

VISOKA ŠOLA ZA VARSTVO OKOLJA

DIPLOMSKO DELO

**PRODAJA EKOLOŠKIH PRIDELKOV V POLJANSKI IN
SELŠKI DOLINI TER MOŽNOSTI NJENEGA POVEČANJA**

ANJA KRVINA

VELENJE, 2017

VISOKA ŠOLA ZA VARSTVO OKOLJA

DIPLOMSKO DELO

**PRODAJA EKOLOŠKIH PRIDELKOV V POLJANSKI IN
SELŠKI DOLINI TER MOŽNOSTI NJENEGA POVEČANJA**

ANJA KRVINA

Varstvo okolja in ekotehnologije

Mentorica: doc. dr. Barbara Lampič

VELENJE, 2017

Številka: 726-25/2014-4
Datum: 21. 11. 2016

Na podlagi Diplomskega reda izdajam naslednji

SKLEP O DIPLOMSKEM DELU

Študentka Visoke šole za varstvo okolja **Anja Krvina** lahko izdela diplomsko delo z naslovom v slovenskem jeziku:

Prodaja ekoloških pridelkov v Poljanski in Selški dolini ter možnosti njenega povečanja.

Naslov diplomskega dela v angleškem jeziku:

Sales of organic products in Poljanska and Selška valley and the possibility of its increasing.

Mentorica: **doc. dr. Barbara Lampič.**

Diplomsko delo mora biti izdelano v skladu z Diplomskim redom VŠVO.

Pouk o pravnem sredstvu: zoper ta sklep je dovoljena pritožba na Senat VŠVO v roku 8 delovnih dni od prejema sklepa.



Izr. prof. dr. Boštjan Pokorny
dekan



Visoka šola za varstvo okolja

Trg mladosti 7 | 3320 Velenje

t: 03 898 64 10 | f: 03 89864 13 | e: info@vsvo.si

www.vsvo.si



IZJAVA O AVTORSTVU

Podpisani/a ANJA KRVINA, vpisna številka 34100024, študent/ka visokošolskega strokovnega študijskega programa Varstvo okolja in ekotehnologije, sem avtor/ica diplomskega dela z naslovom:

PRODAJA EKOLOŠKIH PRIDELKOV V POLJANSKI IN SELŠKI DOLINI TER MOŽNOSTI NJENEGA POVEČANJA, ki sem ga izdelal/a pod:

- mentorstvom doc. dr. BARBARE LAMPIČ
- somentorstvom _____/_____.

S svojim podpisom zagotavljam, da:

- je predloženo delo moje avtorsko delo, torej rezultat mojega lastnega raziskovalnega dela;
- oddano delo ni bilo predloženo za pridobitev drugih strokovnih nazivov v Sloveniji ali tujini;
- so dela in mnenja drugih avtorjev, ki jih uporabljam v predloženem delu, navedena oz. citirana v skladu z navodili VŠVO;
- so vsa dela in mnenja drugih avtorjev navedena v seznamu virov, ki je sestavni element predloženega dela in je zapisan v skladu z navodili VŠVO;
- se zavedam, da je plagiatorstvo kaznivo dejanje;
- se zavedam posledic, ki jih dokazano plagiatorstvo lahko predstavlja za predloženo delo in moj status na VŠVO;
- je diplomsko delo jezikovno korektno in da je delo lektoriral/a prof. slov. Mojca Mavri in prof. nem. ter ang. Irena Žakelj;
- dovoljujem objavo diplomskega dela v elektronski obliki na spletni strani VŠVO;
- sta tiskana in elektronska verzija oddanega dela identični.

Datum: ____ . ____ . _____

Podpis avtorja/ice: _____

ZAHVALA

Na prvem mestu se za pomoč pri izdelavi diplomske naloge zahvaljujem mentorici doc. dr. Barbari Lampič, ki me je z različnimi nasveti in predlogi strokovno usmerjala.

Zahvaljujem se tudi organizacijam za kontrolo nad pridelavo in predelavo ekoloških kmetijskih pridelkov in živil ter njihovo certificiranje (KON-CERT, IKC UM, Bureau Veritas), pri katerih sem dobila podatke o registriranih ekoloških kmetijah na izbranem območju ter Francu Mesojedniku, ki je bil delovni mentor pri mojem praktičnem usposabljanju na ekološki kmetiji.

Posebna zahvala gre staršema, ki sta mi s potrpljenjem, razumevanjem in finančnimi sredstvi pomagala med šolanjem ter partnerju Martinu in hčeri Lani, ki sta mi z veliko mero potrpežljivosti šolanje tudi pomagala zaključiti.

**Ne učimo se za šolo,
ampak za življenje.**
~Lucij Anej Seneka~

IZVLEČEK IN KLJUČNE BESEDE

V diplomskem delu smo se lotili raziskovanja uveljavljenosti ekološkega kmetijstva v Poljanski in Selški dolini (občine Žiri, Gorenja vas-Poljane, Železniki in Škofja Loka).

Osredotočili smo se na:

- a) Uveljavljenost ekološkega kmetijstva ter pridelavo ekoloških pridelkov.
- b) Načine trženja ekoloških živil in značilnosti potrošnikov ekoloških pridelkov in izdelkov.
- c) Iskanje možnosti za povečanje lokalne samooskrbe z ekološkimi živili.

V prvem delu naloge obravnavamo značilnosti in regionalne potenciale ekološkega kmetijstva — števila ekoloških kmetij in obseg zemljišč, demografski potencial kmetij, usmeritev kmetij in možnost pridelave na OMD, način in obseg prodaje pridelkov in možnost njenega povečanja.

S pomočjo pregleda certifikatov registriranih ekoloških kmetij in terenskega anketiranja smo ugotovili, da je na izbranem območju število ekoloških kmetij skromno (le 78). Največ jih je v občini Železniki (38), najmanj v Škofji Loki (4).

Večina kmetij je mešano pridelovalno usmerjenih, zaradi naravnogeografskih pogojev pa je pridelava otežena. To je tudi glavni razlog, da je pridelava namenjena za lastno uporabo, zelo malo kmetij je tržno usmerjenih. Večina tržnih pridelovalcev ima določeno število lastnih stalnih strank, ki jih s pridelki lahko oskrbujejo, zato razen oglaševanja od ust do ust drugim načinom ne posvečajo velike pozornosti.

Na izbranem območju je najpogostejša prodaja krompirja, sledijo ji prodaja rastlinskih in živalskih pridelkov ter drugo sezonsko sadje in zelenjava. Prodajno mesto je običajno kar doma na kmetiji.

V drugem delu naloge nas je zanimal predvsem odnos potrošnikov do ekoloških prehranskih izdelkov.

Anketirani potrošniki kupujejo ekološke pridelke zaradi pridelave brez dodatkov mineralnih gnojil in pesticidov, ki lahko škodujejo zdravju, pogosto so navajali tudi večjo kakovost in boljši okus hrane. Največ jih ekološke pridelke in izdelke sicer kupuje nekajkrat mesečno, lokacije nakupa so skoraj enakomerno razporejene med trgovine, ekološke kmetije in tržnice. Običajno nakupujejo sezonsko sadje in zelenjavo, presenetljiv je tudi nakup ekološkega vina, medu in olja, sledijo jim meso in mesni izdelki ter mleko in mlečni izdelki.

Ker potrošniki na obravnavanem območju sezonsko sadje in zelenjavo pogosto na domačih vrtovih pridelujejo sami, bi bilo trženje ekoloških pridelkov primerno usmeriti tudi v prodajo turistom, ki obiskujejo Škofjeloško hribovje in lokalne znamenitosti. To pomeni, da bi ekološki kmetje morali ponudbo omogočiti na več različnih lokacijah ter povečati promocijo in oglaševanje lokalno pridelanih ekoloških pridelkov in izdelkov.

Ključne besede: ekološko kmetijstvo, omejeni pridelovalni pogoji, ekološki pridelki, pridelava in prodaja, zanimanje potrošnikov, oglaševanje, Poljanska in Selška dolina

ABSTRACT AND KEY WORDS

In our thesis we made a research in organic farming in Poljanska and Selška valley (municipalities Žiri, Gorenja vas – Poljane, Železniki and Škofja Loka).

We focused on:

- a) reputation of organic farming and production of organic crops;
- b) manners of organic food marketing and characteristics of consumers of both, organic crops and products;
- c) searching for the possibilities of local self-sufficiency extension with organic food.

In the first part of the thesis we discuss the characteristics and regional potentials of organic farming — number of organic farms and scope of agricultural land, demographic potential of farms, orientation of production and its possibility on areas with limited factors for agriculture, manner and scope of sale of crops and possibility of its extension.

With the help of the examination of certificates of the registered organic farms and field poll, we found out that in selected area organic farms are rare (only 78). Most of them are in municipality Železniki (38) and just few in Škofja Loka (4).

The orientation of production on most of the farms is mixed, but also difficult because of geographical conditions. This is also the main reason, that production of crops is mainly for own use, just few farms intend to sell their crops. Most of the market-oriented producers have certain number of their own regular customers, that they can supply with the crops. Therefore, they don't pay much attention to promotion and advertising in social media, they only use the so called from mouth to mouth manner.

The most frequently sold crop in the selected area is potato. It's followed by the sale of vegetable and animal crops and other seasonal fruit and vegetable. The most frequent place of sale is at home on a farm.

In the second part of the thesis we were interested in the attitude of consumers towards organic food products.

Respondents are buying organic food because of production without mineral fertilisers and pesticides, which can be harmful. Often they mentioned also larger quality and better taste of food. Most of them buy organic crops and products several times a month, locations of purchase are in grocery stores, on organic farms and marketplaces. Usually they buy seasonal fruit and vegetable, striking is a purchase of organic wine, honey and oil, they are followed by meat and meat products and milk with dairy products.

Most of consumers in selected area have a possibility to grow seasonal fruit and vegetable in their own gardens. That's why marketing of organic crops and products would be appropriate also for tourists, who are visiting Škofja Loka hills and other local sights. Therefore, organic farmers should have been allowed to offer their products at more different locations and increase promotion and advertising of locally produced organic crops and products.

Key words: organic farming, limited factors for agriculture, organic crops, production and sale, attitude of consumers, advertising, Poljanska and Selška valley

SEZNAM OKRAJŠAV IN KRATIC:

EPH – ekološko pridelana hrana

EZZ – ekološki zelenjavni zabojček

GVŽ – število glav velike živine

KGZS – Kmetijsko gozdarska zbornica Slovenije

KZ – kmetijsko zemljišče

MKGP – Ministrstvo za kmetijstvo, gozdarstvo in prehrano

OMD – območje z omejenimi možnostmi za kmetijsko dejavnost

PRP – Program razvoja podeželja

SURS – Statistični urad Republike Slovenije

VŠVO – Visoka šola za varstvo okolja

VSEBINA

1.	UVOD.....	1
1.1.	POMEN SAMOOSKRBE IN LOKALNO PRIDELANE HRANE	1
1.2.	NAMEN IN CILJI DIPLOMSKE NALOGE.....	3
1.2.1.	Dejavniki, ki omejujejo pridelavo in prodajo kmetijskih pridelkov	4
1.2.2.	Namen in cilji	5
1.2.3.	Hipoteze	5
1.3.	METODE DELA.....	6
1.4.	EKOLOŠKO KMETIJSTVO IN UREDBE.....	7
1.5.	IZBRANO OBMOČJE RAZISKAVE	9
2.	RAZPRAVA O REZULTATIH OPRAVLJENIH RAZISKAV	10
2.1.	DEMOGRAFSKE ZNAČILNOSTI ANKETIRANIH KMETOV	10
2.2.	PRIDELOVALNI POTENCIAL KMETIJSTVA.....	13
2.2.1.	Raba KZ – po podatkih MKGP	13
2.2.2.	Pridelava kmetov po podatkih certifikatov	14
2.2.2.1.	Usmeritev pridelave po posameznih območjih.....	15
2.2.3.	Usmeritev kmetovanja glede na odgovore v anketi	16
2.3.	PRIDELAVA IN TRŽENJE RAZLIČNIH EKOLOŠKIH PRIDELKOV	16
2.3.1.	Pridelava ekoloških pridelkov in predelanih proizvodov	17
2.3.2.	Pridelki in izdelki, ki jih prodajajo na anketiranih kmetijah	17
2.3.4.	Dejavniki, ki vplivajo na ponudbo anketiranih kmetov	18
	Graf 8: Dejavniki, ki na kmetijah pridelavo otežujejo ali olajšujejo	18
2.3.5.	Mnenje anketiranih kmetov o možnostih nakupa ter seznanjenosti s	19
2.3.6.	Oblike prodaje ekoloških pridelkov in izdelkov	19
2.3.7.	Možnosti povečanja pridelave na anketiranih kmetijah	20
2.4.	PRIDELAVA EKOLOŠKE ZELENJAVE.....	21
2.4.1.	Pridelava ekološke zelenjave v Sloveniji.....	21
2.4.2.	Pridelava zelenjave na izbranih območjih	23
2.4.3.	Vrste, prodaji namenjene zelenjave na anketiranih kmetijah	24
2.4.4.	Dejavniki, ki omogočajo večjo pridelavo zelenjave na anketiranih kmetijah ...	25
2.5.	PRODAJA EKOLOŠKO PRIDELANE ZELENJAVE	26
2.5.1.	Tržne razmere ekoloških pridelkov v Sloveniji.....	26
2.5.2.	Prodaja ekoloških zelenjavnih zaboječkov	27
2.5.2.1.	Kaj so ekološki zelenjavni zaboječki?	28

