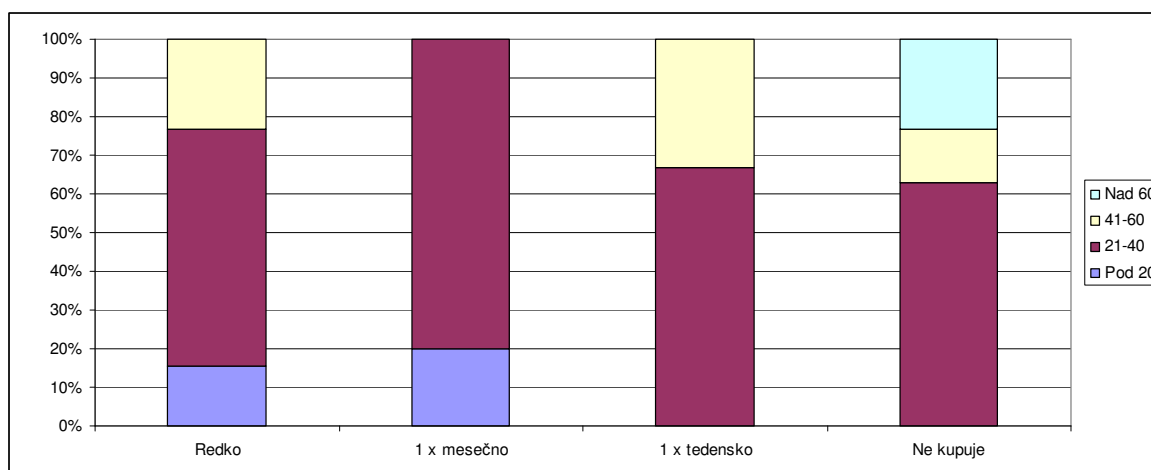
Slika 12: Sestava anketiranih po mnenju o zadovoljstvu z ekološkimi izdelki, ki jih ponujajo v Sloveniji, in starosti; Gorenjska, 2010

4.9 POGOSTOST NAKUPA

Na vprašanje »Kako pogosto kupujete ekološke izdelke?« je 59 % anketirancev odgovorilo, da take izdelke kupujejo, (največ starih med 21 in 40 let), medtem ko 41 % anketirancev teh izdelkov ne kupuje, (največ starih med 21 in 40 let,) in sicer 28 moških in 15 žensk. 37 % anketirancev kupuje take izdelke redko (15 moških in 24 žensk). 1x mesečno takšne izdelke kupuje 14 % anketirancev (15 žensk), 1x tedensko pa 9 % anketirancev (9 žensk).

Preglednica 14: Anketirani po pogostosti nakupa ekoloških izdelkov in starosti; Gorenjska, 2010

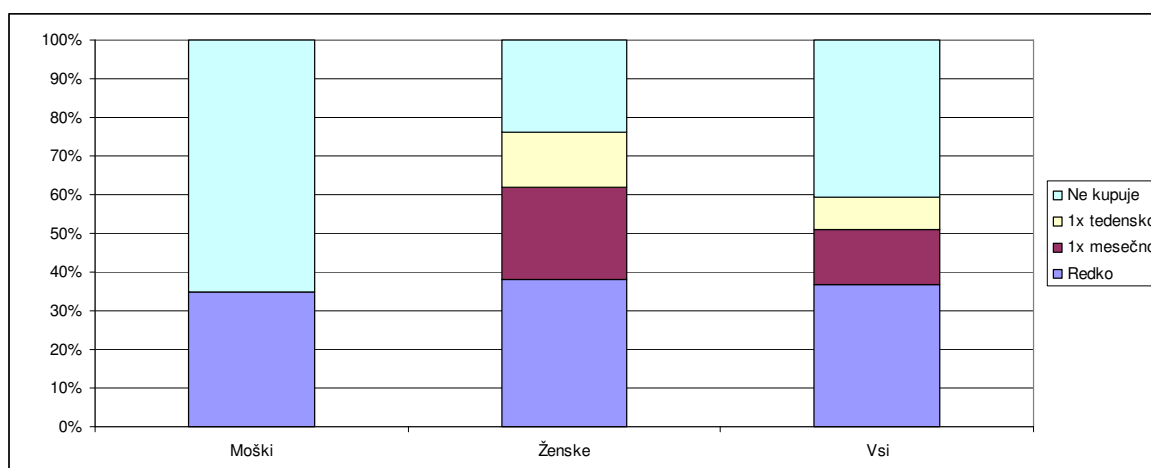
| Starost | Redko | | 1x mesečno | | 1x tedensko | | Ne kupuje | | Vsi | |
|---------|-------|-----------|------------|-----------|-------------|-----------|-----------|-----------|-----|-----------|
| | št. | delež v % | št. | delež v % | št. | delež v % | št. | delež v % | št. | delež v % |
| Pod 20 | 6 | 15,4 | 3 | 20 | 0 | 0 | 0 | 0 | 9 | 8,5 |
| 21-40 | 24 | 61,5 | 12 | 80 | 6 | 66,7 | 27 | 62,8 | 69 | 65,1 |
| 41-60 | 9 | 23,1 | 0 | 0 | 3 | 33,3 | 6 | 13,9 | 18 | 17,0 |
| Nad 60 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 10 | 23,3 | 10 | 9,4 |
| Vsi | 39 | 100 | 15 | 100 | 9 | 100 | 43 | 100 | 106 | 100,0 |



Slika 13: Sestava anketiranih po pogostosti nakupa ekoloških izdelkov in starosti; Gorenjska, 2010