2.5.2.2.	Velikost, cena in dostava EZZ	30
2.5.3.	Prodaja ekološko pridelane zelenjave na anketiranih kmetijah.....	32
2.5.3.1.	Podpora kupcev ekološko pridelani zelenjavi	32
2.5.3.2.	Prodaja EZZ na anketiranih kmetijah.....	33
2.6.	ODNOS POTROŠNIKOV DO EKOLOŠKE HRANE	33
2.6.1.	Zanimanje trgovskih verig za prodajo ekoloških pridelkov in izdelkov	33
2.6.2.	Značilnosti potrošnikov in njihov odnos do ekološke hrane	34
2.6.3.	Raziskava med potrošniki izbranega območja	36
2.6.3.1.	Struktura demografskih podatkov anketiranih potrošnikov.....	36
2.6.3.2.	Razlogi za nakup EPH	37
2.6.3.3.	Pogostost nakupa EPH.....	38
2.6.3.4.	Vpliv cen na mesto nakupa EPH	39
2.6.3.5.	Skupine živil, katerih nakup je pri potrošnikih najpogostejši.....	40
2.6.3.6.	Nakup EZZ.....	41
3.	ZAKLJUČNE UGOTOVITVE.....	42
3.1.	MOŽNOSTI VEČJEGA TRŽENJA EPH NA IZBRANEM OBMOČJU	42
3.1.1	Dosedanje trženje EPH na izbranem območju.....	43
3.1.2.	Predlogi potrošnikov o izboljšavi prodajnih možnosti	43
3.1.3.	Oglaševanje prodaje EPH.....	44
3.2.	POTRDITEV HIPOTEZ	46
4.	POVZETEK	47
5.	SUMMARY	48
6.	VIRI IN LITERATURA	50
7.	PRILOGE.....	54

Kazalo grafov

Graf 1: Leto registracije ekoloških kmetij v nadzoru (število kmetij)	11
Graf 2: Starost anketiranih gospodarjev (v %)	11
Graf 3: Gospodarji glede na dokončano formalno izobrazbo (v %)	12
Graf 4: Prikaz razmerja dejanske rabe KZ v Sloveniji (povzeto iz tabele 3)	13
Graf 5: Raba KZ glede na zapise v certifikatih (število kmetij)	15
Graf 6: Raba kmetijskih zemljišč	16
Graf 7: Prodaja pridelanih in predelanih ekoloških izdelkov	17
Graf 8: Dejavniki, ki na kmetijah pridelavo otežujejo ali olajšujejo	18
Graf 9: Omejitve, ki otežujejo razširitev v različne kmetijske panoge	21
Graf 10: Bilanca potrošnje mesa in zelenjave v kg na prebivalca v	22
Graf 11: Namen pridelave zelenjave v posameznih območjih, glede na	24
Graf 12: Vrste pridelane zelenjave, namenjene prodaji anketiranih kmetij	25
Graf 13: Najpogostejša prodajna mesta zelenjave (v %)	32
Graf 14: Pomembnost razlogov za nakup ekoloških pridelkov in izdelkov	38
Graf 15: Pogostost nakupovanja EPH (v %)	39
Graf 16: Lokacije nakupov ekoloških pridelkov in izdelkov med potrošniki	40
Graf 17: Pogostost nakupovanja posameznih skupin ekoloških pridelkov	41
Graf 18: Zainteresiranost potrošnikov za nakup EZZ v primeru tovrstnega	42
Graf 19: Predlogi o možnostih izboljšave trženja EPH	44
Graf 20: Oglaševanje prodaje EPH na anketiranih kmetijah	45

Kazalo tabel

Tabela 1: Število vseh kmetij in število registriranih ekoloških kmetij na	6
Tabela 2: Leta upravljanja kmetije anketiranih gospodarjev	12
Tabela 3: Evidenca dejanske rabe KZ in vsote GVŽ na izbranem območju in	13
Tabela 4: Različni načini prodaje anketiranih ekoloških kmetij (št. kmetij)	19
Tabela 5: Za povečanje pridelave pozitivni in negativni razlogi po mnenju	20
Tabela 6: Dejavniki, ki vplivajo na pridelavo zelenjave na anketiranih kmetijah	26
Tabela 7: Študentje terciarnega izobraževanja v Sloveniji glede na spol od	37

Kazalo slik

Slika 1: Stopnja samooskrbe s kmetijskimi proizvodi v Sloveniji, 2009 – 2013	2
Slika 2: Občine in njihova lokacija na izbranem območju v Sloveniji	9
Slika 3: Del sezonske zelenjave, namenjene za zaboječek.....,.....	29

1. UVOD

Za obstanek vseh živih organizmov je potrebno okolje, ki ga sestavljajo primerni življenjski pogoji. Na dražljaje se organizmi namreč odzivajo različno in kadar so pogoji primerni, so njihovi odzivi povezani z razmnoževanjem, dihanjem in prehranjevanjem, kar jim omogoča preživetje (Godec G. in sod. [online], 2016).

Preživetje in telesni razvoj organizmov je mogoč le v primeru, da življenjski pogoji drug na drugega vplivajo pozitivno in s tem omogočijo primeren življenjski prostor, ki ima velik pomen v kmetijstvu. Slednje človeku omogoča zadostno pridelavo različnih prehranskih izdelkov.

Za razvoj in boljšo odpornost človeka in drugih organizmov je potrebna uravnotežena prehrana, ki je sestavljena iz različnih hranil, ki jih telo potrebuje, saj mu zagotavljajo zmožnost pravilnega delovanja.

Telo potrebuje največ ogljikovih hidratov (energija), tudi beljakovine (rast in obnavljanje) in maščobe (energija, izoliranje telesa) so potrebne v večjih količinah, vitamini in minerali (delovanje in odpornost celic) pa v manjših. Med hranilne snovi spada tudi voda, dodatno so pomembne še vlaknine (Radivo M. (2011), str. 9–20 [online]).

Za primerno uravnoteženost potrebnih hranil pri človeku je najprimernejše upoštevati prehransko piramido, v kateri je prikazano, katero vrsto in kakšno količino živil je najbolj primerno uživati.

Skozi stoletja je z razvojem človeštva prišlo do sprememb naših življenjskih navad, posledično tudi prehranjevalnih. Zaradi povečanja števila prebivalcev je bila potrebna večja količina hrane, kar je povzročilo dodatno potrebo tudi po večjih količinah pridelkov in izdelkov živalskega izvora.

Hrana rastlinskega izvora (pridelana in predelana) ni več zadoščala naraščajočim potrebam, zato je marsikje meso postalo eden pomembnejših prehranskih elementov.

Tudi v Sloveniji način prehranjevanja ni dovolj kakovosten, saj je v prehrani prisotnih premalo ogljikovih hidratov (kruh, testenine, krompir ...), sadja in zelenjave (vlaknine, vitamini ...) ter preveč maščob, sladkorja in soli (ZZZS [online], 2017), se pa razmere počasi izboljšujejo.

1.1. POMEN SAMOOSKRBE IN LOKALNO PRIDELANE HRANE

Kmetijstvo oz. kmetijska obdelava površin opravlja več različnih funkcij – govorimo o t. i. multifunkcionalnosti kmetijske dejavnosti (Klemenčič in sod., 2008). Na spletni strani KGZS [online]. 2010 - 2012) so omenjene:

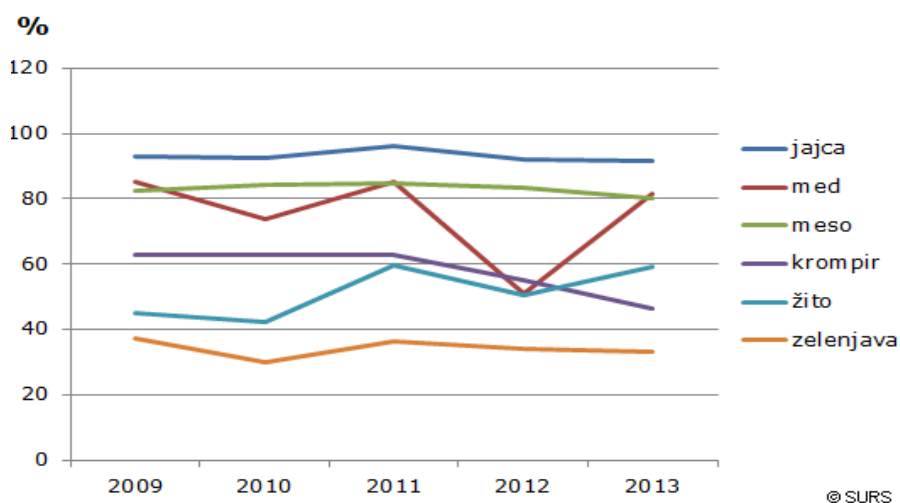
- ohranjanje naravnih virov (za prihodne generacije),
- ohranjanje biotske raznovrstnosti,
- vzdrževanje tipične kulturne krajine,
- gospodarno ravnanje z vodnimi in drugim viri.

Poleg t. i. ekoloških, ekosistemskih ipd. funkcij so pomembne še socialna (zaposlitev, vir preživetja za kmečko prebivalstvo), poselitvena (kmetijstvo marsikje vzdržuje poselitev odročnih podeželskih območij) ipd. Najpomembnejša in osnovna funkcija je pridelava varne in kakovostne hrane (prehranska varnost), kjer je potrebno posebej izpostaviti samooskrbo in lokalno pridelavo hrane (lokalna samooskrba).

a) Samooskrba

Samooskrba opredeljuje prehransko varnost, kar pomeni, da je potrošnikom omogočen dostop do zadostnih količin hrane (prehranske potrebe človeka – ohranjanje zdravja, lahko tudi dobrega počutja). Mogoča je na ravni posameznika, družine/kmetije, v mestu, državi ali drugih samostojnih enotah, vendar imajo na pridelavo velik vpliv okoljski dejavniki (podnebne spremembe, onesnaženje, vremenski pogoji itd.). Negativni vplivi povzročijo slabšo letino (manj pridelka, slabša kakovost itd.) in posledično znižajo prehransko samooskrbo posamezne enote. Težava je tudi v tem, da se pri manjših količinah pridelkov in izdelkov zvišajo nakupne cene, kar v nekaterih samostojnih enotah še dodatno poveča prehranski primanjkljaj. Dandanes je poleg konvencionalnih izdelkov vedno bolj pomembna tudi samooskrba z ekološkimi pridelki, saj poleg kakovostne (zdrave) pridelave in prehrane dodatno omogoča povečanje celotne samooskrbe na samostojnem, lokalnem ali drugem večjem nivoju (Slabe A., 2015, str. 28).

V Sloveniji je zaradi naravnogeografskih značilnosti površja samooskrba z osnovnimi kmetijskimi pridelki še vedno prenizka za potrebe prebivalcev. Višja je pri živinoreji (manj odvisna od vremenskih pogojev), kar se opazi pri spodnji sliki.



Slika 1: Stopnja samooskrbe s kmetijskimi proizvodi v Sloveniji, 2009 – 2013

Vir: SURS

Opomba: Stopnja samooskrbe za leto 2013 je izračunana na osnovi začasnih podatkov

b) Lokalno pridelana hrana

Pogoste spremembe človeških navad imajo velik vpliv na okolje. Nekateri življenjski pogoji zaradi naših dejavnikov niso več primerni za kakovostno in dovolj veliko pridelavo rastlinske hrane (za ljudi in živali), čimbolj primerno oziroma prvotno stanje se trudijo vzpostaviti ekološke kmetije. Ekološko kmetijstvo (več v poglavju 2) namreč s svojim delovanjem skrbi za čimbolj naravno, tradicionalno, vendar vseeno inovativno gospodarjenje, brez vnosa škodljivih snovi v okolje in s tem ohranja ekološke procese in biotsko raznovrstnost, ki je prilagojena na lokalne razmere (Rode J., 2012, str. 3).

Pri omembi lokalne prehrane potrošniki zato vedno najprej pomislijo na besedo kakovost. Zaradi kratkih transportnih poti (manjše onesnaževanje okolja – ogljikovi izpusti) se zavedajo svežine pridelkov (predvsem sadje in zelenjava), zaradi ugodnejšega (lahko poznane in prikazane) načina pridelave tudi večje prehranske varnosti in vrednosti (Laughton R., 2013, str. 80).

Pomen lokalne samooskrbe:

- večji del lokalnih pridelkov na slovenskem tržišču;
- sezonska dostopnost, zato višja hranilna vrednost;
- izboljšanje ekonomskega stanja lokalnih pridelovalcev in predelovalcev;
- varstvo okolja: zmanjšanje transportnih emisij, manjša poraba energijskih virov, razvoj podeželja;
- spreminjanje prehranskih navad slovenskih prebivalcev (zdravju primernejša živila) (Resolucija o nacionalnem programu ... 2015, str. 32).

V drugem viru je lokalno pridelana hrana ter oskrba z njo opredeljena iz štirih različnih vidikov (Laketić D., 2015, str. 15–19):

- geografski: Lahko je pridelana na majhnem geografskem območju (otok, dolina ...), v določeni državi, na eni celini ali drugem območju, odvisno je tudi od gostote poseljenosti (razlike med vas/mesto, hribovje/nížina ...).
- okoljski: Načini pridelave so različni (ekološko/konvencionalno ...), vendar naj bi bili pridelki pridelani na način, ki lokalnemu območju ne povzroča škode.
- socialni: Pomembno je ponovno povezovanje med potrošniki in pridelovalci, s tem je bolj dostopna informacija o poreklu in načinu pridelave (kratke oskrbovalne verige).
- strateški: Pridelava je opredeljena kot možnost povečanja samooskrbe, torej tudi prehranske varnosti ter s tem zmanjšanja odvisnosti od zunanje trgovine, večja urejenost in obdelanost podeželja, manjša družbena neenakost, večje varovanje okolja, izboljšanje zdravja prebivalstva idr.

Osveščenost o pomenu trajnostne oskrbe z lokalno hrano je v celotnem razvitem svetu ne le v Sloveniji postala večja tudi zaradi današnje možnosti višje stopnje izobraženosti in nekaterih zdravstvenih spoznanj (način pridelave in proizvodnje, distribucija – Urh M. in sod., 2012, str. 4).

Prodaja lokalnih pridelkov in izdelkov sicer poteka različno. Prvi način je pridelava in/ali proizvodnja za zadruga, velike trgovce ... s pomočjo pogodb, vendar slednji omenjajo težave v nihanju kakovosti pridelkov, nestalnih količin ter različne oddaljenosti pridelovalcev. Zadnje čase kakovosti bolj naklonjeni načini prodaje so tržnice (navadne ali specialne) in javna naročila (šole, vrtci, bolnišnice ...), prodaja na kmetiji ali direktna oskrba kupca (Dimovski V., 2012, str. 101,102, 329).

Zaupanje lokalnim pridelovalcem je večje tudi zaradi zavedanja, da se morajo ti v želji po stalni uspešni prodaji pridelkov resnično potruditi za njihovo kakovost. Dodatno tako potrošniki kot lokalni pridelovalci spodbujajo lokalno ekonomijo (Kuhar A., 2008, str. 19, 20).

1.2. NAMEN IN CILJI DIPLOMSKE NALOGE

Ekološko pridelana in predelana hrana ima zaradi načina kmetovanja (izvajanja kmetijskih praks) veliko večjo vsebnost pomembnih hranilnih snovi kot konvencionalno pridelana (s pomočjo mineralnih gnojil, fitofarmaceutskih pripravkov in drugih aditivov – negativni vplivi na okolje in zdravje). Omejili se bomo predvsem na pridelke in izdelke rastlinskega izvora.

Pridelava (tudi predelava in prodaja) pridelkov in izdelkov (konvencionalnih in ekoloških) je v Sloveniji omejena kljub vse pogostejšemu povpraševanju potrošnikov po lokalnih ter dodatno tudi ekološko pridelanih prehrabnih izdelkih (Slabe in sod., 2012), saj obstajajo dejavniki, ki pridelavo otežujejo, vendar ljudje na njih ne moremo vplivati. So tudi razlog,

da je ne le na izbranem raziskovalnem območju, temveč po celotni državi živinoreja vodilna kmetijska panoga.

1.2.1. Dejavniki, ki omejujejo pridelavo in prodajo kmetijskih pridelkov

Izpostaviti velja dva pomembnejša dejavnika, ki otežujeta kmetijsko obdelavo in pridelavo (posledično učinek tudi na prodajo). Povedati je potrebno, da sta oba bolj ali manj odvisna od geografskih značilnosti izbranega območja.

a) Primernost območja za kmetijsko rabo

Različna raba kmetijskih zemljišč je najbolj primerna v nižinskih predelih, kjer imajo večje kmetije v primernih okoljskih pogojih možnost intenzivne obdelave tal in pridelave pridelkov za trženje. V Sloveniji je tak način otežen, saj je velika večina gospodarstev v za kmetijstvo neugodnih območjih.

Več kot 80 % kmetijskih zemljišč v uporabi v Sloveniji je namreč opredeljenih kot območje z omejenimi dejavniki za kmetijsko pridelavo (OMD), natančneje (PRP 2014–2020 [online]):

- 72 % gorska območja,
- 4 % druga območja, ki imajo pomembne naravne omejitve,
- 10 % območja s posebnimi omejitvami.

Zaradi opredelitve zemljišč je večinoma omogočena le pridelava rastlinskih pridelkov za lastno uporabo (Klemenčič, 2005, v Udovč A. in sod., 2012, str. 40), tudi pri pregledu druge literature (Cunder T. in sod., 2007, str. 115–118) vidimo, da so omejitveni dejavniki razdeljeni v dve skupini:

- Standardni omejitveni dejavniki: nagib kmetijskih zemljišč, zemljiška in parcelna razdrobljenost, talne razmere (kakovost, rodovitnost), nadmorska višina.
- Regionalni omejitveni dejavniki: kraška površja, poplavna območja, območja močnih vetrov, erozijska območja.

b) Oddaljenost od urbanih središč

Oddaljenost kmetijskih zemljišč od večjih mest je sicer primerna za ohranjanje kvalitetnega okolja in pridelave zdravih pridelkov, oviro pa predstavlja pri prodaji. Kljub temu, da je Slovenija razmeroma majhna, je opazna razlika med bolj (okolica mest) in manj (obrobna območja) razvitimi območji. Do oddaljenih kmetijskih gospodarstev (hribovit svet) so pogosto slabše prometne povezave, zaradi odseljavanja mlajših družinskih članov se srečujemo z demografsko osiromašenimi območji (neugodna starostna struktura, slabša izobrazba ipd.). To je dodaten razlog, da zaradi otežene prodaje starejši pridelovalci rastlinske pridelke pridelujejo le za lastno uporabo, kljub nekoliko slabšemu finančnemu stanju, kot je v razvitejših območjih in bi ga s prodajo lahko nekoliko izboljšali (Klemenčič, 2006 v Udovč A. in sod., 2012, str. 39). Zaradi oddaljenosti kmetijskih zemljišč, ki so sicer lahko priljubljene turistične destinacije (praviloma govorimo o dopolnilnih dejavnostih na kmetiji), se prodaja pridelkov izboljša zaradi obiskovalcev, ki kupujejo lokalne izdelke, vendar so takšni nakupi lahko ponekod nestalni.

1.2.2. Namen in cilji

Ideja o raziskavi za diplomsko nalogo je nastala med praktičnim usposabljanjem na ekološki kmetiji Mesojednik, v Šmartnem v Rožni dolini (pri Celju). Zanimivo je bilo spremljanje načina prodaje pridelkov in izdelkov s strani mentorja in samostojen poizkus prodaje na tržnici. V času praktičnega usposabljanja je bila prodaja dokaj solidna, vendar je bilo opaziti, da k temu ni pripomogla le bližina večjega mesta, temveč (podobno kot pri večini ekoloških kmetij) bolj prodaja izdelkov rednim strankam doma na kmetiji.

Namen naloge je ugotoviti, kako ekološka pridelava, predelava in prodaja potekajo na območju, ki je hribovito (težja pridelava) ter brez večjih mest (bližina potrošnikov), ki olajšajo prodajo (večje število prebivalcev).

Glavni cilji diplomske naloge so:

- Prikazati število kmetij na območju Poljanske in Selške doline, ki se ukvarjajo z ekološko pridelavo in analizirati potencial za tovrstno pridelavo.
- Ugotoviti obstoječe prevladujoče oblike prodaje ekološko pridelane hrane na proučevanem območju.
- Prepoznati dejavnike, ki vplivajo na prodajo ekoloških pridelkov na proučevanem območju.
- Raziskati nakupovalne navade prebivalcev obravnavanega območja (z lastno raziskavo) glede ekoloških pridelkov.
- Na osnovi analiz različnih podatkov, literature in predvsem izsledkov lastnih raziskav ugotoviti, na kakšen način je (na obravnavanem območju) mogoče prodajo ekoloških pridelkov in izdelkov povečati.

Pridobljene anketne informacije smo dodatno primerjali s podatki o ekološkem kmetijstvu v celotni Sloveniji ter ekološki pridelavi in prodaji pridelkov ter izdelkov na izbranem območju glede na podatke v certifikatih.

1.2.3. Hipoteze

Glede na opažanja pri praktičnem usposabljanju, pregled literature in poznavanje lokalnih razmer smo si za lažje usmerjanje pri raziskavi zastavili nekaj hipotez, ki so v zaključku naloge tudi ovrednotene.

Hipoteza 1: Na izbranem območju je prisotno majhno število trgovsko usmerjenih družinskih kmetij (tako konvencionalnih kot tudi ekoloških).

Hipoteza 2: Zaradi omejenih možnosti pridelave (območja z omejenimi možnostmi za kmetijsko dejavnost – gorska območja) kmetje večino pridelkov pridelujejo za lastno uporabo, manj za prodajo – pridelek je omejen, izbor kultur manjši in zato je njihova ponudba za trg manj zanimiva.

Hipoteza 3: Glavni razlog za pridelavo le za lastno uporabo je poleg naravnogeografskih pogojev tudi premajhno povpraševanje kupcev.

Hipoteza 4: Potrošniki kljub kakovosti preredko kupujejo ekološko pridelane prehranske izdelke, saj se jim zdi cena previsoka, hkrati je tudi ponudba na območju raziskovanja zelo skromna.

1.3. METODE DE LA

Pri pisanju diplomskega dela je bila za doseganje zadanih ciljev potrebna uporaba kombinacije več različnih metod. Največji lasten prispevek je bil gotovo terenski del – anketiranje. Glavne skupine metod in aktivnosti pa so bile:

- a) Pregled pretežno domače znanstvene in strokovne literature ter obdelava različnih drugih virov (statistični viri, pregled certifikatov ekoloških kmetij na portalu MKGP ipd.).
- b) Pregled certifikatov vseh ekoloških kmetij, ki so registrirane na izbranem območju. Na ta način smo pridobili natančne podatke o vrsti pridelave posamezne certificirane kmetije (vsak certifikat vsebuje popis pridelkov).
- c) Anketiranje.

S pomočjo ekoloških certifikatov smo pridobili podatek o skupnem številu registriranih ekoloških kmetij v vsaki obravnavani občini, kar pomeni, da je znano skupno število ekoloških kmetij v Poljanski ter skupno število ekoloških kmetij v Selški dolini.

Podatki o številu in naslovu registriranih ekoloških kmetij in kmetij v preusmeritvi leta 2015 so bili pridobljeni v treh organizacijah za kontrolo nad pridelavo in predelavo ekoloških kmetijskih pridelkov oziroma živil in certificiranje teh proizvodov.

- Inštitut za kontrolo in certifikacijo v kmetijstvu in gozdarstvu (KON-CERT, Maribor)
- Inštitut za kontrolo in certifikacijo Univerze v Mariboru za tehnično preizkušanje in analiziranje (IKC UM, Hoče)
- Bureau Veritas d.o.o. (Ljubljana)

Ker so organizacije podale število certifikatov z imenom in priimkom gospodarja kmetije, je bilo potrebno slednje samostojno poiskati na spletnem iskalniku ekoloških certifikatov, ki je podan na spletni strani Ministrstva za kmetijstvo in okolje Republike Slovenije. Pridobljene podatke smo ohranili anonimne.

Tabela 1: Število vseh kmetij in število registriranih ekoloških kmetij na obravnavanem območju

Občine/ leto	Vse kmetije 2010	Eko kmetije 2014	Eko kmetije 2015
Žiri	222	12	13
Gorenja vas-Poljane	561	23	23
Škofja Loka	459	1	4
Železniki	358	36	38
Skupaj	1600	72	78

Opomba: Leta 2010 so zapisana vsa kmetijska gospodarstva, vir: SURS, 2010

Vir za leto 2014 MKGP, Evidenca dejanske rabe kmetijskih pridelovalcev in predelovalcev; vir za leto 2015 podatki inštitutov KON-CERT Maribor, IKC UM in Bureau Veritas d.o.o., Registrirane ekološke kmetije in kmetije v preusmeritvi, 2015; Izdelava tabele: Krvina A., 2016

Iz tabele je razvidno, da je bilo leta 2015 glede na izdane certifikate na celotnem izbranem območju registriranih 78 ekoloških kmetij, skupaj tako obravnavamo:

- **Poljanska dolina: 36 ekoloških kmetij**
- **Selška dolina: 38 ekoloških kmetij**
- **Škofja Loka: 4 ekološke kmetije**

Anketiranje na ekoloških kmetijah obravnavanega območja – Anketa 1: Pridelava in prodaja na ekoloških kmetijah Poljanske in Selške doline ter Škofje Loke.

Ankete so bile izvedene anonimno in brez vprašanja o lokaciji kmetije, zato ni podatka, koliko anketirancev je odgovorilo v Poljanski in koliko v Selški dolini ali Škofji Loki. Podatki so zato za izbrano območje le informativni.

Na spletu smo pridobili kontaktne podatke večine kmetij, anketiranje gospodarjev je nato potekalo po dveh poteh. Del kmetij smo anketirali neposredno na terenu, ostale ankete pa so kmetje izpolnjevali s pomočjo EnKlikAnketa – 1KA spletne ankete, ki sem jo posredovala preko e-mail naslovov. Žal je bil odziv razmeroma skromen (večina gospodarjev ni želela odgovarjati). V celoti izpolnjenih je bilo zato le 18 anket (23 % vseh certificiranih kmetij v regiji) – vendar ocenjujemo, da smo pridobili osnovne informacije, ki osvetljujejo razmere na področju možnosti trženja na ravni posamezne ekološke kmetije.

Anketiranje potrošnikov ekološke hrane na istem območju – Anketa 2: Nakup ekoloških pridelkov in izdelkov v Poljanski in Selški dolini ter Škofji Loki.

Tudi anketiranje potrošnikov je potekalo na dva načina. Prvi del je v občinah Žiri in Gorenja vas-Poljane potekal na terenu (anketirali smo pred trgovino Mercator). Na ta način je bilo skupno opravljenih 20 anket. Drugi del je s pomočjo EnKlikAnkete potekal na družabnem omrežju Facebook, kjer so bili anketirani potrošniki prav tako iz izbranega območja. Dodatno so lahko izpolnjevanje ankete priporočili svojim prijateljem, tako da smo na ta način dobili še 32 v celoti izpolnjenih anket. Ker je bil odziv na spletno anketo večinoma med nekoliko mlajšo populacijo, smo pri terenskem delu (anketiranje pred Mercatorjem) načrtno izbirali predstavnike starejše generacije. Na koncu smo imeli s strani potrošnikov v celoti izpolnjenih 52 anket.

Obe uporabljeni anketi sta dodani med priloge diplomskega dela. Vprašanja v obeh anketah so bila kombinirana (odprtega in zaprtega tipa), odgovori nanje pa prostovoljni in anonimni. Podatki so bili vneseni v program excel, tam ustrezno statistično obdelani in grafično prikazani.

Informacije o pridelavi in prodaji ekoloških pridelkov, s poudarkom na zelenjavi, so bile pridobljene na dva načina.

- S pomočjo proizvodov navedenih v ekoloških certifikatih posamezne kmetije (dostopno in preverjeno preko portala MKGP).
- S pomočjo pridobljenih odgovorov v opravljenih anketah na ekoloških kmetijah (lastna terenska raziskava).

1.4. EKOLOŠKO KMETIJSTVO IN UREDBE

Ekološko kmetijstvo je v zadnjih letih vedno bolj prepoznaven in pomemben način trajnostnega kmetovanja, saj pri gospodarjenju zmanjšuje izpuste toplogrednih plinov ter porabo energije, s čimer povzroča manj negativnih vplivov na okolje. Pri tem je poglobitno, da na različne načine skrbi za kroženje hranil in energije le v zmožnostih kmetije – rodovitnost tal, odpornost rastlin in živali (Bavec M. in sod., 2009, str. 7–9).