Preglednica 15: Anketirani po pogostosti nakupa ekoloških izdelkov in spolu; Gorenjska, 2010

| | Moški | | Ženske | | Vsi | |
|-------------|---------|-----------|---------|-----------|---------|-----------|
| | Število | delež v % | število | delež v % | Število | delež v % |
| Redko | 15 | 34,9 | 24 | 38,1 | 39 | 36,8 |
| 1x mesečno | 0 | 0,0 | 15 | 23,8 | 15 | 14,1 |
| 1x tedensko | 0 | 0,0 | 9 | 14,3 | 9 | 8,5 |
| Ne kupuje | 28 | 65,1 | 15 | 23,8 | 43 | 40,6 |
| Vsi | 43 | 100,0 | 63 | 100,0 | 106 | 100,0 |



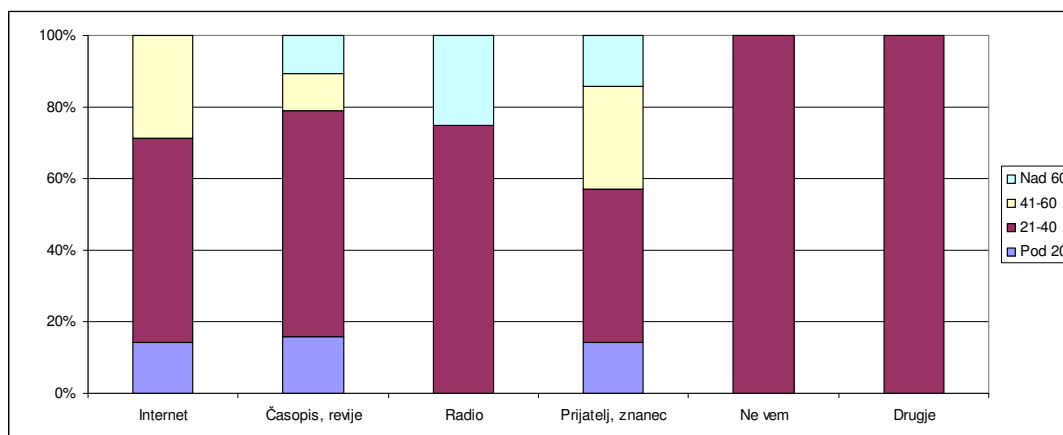
Slika 14: Sestava anketiranih po pogostosti nakupa ekoloških izdelkov in spolu; Gorenjska, 2010

4.10 VIR INFORMACIJ O EKOLOŠKI PRIDELAVI SADJA

Na vprašanje »Kje ste izvedeli za ekološko pridelavo sadja?« je bilo možnih več odgovorov. Največ anketirancev (54 %) je odgovorilo, da je za ekološko pridelavo izvedelo iz časopisov in revij, največ starih med 21 in 40 let, najmanj pa iz radia, nobeden od anketirancev pa ni izvedel preko sejma. 6 anketirancev pa je podalo več odgovorov, in sicer da so izvedeli preko interneta, časopisov, revij, radia in preko prijateljev, znancev. 6 anketirancev je odgovorilo, da so izvedeli drugje, in sicer na Biotehniški fakulteti.

Preglednica 16: Anketirani po viru informacij o ekološki pridelavi sadja in starosti; Gorenjska, 2010

| Starost | Internet | | Časopis, revije | | Radio | | Sejem | | Prijatelj, znanec | | Ne vem | | Drugje | |
|---------|----------|-----------|-----------------|-----------|-------|-----------|-------|-----------|-------------------|-----------|--------|-----------|--------|-----------|
| | št. | delež v % | št. | delež v % | št. | delež v % | št. | delež v % | št. | delež v % | št. | delež v % | št. | delež v % |
| Pod 20 | 3 | 14,3 | 9 | 15,8 | 0 | 0,0 | 0 | 0,0 | 3 | 14,3 | 0 | 0,0 | 0 | 0,0 |
| 21-40 | 12 | 57,1 | 36 | 63,2 | 3 | 75,0 | 0 | 0,0 | 9 | 42,8 | 9 | 100,0 | 6 | 100,0 |
| 41-60 | 6 | 28,6 | 6 | 10,5 | 0 | 0,0 | 0 | 0,0 | 6 | 28,6 | 0 | 0,0 | 0 | 0,0 |
| Nad 60 | 0 | 0,0 | 6 | 10,5 | 1 | 25,0 | 0 | 0,0 | 3 | 14,3 | 0 | 0,0 | 0 | 0,0 |
| Vsi | 21 | 100,0 | 57 | 100,0 | 4 | 100,0 | 0 | 100,0 | 21 | 100,0 | 9 | 100,0 | 6 | 100,0 |



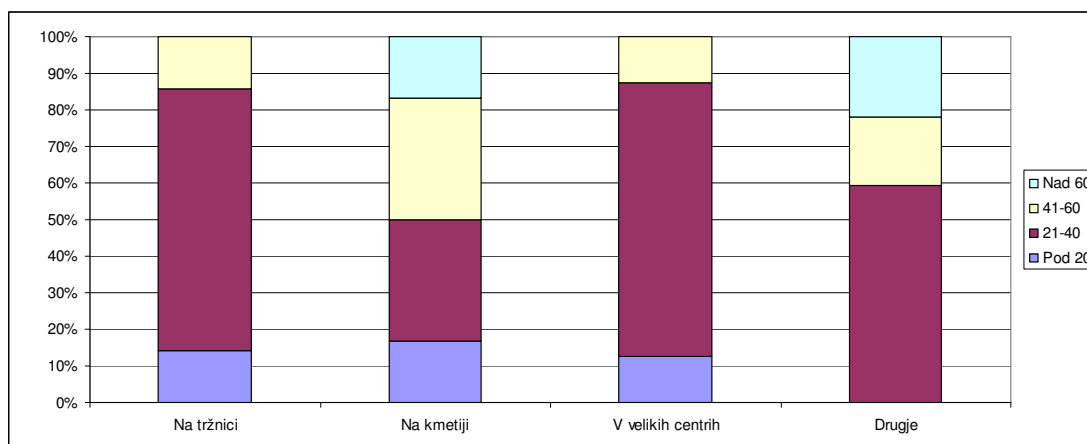
Slika 15: Sestava anketiranih po viru informacij o ekološki pridelavi sadja in starosti

4.11 KRAJ NAKUPA

Pri vprašanju »Kje kupujete ekološke izdelke?« so anketiranci podajali več odgovorov. Največ anketirancev (45 %) kupuje takšne izdelke v velikih centrih, kar 34 % anketirancev, ki so stari med 21 in 40 let, najmanj pa na kmetiji (17 %), od tega največ stari med 21 in 60 let.

Preglednica 17: Anketirani po kraju nakupa ekoloških izdelkov in starosti; Gorenjska, 2010

| Starost | Na tržnici | | Na kmetiji | | V velikih centrih | | Drugje | | Vsi | |
|---------|------------|-----------|------------|-----------|-------------------|-----------|--------|-----------|-----|-----------|
| | št. | delež v % | št. | delež v % | št. | delež v % | št. | delež v % | št. | delež v % |
| Pod 20 | 3 | 14,3 | 3 | 16,7 | 6 | 12,5 | 0 | 0,0 | 9 | 8,5 |
| 21-40 | 15 | 71,4 | 6 | 33,3 | 36 | 75,0 | 19 | 59,4 | 69 | 65,1 |
| 41-60 | 3 | 14,3 | 6 | 33,3 | 6 | 12,5 | 6 | 18,7 | 18 | 17,0 |
| Nad 60 | 0 | 0,0 | 3 | 16,7 | 0 | 0,0 | 7 | 21,9 | 10 | 9,4 |
| Vsi | 21 | 100,0 | 18 | 100,0 | 48 | 100,0 | 32 | 100,0 | 106 | 100,0 |



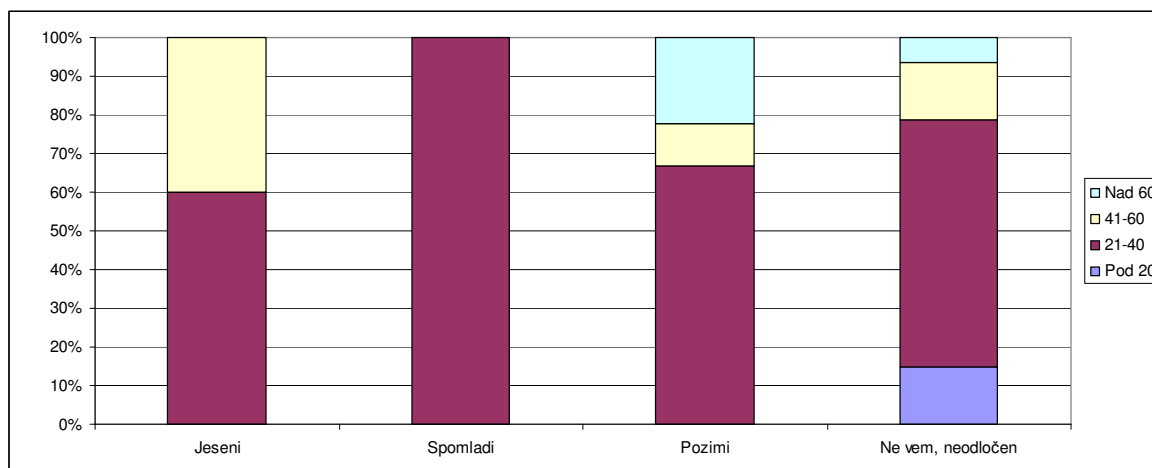
Slika 16: Sestava anketiranih po kraju nakupa ekoloških izdelkov in starosti

4.12 SEZONA NAKUPA EKOLOŠKEGA SADJA

Na vprašanje »V katerem letnem času največkrat nakupujete ekološko sadje?« je bilo največ takih, ki jih ne kupujejo, in sicer kar 58 % anketirancev, (od tega 39 med 21 in 40 let, 9 anketirancev pod 20 let in med 41 in 60 let, najmanj pa nad 60 let, in sicer 4 anketiranci). 26 % anketirancev kupuje take izdelke pozimi, in sicer največ starih med 21 in 40 let, najmanj pa med 41 in 60 let. 14 % anketirancev je odgovorilo, da kupujejo jeseni, 3 anketiranke pa so odgovorile, da take izdelke kupujejo spomladi.

Preglednica 18: Anketirani po letnem času nakupa ekološko pridelanega sadja in starosti; Gorenjska, 2010