Z ekološkim kmetovanjem smo v Sloveniji uradno pričeli leta 1998, v državi je bilo takrat registriranih prvih 41 ekoloških kmetij. Njihovo število se je vsako leto povečalo, dokaz o vedno večjem zanimanju je 3417 ekoloških kmetij (4,7 % vseh kmetij v Sloveniji), leta 2015 (Analiza stanja ..., 2017 [online]).

Ker je uradno ekološko kmetijstvo certificirano, je vsaj enkrat letno potrebno opraviti kontrolni pregled organizacije, odgovorne za gospodarjevo upoštevanje pravil, predpisov in standardov. Ta so določena v zakonodaji za področje ekološkega kmetijstva na evropski in državni ravni, poleg smo našli tudi splošne cilje.

Zakonodaja (MKGP [online], 2017):

Slovenska:

- Zakon o kmetijstvu (Uradni list RS, št. 54/2000, 16/2004, 45/2004-ZdZPKG, 20/2006, 51/2006-UPB1, 45/2008-ZKme-1);
- Pravilnik o ekološki pridelavi in predelavi kmetijskih pridelkov oziroma živil (Uradni list RS, št. 8/2014).

Evropska:

- Uredba Sveta o ekološki pridelavi in označevanju ekoloških proizvodov (Uredba 834/2007/ES);
- Uredba Komisije o določitvi podrobnih pravil za izvajanje Uredbe Sveta (ES) št. 834/2007 o ekološki pridelavi in označevanju ekoloških proizvodov glede ekološke pridelave, označevanja in nadzora (Uredba 889/2008/ES);
- Uredba Komisije o določitvi podrobnih pravil za izvajanje Uredbe Sveta (ES) št. 834/2007 v zvezi z ureditvami za uvoz ekoloških proizvodov iz tretjih držav (Uredba 1235/2008/ES).

Pri upoštevanju celotne zakonodaje ekološko kmetijstvo tako kot konvencionalno izpolnjujeta tudi Uredbo o predpisanih zahtevah ravnanja in dobrih kmetijskih in okoljskih pogojih pri kmetovanju (Ur. l. RS št. 11/2009) – poznana pod imenom **Uredba o navzkrižni skladnosti**, kjer so minimalni standardi razvrščeni v 4 področja (Bavec M. in sod., 2009, str. 12–16):

- varovanje okolja,
- varovanje zdravja ljudi, živali in rastlin,
- ugodno počutje živali,
- dobri kmetijski in okoljski pogoji.

To pomeni, da lahko splošne cilje ekološkega kmetijstva povzamemo v naslednjih točkah:

- Vzpostavitev sistema trajnostnega upravljanja (ohranjanje ravnovesja in krepitev med tlemi, vodo in organizmi, ohranjanje visoke biotske raznovrstnosti, odgovorno izkoriščanje energije in naravnih virov, spoštovanje standardov dobrega počutja živali).
- Pridelava visoko kakovostnih proizvodov.
- Pridelava raznolike hrane in drugih kmetijskih proizvodov, ki ustrezajo povpraševanju in ne škodujejo zdravju, okolju in s tem dobremu počutju.

Leta 2005 se je v Sloveniji pričel izvajati Akcijski načrt razvoja ekološkega kmetijstva v Sloveniji do leta 2015 (ANEK), s pomočjo katerega je bil namen v desetih letih doseči več

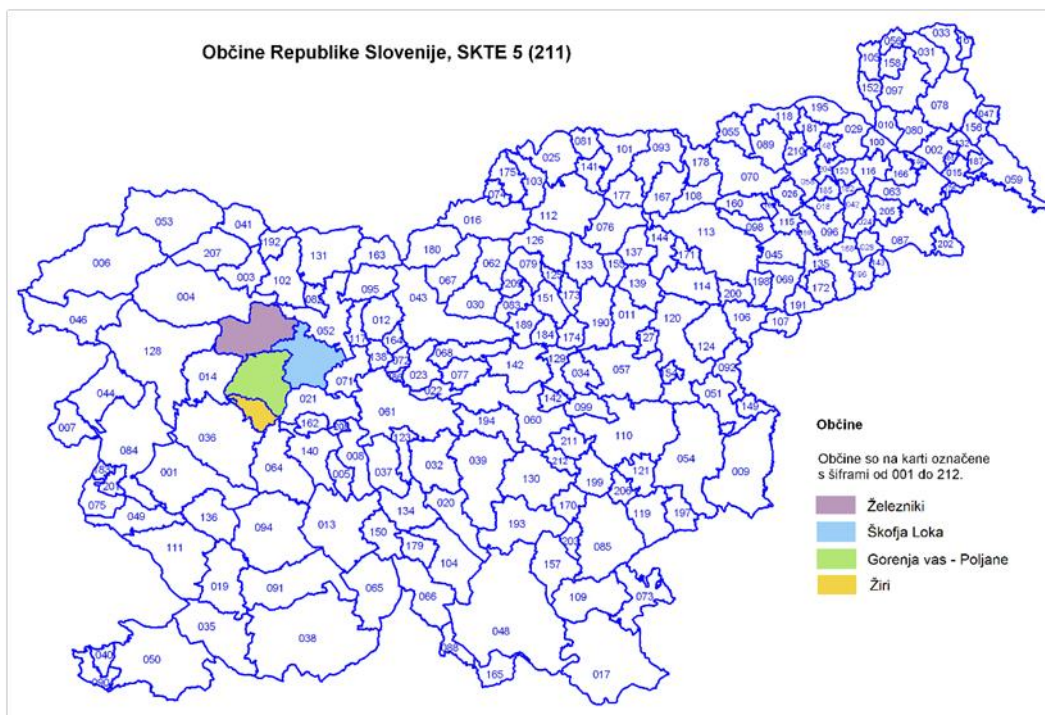
zastavljenih ciljev. Med njimi so bili poleg zgoraj naštetih pomembni predvsem do leta 2015 povečati delež ekoloških kmetij v državi na 15 %, ekoloških kmetijskih zemljišč v uporabi na 20 % ter na prodajnih mestih prodati 10 % slovenskih ekoloških živil (Hrustel Majcen M. in sod., 2006, str. 56).

Kljub trudu in vsakoletnemu večanju števila registriranih ekoloških kmetij ter količine kontroliranih obdelovalnih površin cilji ANEK niso bili doseženi. 2015 je bilo registriranih le 4,7 % ekoloških kmetij ter 8,7 % obdelovalnih površin (MKGP [online], 2017)). Tudi trženje ekološko pridelanih živil je v primerjavi s povpraševanjem potrošnikov premajhno, leta 2010 je bilo v prodaji namreč le 1 % ekoloških živil, pri čemer jih je bilo le 20 % slovenskega izvora (MKO, ITR idr., 2012, str. 4).

Stanje se tako pri deležu kmetij in zemljišč kot pri trženju (predvsem po zaslugi potrošnikov) počasi izboljšuje, vendar bo za dosego ciljev, ki bi jih že morali doseči, potrebno še precej vzpodbude.

1.5. IZBRANO OBMOČJE RAZISKAVE

Raziskava razmer na področju ekološkega kmetijstva s poudarkom na prodaji ekoloških pridelkov (vidik ponudbe in povpraševanja) je potekala na območju štirih gorenjskih občin, ena izmed njih (Žiri) pa je tudi moja domača občina. Občine ležijo v južnem delu gorenjske statistične regije.



Slika 2: Občine in njihova lokacija na izbranem območju v Sloveniji

Vir: SURS, 2015; Izdelava zemljevida: Krvina A., 2016

Območje Poljanske in Selške doline (skupaj s Škofjo Loko) je širše v Sloveniji bolj poznano kot Škofjeloško hribovje (tudi Loško pogorje). Gospodarsko in upravno središče izbranega območja predstavlja Škofja Loka, po podatkih SURS (Prebivalstvo po ... [online], 2016) pa je leta 2016 v vseh štirih občinah skupaj živelo 41959 prebivalcev (ženski spol številnejši).

Škofjeloško hribovje (Predalpske pokrajine [online]) leži v Predalpskem svetu Slovenije, natančneje je najobsežnejše hribovje Zahodnega predalpskega hribovja, za katerega so značilna strma pobočja in veliko število ozkih dolin. Kratka oznaka osnovnih značilnosti:

- Skupna površina vseh štirih občin je 512,2 km² (SURIS, Teritorialne enote ...[online], 2016).
- Najvišji vrh: Ratitovec (1678 m n.v., občina Železniki), v osrednjem delu hribovja med obema dolinama Blegoš (1562 m n.v., občina Gorenja vas-Poljane).
- Vodni viri: Skozi Poljansko dolino teče reka Poljanska Sora s številnimi manjšimi pritoki iz velikega števila grap in dolinic ter po Selški dolini Selška Sora, prav tako s pritoki. V Škofji Loki se obe izvorni reki združita in nadaljujeta tok pod imenom Sora.
- Kmetijstvo: Zaradi strmin in ozkih dolin, najpogosteje pokritih z gozdom, kmetje večina gospodarijo na območjih s težjimi pridelovalnimi pogoji. To je razlog, da je najbolj razvita kmetijska panoga živinoreja.

2. RAZPRAVA O REZULTATIH OPRAVLJENIH RAZISKAV

V razpravi predstavljamo rezultate lastne raziskave, ki so zajeti v naslednjih zaključnih vsebinskih področjih:

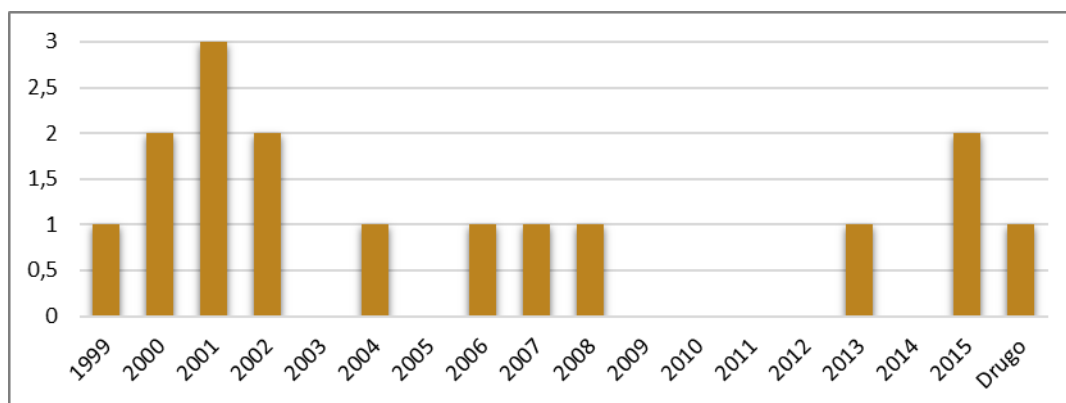
- Pridelovalni potencial ekoloških kmetij;
- Dejanski obseg pridelanih ekoloških pridelkov (s posebnim poudarkom na pridelavi zelenjave);
- Trženje ekoloških pridelkov – ponudba in oglaševanje, način in obseg trženja (s posebnim poudarkom na trženju zelenjave);
- Vidik potrošnika v povezavi z ekološkimi pridelki;
- Možnosti povečanja trženja ekološko pridelane hrane na obravnavanem območju.

2.1. DEMOGRAFSKE ZNAČILNOSTI ANKETIRANIH KMETOV

Pred obravnavo pridelovalnega potenciala ekoloških kmetij je ključnega pomena poznavanje demografskih razmer, ki lahko pomembno vplivajo na razvojno naravnost kmetijstva. Prav demografske značilnosti – od starosti članov gospodinjstva do števila članov in njihova izobrazba – predstavljajo t. i. demografski potencial kmetije, ki je zelo pomemben pri razvoju kmetije v smeri večje tržne naravnosti.

Najprej predstavljamo čas delovanja anketiranih ekoloških kmetij (od registracije dalje), saj obdobje delovanja (t.i. tradicija ekološkega kmetovanja) pomembno vpliva na uveljavljenost pridelovalca in tudi njegovo prepoznavnost. Razvidno pa je tudi, kdo od kmetov je bolj razvojno naravn. Kmetije so registrirane različno dolgo, kar polovica pred letom 2005, nobena pa ni bila med anketiranjem več v preusmeritvi.

Graf 1: Leto registracije ekoloških kmetij v nadzoru (število kmetij)



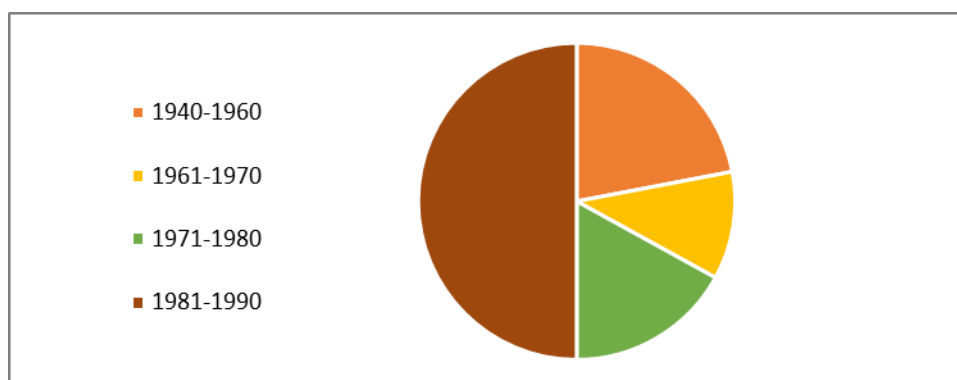
Vir: Anketa 1, 2016

Rezultati anket so pokazali, da je bila na območju obeh dolin prva ekološka kmetija registrirana že leta 1999. Leto za tem sta ji sledili dve, še leto kasneje (2001) tri. To kaže, da se je preusmeritev v ekološko pridelavo na območju Poljanske in Selške doline začelo takoj, ko se je v Sloveniji vzpostavil sistem za vključevanje kmetij v ekološko kmetijstvo. Leta 2002 sta se v ekološko kmetijstvo dodatno usmerili še dve kmetiji. V kasnejših letih, vse do leta 2015, se je v ekološko pridelavo vsako leto preusmerila le kakšna posamezna kmetija, med leti 2009 in 2012 se ni registrirala nobena. V zadnjih letih se v ekološko kmetijstvo ponovno vključujejo novi pridelovalci.

V Sloveniji so lastniki in gospodarji kmetij (tako konvencionalnih kot ekoloških) praviloma starejši in s predajo kmetije na mlajše naslednike predolgo odlašajo. Leta 2013 je bila povprečna starost upravitelja kmetije v Sloveniji kar 56 let (SURS [online], 2016), vendar se povprečna starost zadnja leta nekoliko niža, na kar imajo vpliv tudi nekateri ukrepi kmetijske politike, kot npr.:

- pomoč mladim prevzemnikom kmetij,
- pomoč za zagon dejavnosti za mlade kmete,
- plačilo za mlade kmete
(PRP 2007–2014 [online], 2014).

Graf 2: Starost anketiranih gospodarjev (v %)



Vir: Anketa 1, 2016

Starost mladega kmeta je omejena na 18 do 40 let, kar pomeni, da na izbranem območju mednje spada vsaj polovica anketiranih gospodarjev, ki je mlajših od 36 let. Rezultat je zelo spodbuden za izboljšanje in povečanje pridelave, predelave ter s tem tudi prodaje, vendar je še vedno 22% gospodarjev starejših od slovenskega povprečja

Najmlajši anketirani gospodar ekološke kmetije je bil rojen leta 1990 (26 let), najstarejši pa leta 1940 (77 let).

Glede na spol anketiranih gospodarjev je rezultat precej uravnotežen. Dobra polovica gospodarjev je moškega spola, slaba polovica ženskega (Anketa 1, 2016). Precej drugačen je rezultat glede na certifikate vseh kmetij na izbranem območju (Registrirane ..., 2015), saj je gospodarjev kmetij ženskega spola le ena petina.

Poleg starosti in spola anketiranih gospodarjev nas je zanimalo tudi leto začetka upravljanja kmetije oz. koliko let že kmetijo upravljajo (Anketa 1, 2016). Če pogledamo zgornji starostni graf, vidimo, da se pridobljeni odgovori pri obeh vprašanjih navezujejo.

Tabela 2: Leta upravljanja kmetije anketiranih gospodarjev

Čas upravljanja	Število	Delež (%)
več kot 35 let	1	5,6
25 do 35 let	4	22,2
15 do 25 let	2	11,1
manj kot 15 let	8	44,4
Ni odgovora	3	16,7
Skupaj	18	100,0

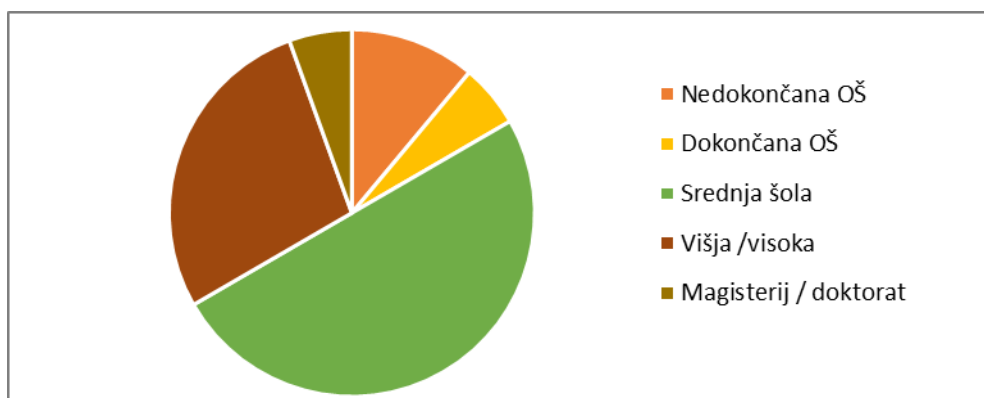
Vir: Anketa 1, 2016

Najstarejši anketiranec (77 let) upravlja kmetijo že več kot 35 let, največ gospodarjev (skoraj polovica) je tistih, ki kmetijo uradno vodijo manj kot 15 let (od 18 do 35 let). Nekaj anketirancev odgovora ni podalo.

Nekaj več kot polovica anketirancev upravlja kmetijo manj kot 25 let (najstarejši 43 let), kar je dodatna potrditev, da je več kot polovica gospodarjev mladih kmetov (dve tretjini do 40 let).

Med mlajšimi gospodarji kmetij, pri katerih je spol skoraj enakopraven, smo zaradi boljših in številčnejših izobrazbenih sistemov kot v preteklosti pričakovali višjo raven njihove izobrazbe. To je opaziti tudi pri rezultatih ankete.

Graf 3: Gospodarji glede na dokončano formalno izobrazbo (v %)



Vir: Anketa 1, 2016

Kar polovica gospodarjev ima dokončano vsaj srednješolsko izobrazbo, slaba tretjina je dokončala višjo ali visoko šolo, eden od gospodarjev ima celo magisterij ali doktorat. Slaba petina anketiranih gospodarjev z nedokončano ali dokončano osnovno šolo skoraj zagotovo spada med starejše upravitelje kmetij (slabši izobrazbeni sistemi v preteklosti), pri višji formalni izobrazbi gospodarjev ima poleg starosti vpliv tudi to, da je slaba

polovica gospodarjev ženskega spola in ženske pogosto dosežejo višjo izobrazbo kot moški. Za mlajše in bolj izobražene gospodarje je sicer značilno, da želijo povečati usmerjenost v tržno ekološko pridelavo (Slabe A., 2015), vendar jim težavo pri tem na izbranem območju povzročajo drugi dejavniki (razširitev pridelave).

2.2. PRIDELOVALNI POTENCIAL KMETIJSTVA

2.2.1. Raba KZ – po podatkih MKGP

Kmetijska zemljišča predstavljajo osnovo za pridelovanje.

Primerjali smo podatke, pridobljene s pomočjo certifikatov in anket z uradno evidenco dejanske rabe ekoloških KZ ter vsoto GVŽ v izbranih občinah in celotni Sloveniji (2012–2014), pridobljene na MKGP.

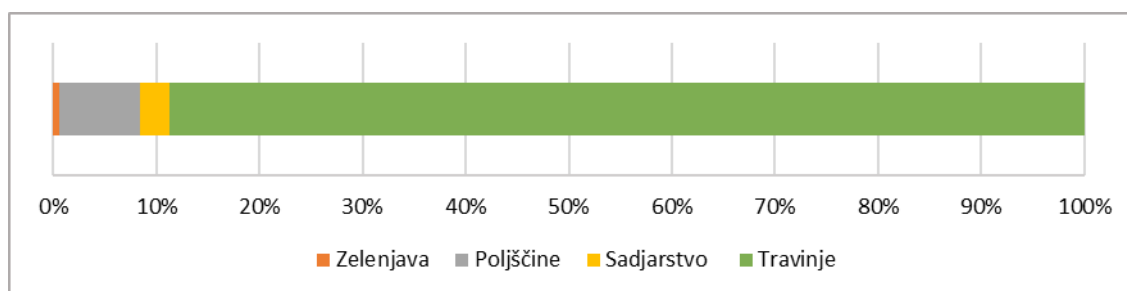
Tabela 3: Evidenca dejanske rabe KZ in vsote GVŽ na izbranem območju in v Sloveniji

	Vsota GVŽ	Poljščine		Sadne vrste		Travinje		Zelenjava	
		K	P	K	P	K	P	K	P
Žiri	42	3,6	0,39	9,5	4,51	159,8	59,54	3,4	0,49
Gor. vas - Poljane	146,8	48	4,77	2,5	1,22	581,1	149,94	6,1	0,96
Železniki	227,69	39,7	2,39	13	8,28	1067,5	310,51	7,5	0,64
SLO	23481,8	10222,2	2737	1624,1	992	66985,9	30664,6	1052,8	180,7

Vir: MKGP, 2014

Opomba: Ni podatkov o rabi KZ v Škofji Loki; K – količina v tonah; P – površina v hektarjih
Urejanje podatkov in izdelava tabele: Krvina A., 2016

Graf 4: Prikaz razmerja dejanske rabe KZ v Sloveniji (povzeto iz tabele 3)



Izdelava grafa: Krvina A., 2017

Iz tabele in grafa je razvidno, da je v ekološkem kmetijstvu v Sloveniji zelo dobro razvita živinoreja (visoko število GVŽ), kar je povezano s tem, da je več kot polovica površin namenjena travinju (pašne površine, spravilo sena itd.). Zelo slabo sta razvita poljedelstvo in sadjarstvo, najslabše pa je v državi razvito zelenjadarstvo (manj kot 1 % površin).

Tudi pri pregledu posameznih izbranih občin so rezultati zelo podobni, vendar manjkajo podatki za Škofjo Loko (le 4 registrirane ekološke kmetije, kar nima velikega pomena za celotno območje). Zaradi omejenih možnosti pridelave na gorskih območjih je tudi v Poljanski in Selški dolini najbolj razširjeno trajno travinje in posledično živinoreja.

Poljedelstvo je močno omejeno, prav tako intenzivno sadjarstvo. Nekoliko boljše stanje je pri ekstenzivni reji sadnih dreves, vendar je še slabše kot intenzivno sadjarstvo zastopana pridelava zelenjave.

2.2.2. Pridelava kmetov po podatkih certifikatov

Gospodar ali lastnik ekološke kmetije vsako leto pri izvedeni kontroli izbrane organizacije poda informacije o pridelavi, predelavi in reji različnih vrst kultur in živali. V certifikatih ekoloških kmetij (izvajajo jih vsi trije inštituti) so zapisana tri glavna področja pridelave kmetij:

- rastline in pridelki rastlinskega izvora,
- živali in proizvodi živalskega izvora,
- predelani proizvodi.

Naštete kulture, živali in proizvodi so razvrščeni v eno od zgornjih področij, kar delno prikaže pridelovalno usmeritev posamezne kmetije.

V certifikatu ni podatka, ali so pridelki/izdelki namenjeni prodaji ali ne, le pri zelenjavi je zapisano, če jo na kmetiji pridelujejo samo za lastno uporabo.

Čeprav je na izbranem območju večina manjših družinskih kmetij s pridelavo in prirejo le za lastno uporabo, lahko tiste z možnostjo večje pridelave postanejo tržno usmerjene, kot dokaz o ekološki pridelavi in izdelavi se uporablja pridobljen certifikat. Pri tržno usmerjeni pridelavi kultur je ta mogoča na prostem ali v zavarovanih prostorih (Bavec M. in sod., 2001, str. 127, 128), vendar je v Poljanski in Selški dolini slednjih zelo malo.

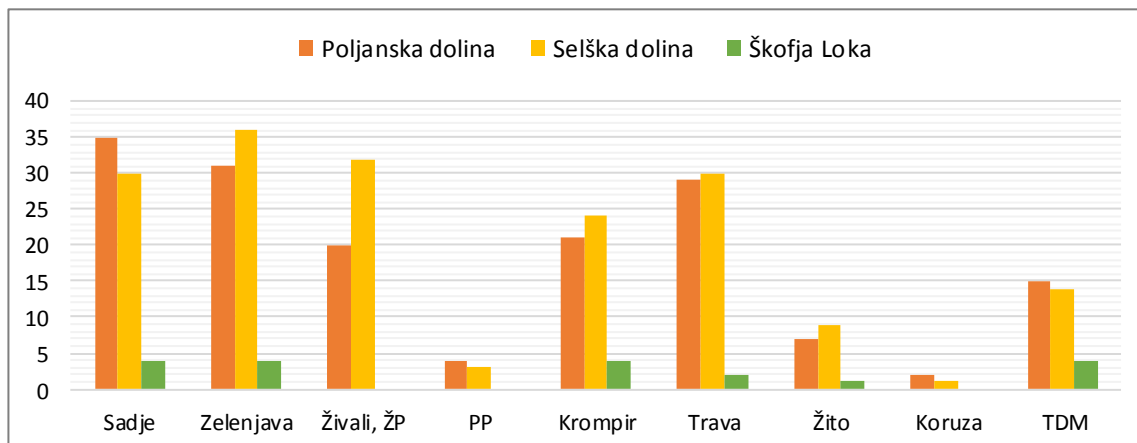
V certifikatih so podatki o pridelavi dokaj natančni, vendar so pridelki in izdelki navedeni poimensko. Za lažji pregled smo zato nekatere kulture razvrstili v določene skupine, posebej so označeni le krompir, žita in koruza. Kratice skupin so naslednje:

- ZLU: zelenjava za lastno uporabo,
- TDM: travno deteljna mešanica, detelja, lucerna,
- ŽP: živalski proizvodi,
- PP: predelani proizvodi.

Podatki iz certifikatov so pridobljeni za vsako občino posebej, seštevke vseh kmetij v njih je enak številu registriranih ekoloških kmetij. To pomeni, da smo jih uvrstili v posamezno izbrano dolino (samostojno le Škofja Loka).

Pridelava zelenjave je v spodnjem grafu prikazana v celoti, v poglavju o pridelavi in prodaji ekološke zelenjave je rezultat razdeljen na ZLU in tržno usmerjeno pridelavo.

Graf 5: Raba KZ glede na zapise v certifikatih (število kmetij)



Vir: Inštitut KON-CERT Maribor, IKC UM in Bureau Veritas d.o.o., 2015; Izdelava grafa: Krvina A., 2016

Iz grafa je razvidno, da so kmetije v obeh dolinah mešano pridelovalno usmerjene, saj so v različnem številu označene v vseh naštetih panogah rabe KZ. V Škofji Loki so vse štiri kmetije usmerjene le v pridelavo različnih rastlinskih kultur.

2.2.2.1. Usmeritev pridelave po posameznih območjih

a) Poljanska dolina

V Poljanski dolini je najpogostejša panoga sadjarstvo, sledi ji pridelava zelenjave (večina ZLU). Na tretjem mestu je gospodarjenje s travinjem, za njim pridelava krompirja, na petem mestu je živinoreja skupno z ŽP. Na zadnja mesta so uvrščeni pridelava TDM in poljedelstvo, še slabše so zastopani različni predelani proizvodi (sadni, zelenjavni, pekarski ...).

Na ravni obeh občin v Poljanski dolini je tako kot v celotni dolini na prvem mestu sadjarstvo in na zadnjih mestih poljedelstvo, pridelava koruze ter rastlinskih predelanih proizvodov. Med njimi so panoge razvrščene drugače.