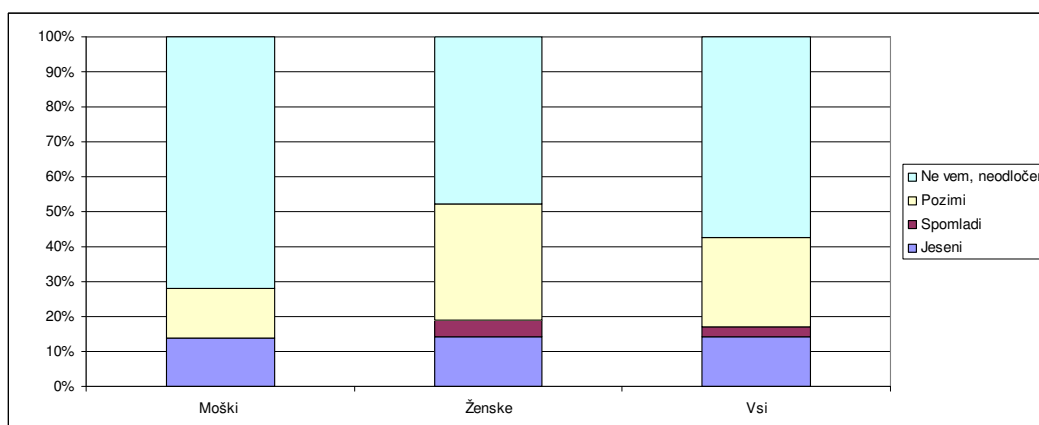
| Starost | Jeseni | | Spomladi | | Pozimi | | Neodločen | | Vsi | |
|---------|--------|-----------|----------|-----------|--------|-----------|-----------|-----------|-----|-----------|
| | št. | delež v % | št. | delež v % | št. | delež v % | št. | delež v % | št. | delež v % |
| Pod 20 | 0 | 0,0 | 0 | 0,0 | 0 | 0,0 | 9 | 14,8 | 9 | 8,5 |
| 21-40 | 9 | 60,0 | 3 | 100,0 | 18 | 66,7 | 39 | 63,9 | 69 | 65,1 |
| 41-60 | 6 | 40,0 | 0 | 0,0 | 3 | 11,1 | 9 | 14,8 | 18 | 17,0 |
| Nad 60 | 0 | 0,0 | 0 | 0,0 | 6 | 22,2 | 4 | 6,5 | 10 | 9,4 |
| Vsi | 15 | 100,0 | 3 | 100,0 | 27 | 100,0 | 61 | 100,0 | 106 | 100,0 |



Slika 17: Sestava anketiranih po letnem času nakupa ekološko pridelanega sadja in starosti; Gorenjska, 2010

Preglednica 19: Anketirani po letnem času nakupa ekološko pridelanega sadja in spolu; Gorenjska, 2010

| | Moški | | Ženske | | Vsi | |
|-------------------|---------|-----------|---------|-----------|---------|-----------|
| | število | delež v % | število | delež v % | število | delež v % |
| Jeseni | 6 | 14,0 | 9 | 14,3 | 15 | 14,2 |
| Spomladi | 0 | 0,0 | 3 | 4,8 | 3 | 2,8 |
| Pozimi | 6 | 14,0 | 21 | 33,3 | 27 | 25,5 |
| Ne vem, neodločen | 31 | 72,0 | 30 | 47,6 | 61 | 57,5 |
| Vsi | 43 | 100,0 | 63 | 100,0 | 106 | 100,0 |



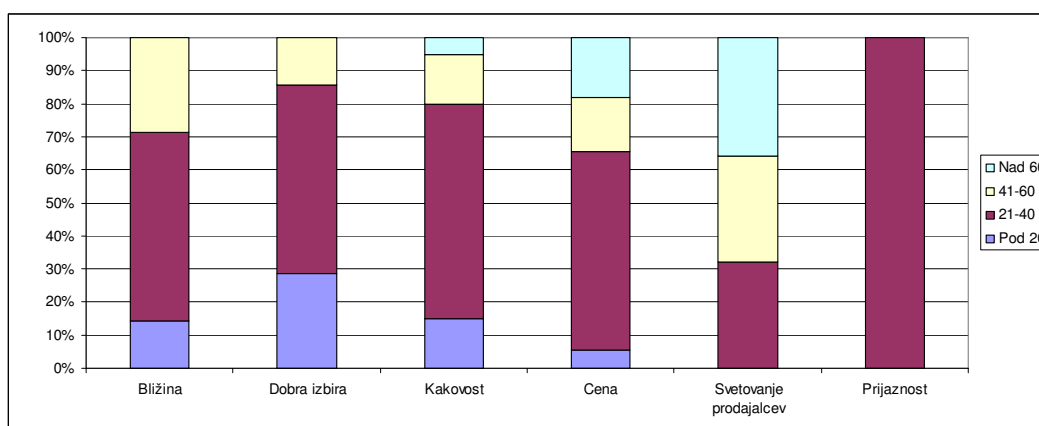
Slika 18: Sestava anketiranih po letnem času nakupa ekološko pridelanega sadja in spolu; Gorenjska, 2010

4.13 VZROK ZA NAKUP

Na vprašanje »Kaj vpliva, da izdelek kupite?« je bilo možnih več odgovorov. Največ anketirancev je odgovorilo, da je odločilna kakovost (57 %) in cena izdelka (52 %), od tega največ starih med 21 in 40 let, najmanj pa prijaznost, dobra izbira in bližina.

Preglednica 20: Anketirani po vzroku za nakup in starosti; Gorenjska, 2010

| Starost | Bližina | | Dobra izbira | | Kakovost | | Cena | | Svetovanje prodajalcev | | Prijaznost | |
|---------|---------|-----------|--------------|-----------|----------|-----------|------|-----------|------------------------|-----------|------------|-----------|
| | št. | delež v % | št. | delež v % | št. | delež v % | št. | delež v % | št. | delež v % | št. | delež v % |
| Pod 20 | 3 | 14,3 | 6 | 28,6 | 9 | 15,0 | 3 | 5,5 | 0 | 0,0 | 0 | 0,0 |
| 21-40 | 12 | 57,1 | 12 | 57,1 | 39 | 65,0 | 33 | 60,0 | 9 | 32,1 | 3 | 100,0 |
| 41-60 | 6 | 28,6 | 3 | 14,3 | 9 | 15,0 | 9 | 16,3 | 9 | 32,1 | 0 | 0,0 |
| Nad 60 | 0 | 0,0 | 0 | 0,0 | 3 | 5,0 | 10 | 18,2 | 10 | 35,8 | 0 | 0,0 |
| Vsi | 21 | 100,0 | 21 | 100,0 | 60 | 100,0 | 55 | 100,0 | 28 | 100,0 | 3 | 100,0 |



Slika 19: Sestava anketiranih po vzroku za nakup in starosti; Gorenjska, 2010

5 RAZPRAVA IN SKLEPI

5.1 RAZPRAVA

Naš namen je bil, na podlagi zbranih podatkov iz anket, ugotoviti, kako je ekološka pridelava sadja poznana ljudem in koliko se odločajo za nakup takšnega sadja. Vemo namreč, da sveže sadje in zelenjava predstavljata pomemben delež znotraj zdrave prehrane. Najpomembnejši cilj te pridelave je, da se ob nadzorovani uporabi gnojil in posebej dovoljenih sredstev za varstvo rastlin na gospodarsko sprejemljiv način pridelava kakovostne pridelke sadja, ob ohranitvi raznovrstnosti življenja v naravi, ob zaključenem biološkem krogu. Ekološko kmetovanje zagotavlja pridelavo visoko kakovostne in varne hrane, z bogato prehransko vrednostjo in visoko vsebnostjo vitaminov, mineralov in antioksidantov.