V Žireh sadjarstvu sledi travnata površina, na tretjem mestu je z dobrimi tremi četrtinami zelenjadarstvo, več kot polovica se jih ukvarja tudi s pridelavo krompirja in živinorejo. Slaba tretjina kmetij se ukvarja s pridelavo TDM.

V občini Gorenja vas-Poljane so panoge razvrščene drugače. Za sadjarstvom je na drugem mestu z več kot tremi četrtinami zelenjadarstvo, nekaj manj je travinja in živinoreje. Večji delež kmetij se v primerjavi z Žirmi ukvarja s pridelavo TDM (skoraj polovica).

b) Selška dolina

V Selški dolini so rezultati drugačni kot v Poljanski. Najpogostejša panoga je zelenjadarstvo (95 % kmetij), na drugem mestu je živinoreja (84 %), na tretjem mestu sta skupno s tremi četrtinami travnata površina in pridelava sadja. Nekaj manj kot dve tretjini kmetij se ukvarja tudi s pridelavo krompirja ter nekaj manj kot polovica s TDM. Na zadnja mesta so uvrščeni poljedelstvo in rastlinski predelani proizvodi.

c) Škofja Loka

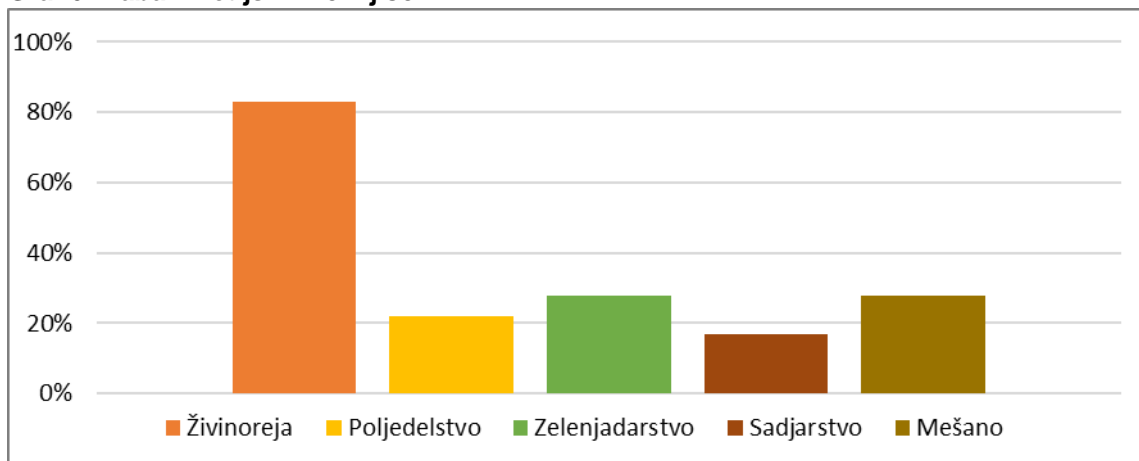
V Škofji Loki so vse kmetije usmerjene v rastlinsko pridelavo. Ukvarjajo se s pridelavo sadja, zelenjave, krompirja in TDM. Travinje imajo na dveh kmetijah, žito pridelujejo na

eni. Z živinorejo se nobena od štirih kmetij ne ukvarja, prav tako z nobenimi predelanimi proizvodi. Tudi koruze ne pridelujejo.

2.2.3. Usmeritev kmetovanja glede na odgovore v anketi

Anketa za ekološke kmetije je vključevala tudi vprašanje, v katere kmetijske panoge so slednje usmerjene. Na voljo je bilo pet možnih odgovorov, vendar je bilo lahko izbranih več različnih. To pomeni, da tudi anketirance, ki so podali več različnih panog, praviloma uvrščamo med mešano usmerjene, z odgovorom so le potrdili, katera panoga je zanje najpomembnejša. Podatki so za celotno izbrano območje podani skupno.

Graf 6: Raba kmetijskih zemljišč



Vir: Anketa 1, 2016

Dobra četrtina anketirancev je že v začetku odgovorila, da je njihova usmeritev mešana. Ostali so odgovarjali z več različnimi odgovori, kar pomeni, da je usmeritev prav tako mešana. Najpomembnejša panoga je več kot trem četrtinam pridelovalcev živinoreja, po vrsti ji sledijo zelenjadarstvo, poljedelstvo in na koncu sadjarstvo.

V primerjavi z odgovori v certifikatih, kjer je prav tako glavna mešana usmeritev, so rezultati pri najpomembnejših panogah drugačni. Na prvem mestu sta sadjarstvo in zelenjadarstvo, sledi jima živinoreja, na koncu je poljedelstvo. Glavni razlog je majhno število opravljenih anket ter navedba vseh različnih pridelkov v certifikatih.

2.3. PRIDELAVA IN TRŽENJE RAZLIČNIH EKOLOŠKIH PRIDELKOV

V tem delu naloge se bomo osredotočili le na odgovore, ki smo jih pridobili z anketiranjem gospodarjev oz. lastnikov ekoloških kmetij na izbranem območju (Anketa 1, 2016, drugi viri posebej navedeni). Zaradi majhnega števila odgovorov rezultati niso popolnoma točni, vseeno sledijo povprečju, ki je značilno za Poljansko in Selško dolino. Največ odgovorov so podali tisti anketiranci, ki se tudi sicer ukvarjajo s prodajo pridelkov in izdelkov.

Z anketnimi vprašanji je bil namen izvedeti, katere kulture na kmetiji pridelujejo, na kakšen način oglašujejo prodajo, katere pridelke ali izdelke prodajajo ter kje njihova prodaja poteka. Pri prodaji so zaradi podobnega izvora ali imen nekateri izdelki združeni v skupine, saj so bili zaradi več možnih odgovorov rezultati zelo različni. Nekatero podatke bomo primerjali tudi s podatki vseh kmetij, ki smo jih dobili v certifikatih.

2.3.1. Pridelava ekoloških pridelkov in predelanih proizvodov

Iz anketnih odgovorov smo ugotovili, da se skoraj vse anketirane kmetije ukvarjajo z živinorejo (mešano pridelovalna usmeritev), saj poleg mesa in mesnih/suhomesnatih proizvodov pridelujejo tudi mleko in jajca. Podatek se razlikuje od podatka, pridobljenega pri pregledu certifikatov, saj sta tako v Poljanski kot Selški dolini na prvem mestu zelenjadarstvo oz. sadjarstvo, v Škofji Loki pa se z živinorejo ne ukvarja nobena kmetija. Dobre tri četrtine kmetij prideluje krompir (več kot v certifikatih), na drugem mestu sta skupno z dvema tretjinama kmetij zelenjadarstvo in sadjarstvo (manj kot v certifikatih). Najslabše je tako kot v certifikatih uvrščeno poljedelstvo ter drugo (zelišča).

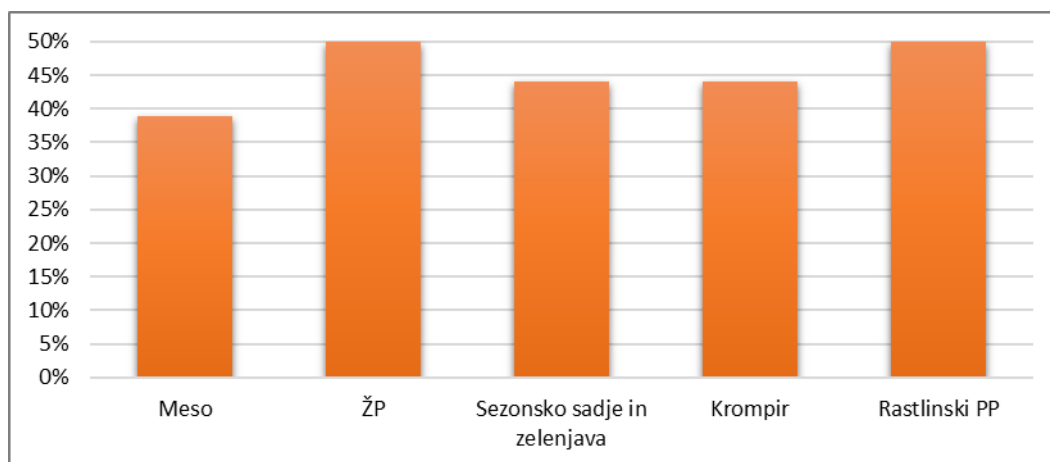
2.3.2. Pidelki in izdelki, ki jih prodajajo na anketiranih kmetijah

Pri odgovorih anketirancev o prodanih pridelkih ali predelanih proizvodih lahko opazimo, da je največja prodaja izdelkov, po katerih je večje povpraševanje. Temu sledi dejstvo, da trgovsko usmerjeni pridelovalci povečajo pridelavo željenih pridelkov, če jim različni pogoji to dopuščajo. Pri tem lahko opuščajo ali zmanjšujejo gojenje kultur, ki jih imajo dovolj in jih tudi potrebujejo le za lastno uporabo.

Nekatere prodajane izdelke smo zaradi raznolikosti razvrstili v določene skupine ali jih skupno uvrstili v en odgovor. Spodaj smo jih vseeno našteali.

- ŽP: mleko in jajca,
- rastlinski PP: sokovi, marmelade, vloženo sadje in zelenjava, kis, kislo zelje in repa, pekovski izdelki ...

Graf 7: Prodaja pridelanih in predelanih ekoloških izdelkov



Vir: Anketa 1, 2016

Največje število anketiranih kmetij (polovica) najpogosteje prodaja različne živalske ali rastlinske PP, kar je zanimiv podatek, saj se v rezultatih, pridobljenih iz certifikatov, najmanj kmetij v obeh dolinah ukvarja s predelavo rastlinskih in živalskih pridelkov, v Škofji Loki celo nobena. Na drugem mestu sta prodaja krompirja ter sezonskega sadja in zelenjave, na tretjem mestu je prodaja mesa.

Prodaja rastlinskih PP je najpogostejša kljub temu, da je povpraševanje kupcev po njih najmanjše. Pri prodaji ostalih pridelkov je vzpostavljeno ravnovesje s povpraševanjem, kar pomeni, da je pri PP do razlike prišlo zaradi premajhnega števila anketnih odgovorov.

Na vprašanje, ali so pridelovalci s prodajo zadovoljni, so bili odgovori različni. Največ (slabi dve tretjini) jih je s prodajo zadovoljnih, saj njihove stalne in resne stranke cenijo kakovost in raznolikost pridelkov. Nekaj manj jih je s prodajo delno zadovoljnih (strankam

se cene zdijo previsoke), isti delež anketirancev na vprašanje ni odgovorilo. Le eden od gospodarjev s prodajo ni zadovoljen, vendar za svojo odločitev ni navedel nobenega razloga.

2.3.3. Oglaševanje ponudbe potrošnikom

Oglaševanje prodaje pridelkov ali predelanih izdelkov je pri pridelovalcih pomembno, saj jim omogoča prodajo tržno usmerjenih pridelkov ali presežkov pridelave in s tem ohranja pozitivno finančno stanje kmetije.

Pri sedanji naklonjenosti potrošnikov lokalno pridelani (ekološki) hrani je oglaševanje prodaje prek različnih virov zelo pomembno tudi zaradi njihove seznanjenosti z možnostjo nakupa, dodatno jim omogoča tudi osebne stike s pridelovalcem. S tem se vzpostavi dogovor o pogostejših ali rednih nakupih pridelkov (vzpostavitev kratkih oskrbovalnih verig med pridelovalcem in potrošnikom).

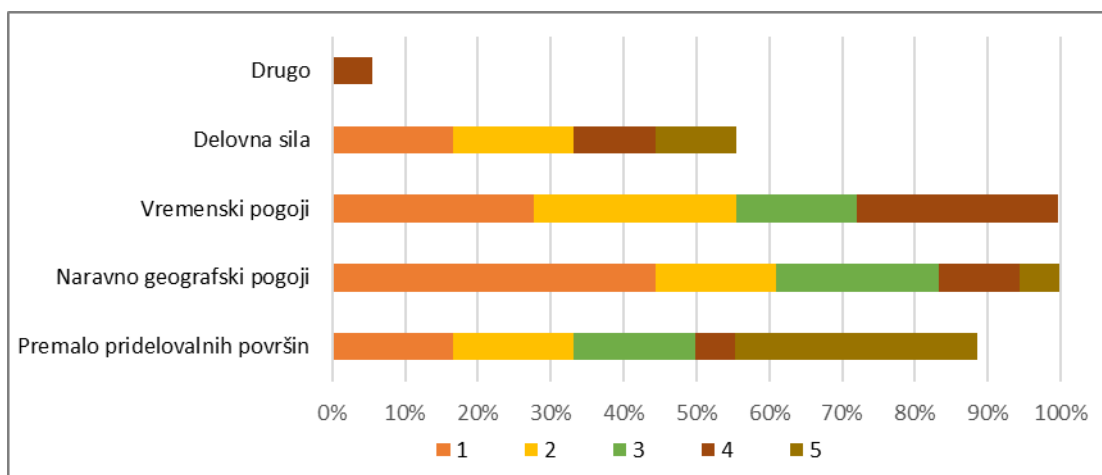
Anketnega vprašanja o oglaševanju prodaje ne bomo obravnavali v tem poglavju, saj bomo možnosti povečanja prodaje in s tem tudi načine dosedanjega in možnosti prihodnega oglaševanja dodatno obravnavali kasneje.

2.3.4. Dejavniki, ki vplivajo na ponudbo anketiranih kmetov

Ponudba ekoloških pridelovalcev je pogosto odvisna od več različnih dejavnikov, ki pridelavo olajšajo ali otežujejo. Poleg teh dejavnikov je prodaja odvisna tudi od povpraševanja kupcev, zato je bilo tako ponudbi kot tudi povpraševanju namenjeno anketno vprašanje.

Pri vprašanju o dejavnikih, ki pridelavo olajšujejo ali otežujejo, smo našli 4 različne odgovore ter možnost drugo. Dejavnike je vsak anketiranec ocenjeval z lestvico od 1 do 5, edini dejavnik, ki ga je eden od anketiranih navedel pod odgovor drugo, je investicija v opremo in stroje.