V času naših pradedov so bila vsa živila ekološka, pridelana z zmernim kmetovanjem in v količinah, ki so jih potrebovale družine za življenje. Industrializacija je prinesla številne izboljšave, skupaj z njimi pa tudi številne negativne učinke za okolje, zdravje ljudi in živali. Kljub številnim državnim ukrepom regulacije trgov pa še vedno velja načelo, da je kupec kralj, ki bo izbral ali zavrnil. Še vedno velja osnovni zakon ekonomije: večje je povpraševanje, večja bo ponudba in obratno. S tega vidika lahko največ za povečanje ponudbe ekoživil storijo potrošniki, ki izberejo.

V naši raziskavi nas je zanimalo, kako so prebivalci Gorenjske seznanjeni z ekološko pridelavo sadja. V anketo smo vključili 106 anketirancev, od tega 59 % žensk in 41 % moških.

Rezultati ankete so pokazali, da jih večina (89 %) pozna ekološko pridelavo sadja, kar je primerljivo z rezultati, ki so jih v letih 2007 in 2008 izvedli na Fakulteti za kmetijstvo in biosistemske vede, kjer je 90 % anketirancev že slišalo za ekološko pridelavo živil (Majkovič, 2008). To je zelo razveseljiv podatek, saj je sadje zelo pomemben del v naši vsakdanji prehrani.

83 % anketiranih je mnenja, da so ekološki izdelki predragi. Večina vprašanih (65 %) meni, da ekološke izdelke pozna srednje dobro, 32 % jih pozna ekološke izdelke krajši čas in le 3 % anketiranih že dolgo časa. Rezultati kažejo, da bo potrebno več storiti na informiranju potrošnikov in prepoznavnosti ekoloških izdelkov. Največ anketiranih je za ekološko pridelavo izvedelo iz časopisov in revij (54%).

57 % anketiranih meni, da v Sloveniji ni na voljo dovolj ekološko pridelanega sadja in le 14 % je mnenja, da ga je dovolj. Kar 68 % anketiranih meni, da premalo vemo o ekološki pridelavi sadja. Z ekološkimi izdelki je zadovoljnih 31 % anketiranih, 35 % jih ni opredeljenih, 28 % pa jih ni zadovoljnih z ekološkimi izdelki, ki se jih ponuja v Sloveniji.

Zanimanje za ekološko pridelavo sadja se skozi leta povečuje, zato nas je zanimalo, kako pogosto potrošniki kupujejo takšne izdelke. Ugotovili smo, da redko kupuje 37 % anketirancev, medtem ko jih 9 % kupuje redno, 1x tedensko. Ti rezultati so primerljivi z rezultati ameriške raziskave (Truninger, 2008), kjer 16 % anketirancev kupuje redno takšne izdelke. Podobne rezultate so dobili tudi na Severnem Irskem (13 %). Iz tega lahko sklepamo, da je še vedno velik prepad med potrošniki, ki redno kupujejo eko izdelke in tistimi, ki jih to zanima, vendar eko izdelkov ne kupujejo redno. Morda ima tu vlogo tudi cena eko izdelkov, ki je v primerjavi s konvencionalnimi precej višja in tako manj dostopna vsem.

Največ anketiranih nakupuje sadje v velikih centrih (45 %), saj se jim zdi najprimernejše, 30 % nakupujejo sadje drugje od naštetega, 20 % anketiranih nakupujejo sadje na tržnici in 18 % jih nakupuje na kmetiji. Ti rezultati so primerljivi z rezultati, ki so jih izvedli na Fakulteti za kmetijstvo in biosistemske vede v letih 2007 in 2008 (Majkovič, 2008) in na Inštitutu za trajnostni razvoj (2010). Anketiranim se zdi pri odločitvi za nakup najpomembnejša kakovost in cena, najmanj pozornosti pa namenijo prijaznosti, bližini in dobri izbiri.

Večina anketirancev kupuje eko izdelke neodvisno od letnega časa, medtem ko 25 % potrošnikov meni, da eko izdelke bolj kupujejo pozimi, ko ni na voljo domačega sadja.

V raziskavi je več kot polovica vprašanih (54 %) odgovorila, da nakup ekološkega sadja ni odvisen od mesečnega dohodka, medtem ko smo v literaturi zasledili, da potrošniki ekološka živila dojemajo kot draga in manj dostopna (Fitzgerald in sod., 2002; Gardyn, 2002). Raziskava na Švedskem je pokazala, da se kar polovica potrošnikov ne odloči za nakup ekološko pridelane hrane ravno zaradi visokih cen (Magnusson in sod., 2001).

Stopnja nakupov ekološko pridelanih živil je tako v tujini kot pri nas sorazmerno nizka v primerjavi z nakupi konvencionalnih živil. Dejstvo je, da je poznavanje ekološko pridelanih živil v Sloveniji še v povojih. Tako med potrošniki kot pridelovalci ekološko pridelanih živil obstajajo ovire, problemi, s katerimi bi se mogli oboji zavestno spoprijeti in odpraviti težave. Pridelovalci živil bi morali izboljšati oglaševanje in povečati ozaveščenost med potrošniki z izobraževanjem in s poudarjanjem pozitivnih učinkov ekološko pridelanih živil. Potrošniki pa bi morali opozarjati proizvajalce na pomanjkljivosti v ponudbi ekološko pridelanih živil.

Spoznanje o ovirah, ki jih navajajo potrošniki ekološko pridelane hrane, ni zanimivo samo za znanost, ampak je pomembno tudi za trgovce s to hrano. Namreč, v prihodnosti lahko v Sloveniji pričakujemo povečano ponudbo ekoloških izdelkov na policah velikih trgovskih verig in rezultati raziskave vodijo v domnevo, da bi lahko bila ekonomsko najbolj uspešna tista podjetja, ki bi upoštevala, da se potrošnikom ekološko pridelane hrane ne zdi pomembna samo skrb zase in za svojo družino, ampak tudi za vse, ki so vključeni v prehransko verigo, torej za okolje, živali in za proizvajalce. Posledično bi lahko bila

najbolj uspešna tista podjetja, ki si bodo znala ustvariti javno podobo v skupnost usmerjenega in skrbnega trgovca, na primer: z zagotovili malim pridelovalcem, da jim bodo odkupili izdelke, s poštenim plačilom izdelkom, z donacijami in investicijami v slabše razvito slovensko podeželje ipd.

Glede na vse večje povpraševanje potrošnikov po ekoloških pridelkih in živilih ter vse večji obseg prometa s temi živili, ne samo v Sloveniji, temveč po vsej Evropi in ostalem svetu, ima ekološko kmetovanje, oziroma ekološki pridelovalci in predelovalci razmeroma varno prihodnost; predvsem pa veliko priložnost po večjih prihodkih in višji dodani vrednosti na svojih kmetijskih gospodarstvih. Prav tako je še mnogo neizkoriščenih priložnosti v tako imenovanem eko-turizmu oz. turizmu na ekoloških kmetijah, ki lahko pomeni dobro alternativo ali dopolnitev klasičnega kmečkega turizma.

5.2 SKLEPI

Za začetek ekološke pridelave sadja v Sloveniji lahko označimo leto 1997. Od takrat se ukvarja z ekološko pridelavo vedno več ljudi. Ekološka pridelava sadja predstavlja majhen delež v skupni pridelavi, čeprav je s to pridelavo izboljšana kakovost sadja in zagotovljeno potencialno zdravje potrošnikov, zato bo potrebno vložiti več strokovnega dela v zahtevnejšo pridelavo.

Iz rezultatov ankete, v katero je bilo vključenih 106 anketiranih – 59 % žensk in 41 moških, lahko povzamemo naslednje:

- ❖ iz ankete je razvidno, da skoraj 90 % anketirancev pozna ekološko pridelavo sadja;
- ❖ večina anketirancev pozna ekološko pridelane izdelke srednje dolgo. Med njimi jih bolje pozna srednja starostna skupina (stari med 21 in 40 let). Večina pa jih je za takšno pridelavo izvedela iz časopisov in revij. Rezultati raziskav so potrdili tudi, da je nakup ekološko pridelane hrane »ženski pojav«;
- ❖ velika večina vprašanih (83 %) je mnenja, da je ekološko pridelana hrana precej draga, kar predvsem odvrča od nakupa mlajše potrošnike. Hkrati pa jih je večina mnenja, da nakup takšnih izdelkov ni odvisen od mesečnega dohodka;
- ❖ več kot polovica vprašanih meni, da ljudje premalo vemo o ekološki pridelavi sadja in da v Sloveniji ni na voljo dovolj takšnih izdelkov;
- ❖ večina jih je zadovoljna s ponudbo v Sloveniji. Ekološko pridelana živila najpogosteje nakupujejo na ekološki tržnici, predvsem sadje in zelenjavo, v večjih trgovinah ali supermarketih, nekateri pa tudi na ekoloških kmetijah;
- ❖ za nakup ekološko pridelanega sadja pa se večina vprašanih odloči v zimskem času, nakup le tega pa je odvisen tudi od kakovosti in cene.

Iz rezultatov naše ankete lahko sklepam, da poznavanje ekološko pridelanega sadja narašča, saj tudi potrošniki želimo vedno kakovostnejšo hrano. Seveda pa je poznavanje tako pridelanega sadja bližje srednji starostni skupini (21-40 let).

6 POVZETEK

Na Gorenjskem je sadjarstvo dohodkovno pomembna kmetijska panoga. Glavni namen raziskave je bil ugotoviti, koliko so ljudje seznanjeni z ekološko pridelavo sadja in koliko posegajo po tej pridelavi. Zanimalo nas je tudi, kje kupujejo ekološko sadje, kje so izvedeli ter kdaj ga največ kupujejo. Želeli smo tudi ugotoviti, če se njihove navade razlikujejo glede na starost in spol.

Z raziskavo smo ugotovili, da velika večina anketirancev pozna ekološko pridelavo sadja. Ugotovili smo, da jih v starostni skupini od 21–40 let največ pozna ekološko pridelavo sadja (57 %), medtem ko jih 8,5 % ne pozna ekološke pridelave, v skupini starih nad 60 let jih pozna 7 %, 3 % anketiranih pa ne pozna ekološko pridelave sadja.

Rezultati so pokazali, da je 54 % anketiranih mnenja, da nakup ekoloških izdelkov ni odvisen od mesečnega dohodka, medtem ko je 46 % odgovorilo, da je nakup takih izdelkov odvisen od mesečnega dohodka.

Večina anketiranih kupuje sadje v velikih centrih (45 %), 30 % jih kupuje drugje, na tržnici kupuje 20 % anketirancev, najmanj pa jih kupuje na kmetiji (17 %), ne glede na starostno skupino.