Graf 8: Dejavniki, ki na kmetijah pridelavo otežujejo ali olajšujejo



Vir: Anketa 1, 2016;

Opomba: 1 - velika omejitev, 5 - ni omejitve

Glede na geografsko raznolikost površja Poljanske in Selške doline, tudi Škofje Loke, je pričakovano, da so za slabo polovico pridelovalcev dejavnik, ki najbolj otežuje pridelavo, naravno geografski pogoji. Sledijo jim vremenski pogoji, za njimi sta skupno premalo pridelovalnih površin in premalo delovne sile.

Tretjini anketiranih pridelovalcev primanjkovalje pridelovalnih površin ne povzroča

omejitev, sledijo jim tisti z dovolj delovne sile, manjši delež kmetij celo nima težav z naravno geografskimi pogoji.

Pri skoraj enakem deležu kmetij (med 16 in 22 %) vremenski in naravno geografski pogoji ter premalo pridelovalnih površin niso pridelave niti oteževali niti olajšali.

Kljub zgornji razporeditvi dejavnikov so imeli na pridelavo v letu 2015 vseeno velik vpliv tudi vremenski pogoji in delovna sila, kajti polovica anketirancev je imela pridelavo v primerjavi s tisto v preteklosti enako, 28 % je imelo večjo (lahko več delovne sile), 22% pa manjšo (slabši vremenski pogoji).

2.3.5. Mnenje anketiranih kmetov o možnostih nakupa ter seznanjenosti s prodajo pri kupcih

Na vprašanje o najpogostejšem povpraševanju kupcev o možnostih nakupa različnih pridelkov ali predelanih proizvodov določene kmetije je vsak anketiranec odgovarjal glede na lastne stranke, ponudbo in izkušnje pri prodaji. To pomeni, da so bili odgovori pomensko zelo različni, zato so pridelki in izdelki ponovno razdeljeni v skupine. Vseeno je zelo lepo razvidno, po čem je povpraševanje na večini ekoloških kmetij najpogostejše:

- Največje povpraševanje je po krompirju in sveži zelenjavi (več kot tretjina anketirancev).
- Na drugem mestu je povpraševanje po svežem sadju (ena petina anketirancev).
- Našteto je tudi povpraševanje po mleku, siru, mesu, suhomesnatih izdelkih, kislem zelju in repi ter vloženi zelenjavi.

Naslednje vprašanje v tej temi ankete je bilo, ali so kupci s prodajo in različnimi ponudbami ekoloških izdelkov dobro seznanjeni.

Dobra tretjina gospodarjev je mnenja, da so kupci dobro seznanjeni, slabi dve tretjini sta bili prepričani, da niso seznanjeni dovolj dobro. Nihče ni menil, da kupci sploh niso seznanjeni.

Seznanjenost s ponudbo in prodajo pri stalnih strankah ni najboljša, vendar so velikemu številu kupcev sveži ekološki pridelani in predelani proizvodi predragi v primerjavi s cenami, ki jih plačajo v nakupovalnih centrih za uvožene izdelke.

2.3.6. Oblike prodaje ekoloških pridelkov in izdelkov

Tabela 4: Različni načini prodaje anketiranih ekoloških kmetij (št. kmetij)

Prodajna mesta	Število anketiranih kmetij							
	Krompir	Sadje	Zelenjava	Žito	Mleko	Meso	Jajca	Drugo
Na kmetiji	7	4	5	1	1	7	4	0
Zadruga	0	2	0	0	1	1	0	1
Šole, vrtci	2	1	2	0	2	0	0	0
Na (eko)tržnici	3	2	3	0	0	0	3	0
Manjše trgovine ali trgovske verige	0	0	2	0	0	0	0	0
Drugo (avtomat za jajca, mlekomat)	0	0	0	0	2	0	1	0
SKUPAJ	12	9	12	1	6	8	8	1

Vir: Anketa 1, 2016

V zgornji tabeli je glede na odgovore še enkrat potrjeno, da anketirani pridelovalci najpogosteje prodajajo krompir in zelenjavo, sledi jima sadje ter nato meso in ŽP (enako razmerje kot pri povpraševanju kupcev).

Največ pridelkov in izdelkov pridelovalci prodajajo doma na kmetiji, in sicer najpogosteje krompir in meso, nekaj manj zelenjave, sadja in jajc. Eden od anketirancev doma prodaja še mleko, eden pa žito. Razlog za prodajo na kmetiji je poleg ustnega oglaševanja tudi ta, da stalne stranke pridelke raje nakupujejo na kmetijah doma kot na drugih trgovskih mestih (poznavanje pridelave in pridelovalca). Tako kupijo sveže pridelke (zelenjava in sadje), ki brez dolgotrajnega skladiščenja in prevoza ohranijo svojo kakovost (okus, svežina). Drugi najpogostejši način prodaje je na (eko)tržnicah, kjer nekateri potrošniki prav tako lahko postanejo redne stranke. Večina pridelovalci prodajajo iste pridelke (razen mesa) kot doma na kmetijah, vendar je njihov delež manjši.

Eden pomembnejših je podatek, da dve ekološki kmetiji s krompirjem, sadjem, zelenjavo in mlekom oskrbujeta bližnjo šolo in vrtec, kar lahko pri otrocih pomeni pozitivne izkušnje z ekološkim načinom kmetovanja. To je primer dobre prakse, ki bi mu lahko sledile tudi druge ekološke kmetije.

Manjši delež kmetij nekatere pridelke prodaja tudi v zadruga in manjše trgovine (ali trgovske verige), dve kmetiji ekološko mleko prodajata na mlekomatih, zanimiv pa je tudi podatek, da ena od kmetij jajca prodaja na avtomatu, ki je namenjen njihovi prodaji.

2.3.7. Možnosti povečanja pridelave na anketiranih kmetijah

Po navedbah SURS je v Sloveniji vsako leto manj kmetijskih gospodarstev, v letu 2016 je slednjih 3,2 % manj, kot jih je bilo leta 2013.

Vendar so zaradi dokupa kmetijskih zemljišč gospodarstva povprečno povečala svojo pridelavo tako na njivah (0.10 ha) kot tudi na trajnih travnikih, pašnikih (0.11 ha) in trajnih nasadih (enako) (SURS [online], 2016).

Pri ekološko usmerjenih gospodarstvih (v sistemu kontrole) je rezultat v celotni državi precej drugačen. Glede na leto 2014 se je v letu 2015 njihovo število povečalo za 6 %, za 2 % se je povečala tudi površina kmetijskih zemljišč. Pri živinoreji ni bilo bistvenih sprememb, kljub manjšemu povečanju velikosti kmetijskih zemljišč pa se je vseeno močno povečala količina pridelanih rastlinskih pridelkov, predvsem zelenjadnic (za 11 %) (prav tam [online], 2016).

Pri anketnih vprašanjih na temo o razširitvi pridelave in s tem tudi ponudbe so bili nekateri odgovori podobni rezultatom v državi. Velika večina ekoloških pridelovalcev v Poljanski in Selški dolini ter Škofji Loki ne načrtuje razširitve, slaba petina je kmetij, ki pridelavo nameravajo razširiti, večina namerava razširitev narediti pri pridelavi in predelavi zelenjave. Le slaba tretjina pridelovalcev ima namen razširiti pridelavo in predelavo mleka (torej živinoreja).

Razširitev pridelave se sicer polovici anketirancev zdi smiselna in polovici ne, v prvem delu so razloge navedli sami.

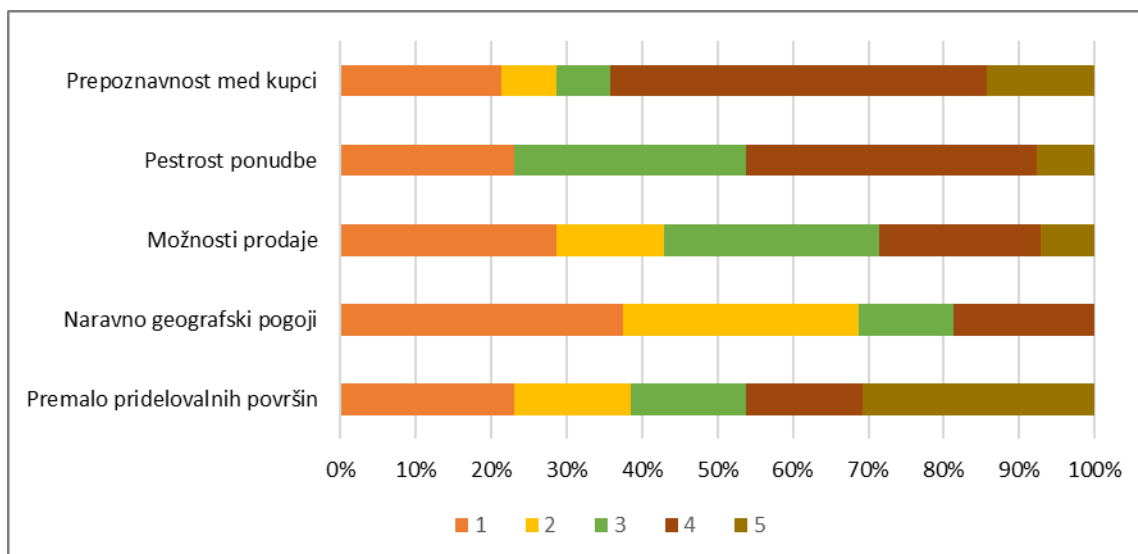
Tabela 5: Za povečanje pridelave pozitivni in negativni razlogi po mnenju anketirancev

Pozitivni razlogi	Negativni razlogi
Možnost dodatne zaposlitve na kmetiji	Premalo časa
Vedno večje zanimanje kupcev	Premalo delovne sile
Dobra prodaja pridelkov in izdelkov	Preveč različnih kmetijskih panog

Vir: Anketa 1, 2017

Pri zadnjem vprašanju na temo povečanja pridelave so bili različni dejavniki že navedeni, anketiranci so zato morali sami presoditi, kakšno omejitev jim ti povzročajo glede na njihove dosedanje izkušnje.

Graf 9: Omejitve, ki otežujejo razširitev v različne kmetijske panoge



Vir: Anketa 1, 2016

Opomba: 1 – Velika omejitev, 5 – Ni omejitve

Od vseh dejavnikov sta bila med anketiranci najbolj izpostavljena prepoznavnost med kupci in naravno geografski pogoji.

Prvi, kar dvema tretjinama anketirancev, ni pomenil nobene omejitve oz. zelo majhno (polovica, najbrž trgovsko usmerjenih) ter le petini veliko. Drugi je skoraj polovici anketirancev pomenil veliko omejitev (strma, hribovska pobočja) in je bil edini dejavnik, ki je vsem ostalim anketirancem pomenil vsaj manjšo omejitev.

Izstopal je še en odgovor – premalo pridelovalnih površin (v povezavi z naravno geografskimi pogoji in razdeljenimi manjšimi KZ), saj tretjini anketirancev to ni povzročalo nobene omejitve.

2.4. PRIDELAVA EKOLOŠKE ZELENJAVE

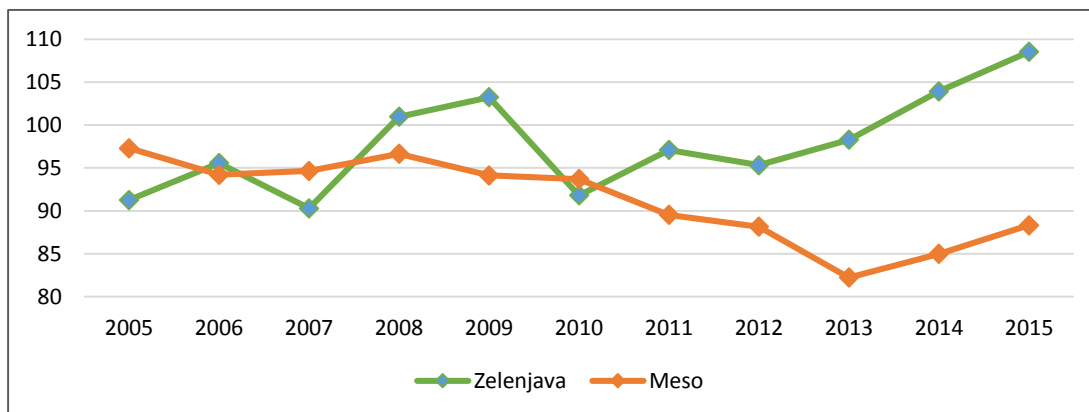
2.4.1. Pridelava ekološke zelenjave v Sloveniji

Tako v Sloveniji kot v drugih državah je pridelava in prodaja ekološke zelenjave izjemno pomembna in priljubljena. Glede na vedno večje zavedanje prebivalstva o kakovosti sveže, ekološko pridelane in čim manj skladiščene zelenjave celo bolj kot v preteklosti. To pomeni, da kupci dajejo vedno večji poudarek državni samooskrbi z različnimi prehranskimi pridelki in izdelki, predvsem zelenjavi, pri kateri ima ekološki izvor še večji pomen.

V Ameriki so z eno od raziskav ugotovili, da so tam ekološko pridelano zelenjavo v preteklosti kupovali predvsem svetlopolti prebivalci (več dohodkov kot temnopolti, pred letom 2015 – 73 %, temnopolti 27 %), po letu 2015 se je pričel večati tudi delež temnopoltih. V raziskavi sicer ni bilo omenjeno ničesar o prodaji in nakupu hrane na ekoloških kmetijah kot pri nas, vendar jih velika večina nakupuje v manjših trgovinah in skupnih skladiščih, kjer jo kupijo ceneje kot v večjih in specializiranih trgovinah (Foodnavigator- usa [online], 2016).

Potrošnja v Sloveniji (2005–2015) je razvidna tudi v spodnjem grafu, podatki so povzeti iz Podatkovnega portala SI-STAT (Bilanca proizvodnje in potrošnje mesa (1000t) in zelenjave (1000t), [online], 2017).

Graf 10: Bilanca potrošnje mesa in zelenjave v kg na prebivalca v Sloveniji od leta 2005 do vključno 2015



Vir: SURS, 2017

Opomba: Meso in zelenjava sta vključena v celoti, tako ekološkega kot konvencionalnega izvora

Opazili smo, da se je poraba mesa in zelenjave spreminjala. Potrošnja mesa na prebivalca se je vsako leto rahlo spuščala, kar je dokaz, da mesna prehrana ni več tako pomembna kot v preteklosti. Po letu 2013 se je sicer ponovno pričela rahlo dvigati, toda vseeno je ostala nižja kot leta 2005.