Raziskava je pokazala, da je največ anketirancev (54 %) izvedelo za ekološko pridelavo sadja preko časopisov in revij, 20 % je odgovorilo, da so izvedeli preko prijateljev in znancev ter interneta, nobeden od anketirancev pa ni izvedel na sejmu.

Večina vprašanih (65 %) je odgovorilo, da poznajo ekološko pridelavo sadja srednje dolgo, medtem ko jih 32 % pozna te izdelke kratek čas in le 3 % že dolgo časa.

58 % anketiranih je odgovorilo, da ekološko sadje ne kupujejo, 26 % anketirancev kupuje take izdelke pozimi, 14 % anketirancev je odgovorilo, da jih kupujejo jeseni.

7 VIRI

- Akcijski načrt razvoj ekološkega kmetijstva v Sloveniji do leta 2015. 2006. Ljubljana, Ministrstvo za kmetijstvo, gozdarstvo in prehrano: 71 str.
- Bratuša A. 2002. Kaj menijo kupci na ljubljanski ekološki tržnici? Biodar: Revija za varstvo okolja in kmetijstvo, 2: 19-20
- Breljih V., 2006. Porabnik na trgu sonaravno pridelane hrane. Magistrska naloga. Ljubljana, Univerza v Ljubljani, Ekonomska fakulteta: 71 str.
- Cirnski L., Langerholc Žgeč M. 2006. Izzivi trženja ekoloških živil v Sloveniji. EKO LIST, 06: 41-44
<http://www.ekolist.si/documents/s055-izzivi-trzenja-ekoloskih-zivil-v-sloveniji.pdf>
- Ekelund L. 1989. Vegetable consumption and consumer attitudes towards organically grown vegetables - the case of Sweden. Acta Horticulturae, 259, 163-172
- Fitzgerald R., Campbell H., Sly C., Finlay S. 2002. The flight to nature? An ethnographic study and consumption of organic food. Otago, University of Otago, Agriculture Food and Environment: 73 str.
- Fras B. 2008. Bioužitek. Obrazi, (30. 10. 2008): 17
- Gardyn R. 2002. Educated Consumers. American Demographics, 24, 10: 18-19
- GFK. 2007. Trgovinske raziskave. Trend zdrave prehrane – bio in eko izdelki.
<http://www.gfk.si/novice.php?NID=2044> (20. 10. 2008)
- Govindasamy R., Italia J. 1999. Predicting willingness-to-pay a premium for organically grown fresh produce. Journal of Food Distribution, 52: 45-53
- Gutman-Kobal Z., Soršak A. 2007. Pozitivni učinki ukrepov kmetijske politike v sadjarstvu, Kmečki glas
http://www.kmeckiglas.com/index.php?option=com_content&task=view&id=586&Itemid=106 (15. 8. 2009)
- Huang L. 1996. Upgrading of gold gravity concentrates: a study of the Knelson concentrator. Ph.D. Thesis, Montreal, McGill University: 284 str.
http://digitool.library.mcgill.ca/R/?func=dbin-jump-full&object_id=42055&local_base=GEN01-MCG02 (3. 8. 2010)

- Inštitut za trajnostni razvoj Ljubljana. 2010.
www.itr.si. (3. 8. 2010)
- Jesenek M. 2008. Slovenski porabnik: njegovo mnenje in vedenje. Primer Mercator. Predstavljeno na: 2. Strateška konferenca o trgovini. Brdo, 8. 10. 2008.
<http://www.tzslo.si/pic/pdf/2-konferenca/Mercator-Jesenek.pdf>
- Jolly D. 1991. Differences between buyers and nonbuyers of organic produce and willingness to pay organic price premiums. *Journal of Agribusiness*, 9: 97-111
- Kaj pomenijo znaki na izdelkih? 2011.
http://www.biosi.si/index.php?sv_path=16
- Kandus A. 2008. Zakaj je lahko nišni proizvajalce zanimiv za trgovce? Primer Medex, d.d. Predstavljeno na: 2. Strateška konferenca o trgovini. Brdo, 8. 10. 2008.
http://www.tzslo.si/pic/pdf/2-konferenca/Medex_Kandus.pdf
- Laroche M., Bergeron J., Barbaro-Forleo G. 2001. Targeting consumers who are willing to pay more for environmentally friendly products. *The Journal of Consumer Marketing*, 18, 6: 503-518
- Magnusson M. K., Arvola A., Koivisto Hursti U. K., Aberg L., Sjoden P. 2001. Attitudes towards organic goods among Swedish consumers. *British Food Journal*, 103, 3: 209-226
- Majkovič D. 2008. Slovenski potrošniki in njihovo prepoznavanje živil z ekološko označbo. V: Ekološko kmetijstvo varuje podtalnico. Zbornik mednarodnega posveta 12. Alpe Jadran Biosimpozij, Pivola, 19. – 21. 11. 2008, Bavec, M. in sod. (ur.). Maribor, Univerza v Mariboru, Fakulteta za kmetijstvo in biosistemske vede: 38
- Marolt M. 2004. Analiza potrošne družbe. Analiza potrošnje ekološko pridelane hrane. Diplomsko delo. Ljubljana, Fakulteta za družbene vede: 48 str.
- Marvin N., Bavec M., Repič P., Robačar M., Aleksič V. 2002. Vodnik po ekoloških kmetijah. Maribor: KGZS - Kmetijsko gozdarski zavod Maribor: 139 str.
- Ministrstvo za kmetijstvo, gozdarstvo in prehrano. 2010.
<http://www.mkgp.gov.si> (10. 08. 2010)
- Organic food. 1998. MarketingWeek.
<http://www.marketingweek.co.uk/home/organic-food/2037266.article> (3. 8. 2010).

- Pravilnik o ekološki pridelavi in predelavi kmetijskih pridelkov oziroma živil. Ur. l. RS št. 31/01
- Roddy G., Cowan C. A., Hutchinson G. 1996. Consumer attitudes and behaviour to organic food in Ireland. *Journal of International Consumer Marketing*, 9, 2: 41-63
- Rotvajn M. 2007. Ekološka pridelava sadja v Zgornjih Slovenskih goricah. Diplomsko delo. Ljubljana, Biotehniška fakulteta, Oddelek za agronomijo: 39 str.
- Shrum L. J., McCarty J. A., Lowrey T. M. 1995. Buyer characteristics of the green consumers and their implications for advertising strategy. *Journal of Advertising*, 24, 2: 71-80
- Štampar F., Lešnik M., Veberič R., Solar A., Koron D., Usenik V., Hudina M., Osterc G. 2009. Sadjarstvo. Ljubljana, Kmečki glas: 416 str.
- Titterington A. J., Davies A., Cochrane C. 1996. Forty shades of green: A classification of green consumerism in Northern Ireland. *Journal of Euro – Marketing*, 5, 3: 43-45
- Truninger M. 2008. The organic food market in Portugal: contested meanings, competing conventions. *International Journal of Agricultural Resources, Governance and Ecology*, 7, 1-2:110-125
- Uredba o izvedbi ukrepov kmetijske politike za leto 2003. Ur. l. RS št. 27/03
- Uredba o plačilih za ukrepe Programa razvoja podeželja 2004-2006 za leto 2004. Ur. l. RS št. 24/04
- Vindigni G., Janssen M. A., Jager W. 2002. Organic Food consumption. *British Food Journal*, 104, 8/9: 624-642
- von Alvensleben R. 1998. Ecological aspects of food demand: the case of organic food in Germany. AIR-CAT 4th Plenary Meeting. Health, Ecological and Safety Aspects in Food Choice, 4, 1: 68-79
- von Alvensleben R., Altmann M. 1987. Determinants of the demand for organic foods in Germany. *Acta Horticulturae*, 203: 235-242
- Wandel M., Bugge A. 1997. Environmental concern in consumer evaluation of food quality. *Food Quality and Preference*, 8: 19-26
- Williams P. R. D., Hammit J. K. 2000. A Comparison of organic and conventional fresh produce buyers in the Boston area. *Risk Analysis*, 20, 5: 735-746

Zanoli R., Naspetti S. 2002. Consumer motivations in the purchase of organic food.
British Food Journal, 104, 8/9: 643-653

Zdrava prehrana. 2011.

<http://www.pomurje.si/pomurska-skupnost/mali-oglas/zdrava-prehrana-izdelki-kontrolirane-ekoloske-in-i/> (14. 2. 2011)

ZAHVALA

Najlepše se zahvaljujem mentorici izr. prof. dr. Metki HUDINA za nasvete, spodbudo, strokovno vodstvo in pomoč med študijem in pri nastajanju diplomskega dela.

Zahvala gre tudi predsednici komisije prof. dr. Katji VADNAL in članu komisije doc. dr. Robertu VEBERIČU za koristne pripombe in pregled diplomskega dela.

Velika zahvala vsem ljudem, ki so bili pripravljeni odgovarjati na zastavljena anketna vprašanja.

Posebna Hvala domačim in vsem, ki ste mi kakorkoli pomagali med študijem in pri nastajanju diplomskega dela.

PRILOGA A ANKETA

Spoštovani!

Pred vami je vprašalnik, katerega namen je ugotoviti, kako so kupci seznanjeni z ekološko pridelavo sadja ter kako so zadovoljni s ponudbo in izbiro ekoloških pridelkov.

Anketa je anonimna. Rezultati ankete bodo uporabljeni izključno za izdelavo diplomskega dela.

Za vaše sodelovanje se vam najlepše zahvaljujem.

Mateja GAMS

ANKETNI VPRAŠALNIK?

1. Ali poznate ekološko pridelavo sadja?

- a. da
- b. ne

2. Se vam zdi, da ljudje premalo vemo o ekološki pridelavi sadja?

- a. da
- b. ne
- c. ne vem
- d. drugo

3. Se vam zdi, da je v Sloveniji dovolj ekološko pridelanega sadja?

- a. da
- b. ne
- c. ne vem
- d. drugo

4. Ste zadovoljni z izdelki, ki jih ponujajo v Slovenija?

- a. da
- b. ne
- c. ne vem
- d. drugo

5. Kako dolgo poznate ekološke izdelke?

- a. kratek čas
- b. srednje dolgo
- c. dolgo časa

6. Kje ste izvedeli za ekološko pridelavo sadja?

- a. internet
- b. časopis, revije
- c. radio
- d. sejem
- e. prijatelj, znanec
- f. ne vem

7. Kako pogosto kupujete ekološke izdelke?

- a. redko
- b. 1x mesečno
- c. 1x tedensko
- d. ne kupujem

8. Kje kupujete ekološke izdelke?

- a. na tržnici
- b. na kmetiji
- c. v velikih centrih
- d. drugje.....

9. Ali je nakup ekoloških izdelkov odvisen od mesečnega dohodka?

- a. da
- b. ne

10. Se vam zdi, da so ti izdelki predragi?

- a. da
- b. ne

11. V katerem letnem času največkrat nakupujete ekološko sadje?

- a. jeseni
- b. spomladi
- c. pozimi
- d. ne vem, neodločen

12. Kaj vpliva, da ekološke izdelek kupite (možnih je več odgovorov) ?

- a. bližina
- b. dobra izbira
- c. kakovost
- d. cena
- e. svetovanje prodajalcev
- f. prijaznost

13. Spol:

- a. moški
- b. ženski

14. Starost:

- a. pod 20 let
- b. 20-40 let
- c. 40-60 let
- d. nad 60 let