Drugače je s potrošnjo zelenjave na prebivalca, saj se je ta po letu 2005 pričela dvigati in se še vedno, kar dokazuje, da je rastlinska prehrana zelo pomembna za pravilen telesni razvoj. Potrošnja ima v tem desetletju dva večja padca, vendar sta lahko posledica slabih vremenskih pogojev (slabša pridelava).

V Sloveniji je za pridelavo zelenjave značilna zelo velika razdrobljenost, posledično tudi neorganiziranost, kar na žalost povzroča rušenje nekaterih tržnih poti in s tem slabša možnost prodaje pridelkov. Tudi potrošniki večkrat niso zadovoljni s količino in pestrostjo ponudbe, česar se večina pridelovalcev zaveda (Podgoršek J. in sod., 2010, str. 245). V nekaterih delih Slovenije se pridelovalci povežejo v ekološka združenja (Deteljica, Zdravo življenje ...) ter s pomočjo kmetijskih zadrug povečajo ozaveščanje potrošnikov in s tem konkurenčnost prodaje.

V delu nismo preverjali, koliko ekološko pridelane zelenjave se prodaja v navadnih ali specializiranih trgovinah in katerih.

Iz pridobljenih podatkov v certifikatih je mogoča primerjava, koliko kmetij prideluje zelenjavo za prodajo potrošnikom in koliko le za lastno uporabo.

Nekaj kmetij zelenjave glede na certifikate sploh ne bi pridelovalo, vendar jo za lastne potrebe skoraj gotovo vsaj manjše količine. Obstaja tudi možnost, da zelenjavo pridelujejo na konvencionalni način, saj v Sloveniji še vedno ni nujno, da je kmetija v vseh panogah ekološko usmerjena. To pomeni, da se lahko s pridelavo zelenjave ukvarjajo na konvencionalen način in z živinorejo in predelavo ŽP na ekološkega.

Pri pridelavi ekološke zelenjave je potrebno upoštevanje določenih pravil ter nasvetov, ki pripomorejo k večji in boljši količini pridelka (Bavec M. in sod., 2001, str. 128–142):

- Kolobarjenje: Ohranja ali izboljša se rodovitnost tal, pravilna izbira sosednjih vrst zelenjave (v eni sezoni ter tudi v več letih) glede na zahtevo vrste po hranilih, svetlobi in prostoru pod in nad zemljo preprečuje širjenje bolezni, škodljivcev in plevelov, kar pripomore k večji kakovosti pridelka.
- Tla: Več kot je mikrobiološke aktivnosti v humusu, večja je rodovitnost (mineralizacija – sproščanje hranil). Za zelenjadarstvo so nekatera manj primerna (težka ilovnata tla – hladna, z veliko vode, težko jih je obdelovati, lahka peščena tla – hitro se ogrejejo, prehitro izpiranje hranil, ki z vodo odtečejo v podtalje), druga so veliko boljša.
- Gnojenje: Uporaba organskih gnojil (kompost, hlevski gnoj, gnojevka, zeleno gnojenje, drugi rastlinski ostanki ...). Prepovedana je uporaba lahko topnih mineralnih gnojil, v primeru slabih rezultatov analize so nekatera kupljena gnojila dovoljena. V Katalogu dovoljenih gnojil (v skladu z Uredbo 2092/91) je zapisano, uporaba katerih kupljenih gnojil je v ekološkem kmetijstvu dovoljena.
- Varstvo pred boleznimi, škodljivci in plevelom: Prepovedana uporaba sintetičnih pripravkov (insekticidi, fungicidi, herbicidi) ter semena, ki so z njimi razkužena, dovoljeni so le naravni ukrepi za izboljšanje odpornosti rastlin, preprečevanje bolezni in škodljivcev. Ob neuspehu je vseeno mogoč nakup nekaterih pripravkov, vendar so tudi ta določena.

Količina pridelane zelenjave je v začetku tega dela naloge zapisana le glede na podatke, pridobljene pri pregledu certifikatov vseh registriranih kmetij na izbranem območju. Kasneje so podani rezultati, pridobljeni s pomočjo anket, zaradi majhnega števila pridobljenih odgovorov in anonimnosti anketirancev ter s tem združitve podatkov Poljanske in Selške doline ter Škofje Loke v isto skupino lahko pride do razlike.

Pri izračunu podatkov o pridelavi zelenjave na izbranih območjih je potrebno vedeti, da so k deležu pridelave za lastno uporabo navedeni tudi pridelovalci, ki pridelek podarijo ali prodajo svojim sorodnikom, prijateljem in stalnim strankam, vendar tega nočejo priznati. Vseeno to pomeni, da je delež kmetij, kjer zelenjavo pridelujejo za prodajo, prenizek.

Glede na pokrajino in prebivalstvo, naseljeno v večstanovanjskih poslopih le v manjših mestih (Žiri, Gorenja vas, Železniki) in edinem večjem mestu (Škofja Loka), se zavedamo, da je manj zelenjave za prodajo tudi zaradi razloga, da ima večina stanovanjskih objektov v obeh dolinah pri hiši dovolj prostora vsaj za manjši vrt, kjer si lahko pridelajo precej zelenjave za družinske potrebe. S tem se seveda pomanjša možnost za njeno prodajo tako na konvencionalnih kot tudi ekoloških kmetijah.

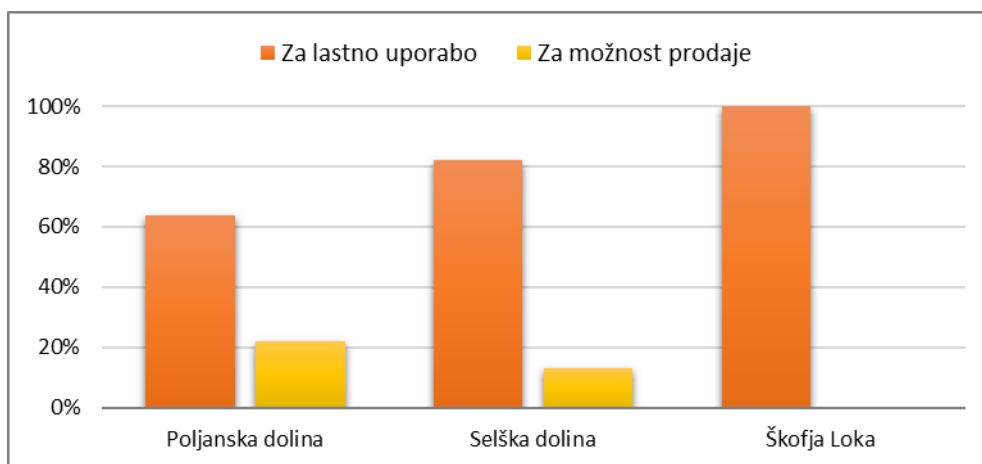
Skupni rezultati pridelave zelenjave vseh občin (celotno izbrano območje) glede na navedbo v certifikatih so naslednji:

- 10,65 % zelenjave ne prideluje,
- 69,7 % prideluje zelenjavo za lastno uporabo,
- 19,65 % zelenjavo prideluje tudi za prodajo.

2.4.2. Pridelava zelenjave na izbranih območjih

V izbranih območjih smo po pregledu certifikatov ugotovili, da tako v Poljanski kot tudi v Selški dolini zelenjavo prideluje malo kmetij. 100 % pridelava zelenjave je le v občini Škofja Loka, vendar so v njej le 4 registrirane ekološke kmetije.

Graf 11: Namen pridelave zelenjave v posameznih območjih, glede na certifikate



Vir: Anketa 1, 2016

Čeprav je glede na certifikate na izbranem območju pridelava zelenjave dokaj visoka, je delež, namenjen prodaji, zelo nizek. Na celotnem območju le petina kmetij prideluje zelenjavo, namenjeno prodaji, vse ostale imajo količine manjše, namenjene za lastno uporabo.

Če pogledamo vsako območje samostojno, so rezultati razporejeni drugače. V Poljanski dolini prideluje prodaji namenjeno zelenjavo 22 % pridelovalcev, v Selški dolini 13 %, v Škofji Loki nihče.

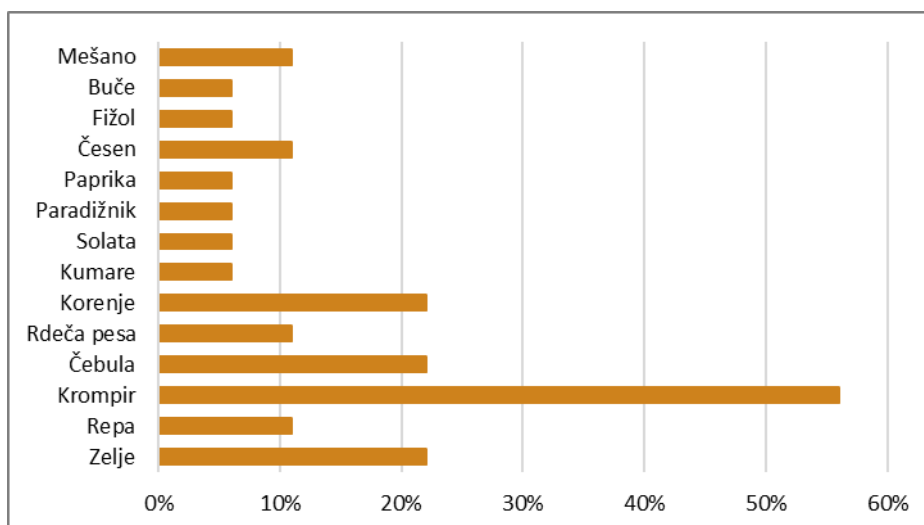
Tudi glede na odgovore v anketah ni nobenega pridelovalca, ki bi pridelal zelenjave premalo vsaj za lastno uporabo. Dobri dve tretjini pridelovalcev je namreč pridelava dovolj, kar slaba tretjina pa prideluje zelenjavo v večjih količinah, saj je namenjena prodaji (sveža sezonska ali predelana).

Pri tem vprašanju smo dokazali, da so na anketo odgovarjali večina tisti pridelovalci, ki se tudi sicer ukvarjajo s prodajo različnih ekoloških izdelkov. Tretjina anketirancev namreč predstavlja precej večji delež kot petina vseh kmetij na celotnem območju (33 % ankete, 20 % certifikati).

2.4.3. Vrste, prodaji namenjene zelenjave na anketiranih kmetijah

Podatke o vrstah pridelane zelenjave smo za nalogo povzeli le iz anketnih odgovorov, saj bi iz certifikatov v manjših deležih pridobili ogromno različnih kultur, od katerih bi jih bilo zelo malo namenjenih prodaji (ZLU).

Graf 12: Vrste pridelane zelenjave, namenjene prodaji anketiranih kmetij



Vir: Anketa 1, 2016

Med anketnimi odgovori je potrebno najprej omeniti manjši delež pridelovalcev, ki pridelanih vrst zelenjave niso naštevali, temveč so odgovorili z mešano pridelavo. To pomeni, da jih lahko dodatno prištejemo k vsaki zapisani vrsti, resničnega podatka pa ne vemo.

Nekaj več kot polovica anketirancev (56 %) prideluje krompir, kar je normalno, saj je na izbranem območju najpogosteje prodajan pridelek, po katerem je tudi največje povpraševanje kupcev. Z dobro petino pridelave mu sledijo korenje, zelje in čebula, nekaj manj česna, rdeče pese in repe, na zadnjem mestu je pridelava kumar, paradižnika, paprike, solate, fižola in buč (le po en anketiranec).

Pridelki na zadnjem mestu so večina tisti, ki so, razen pozimi, čez leto najbolj priljubljeni za pripravo solatnih obrokov, zato nismo pričakovali njihove slabe prodaje.

Res je, da jih nekateri anketiranci (premalo pridobljenih odgovorov) niso naštevali, ker prodajo le manjše količine, ali pa jih podarijo sorodnikom in prijateljem. Še večji razlog je ta, da jih na izbranem območju (večje mesto le Škofja Loka) zaradi nezahtevnega gojenja (manjši vrtnički, večje posode itd.) večina potrošniki za lastno uporabo lahko pridelajo sami.

2.4.4. Dejavniki, ki omogočajo večjo pridelavo zelenjave na anketiranih kmetijah

Glede na to, da je pridelovalcev s količino pridelka, ki je dovolj velik vsaj za lastno uporabo precej, je bilo naše naslednje vprašanje, zakaj pridelave ne povečajo do količine, ki bi bila dovolj velika za prodajo.

Prave razloge za povečanje ali zmanjšanje pridelave so nekateri anketiranci navedli sami, kar petina pa na to vprašanje ni imela odgovora, saj o povečanju niso nikdar razmišljali.

Glede na odgovore na predhodna vprašanja smo mnenja, da bodo glavni razlog slabši naravno geografski pogoji, vsi ostali pridobljeni odgovori so navedeni v spodnji tabeli.

Tabela 6: Dejavniki, ki vplivajo na pridelavo zelenjave na anketiranih kmetijah

Dejavniki	Število anketiranih kmetij	
	Omogoča	Otežuje
Naravno geografski pogoji	1	6
Znanje in čas	0	2
Poznavanje ekološke hrane	1	0
Vremenski pogoji	0	2
Bolezni v družini	0	1
Avtomatiziranost pridelave	0	1
Delovna sila	0	3

Vir: Anketa 1, 2016

Med dejavniki, ki omogočajo večjo pridelavo, sta bila zapisana le dva. Na eni kmetiji so dokupili (pridobili) nove pridelovalne površine na ravnem (primerni naravno geografski pogoji), ena kmetija pa se zaveda vedno večjega poznavanja ekološke prehrane pri potrošnikih in s tem večjega povpraševanja ter to prepoznava kot prednost.

Sicer pa so vsi poznali razloge, zakaj obstoječe pridelave ne zmorejo povečati. Na prvem mestu so bili slabši naravno geografski pogoji (naše izhodiščno stališče v hipotezi je bilo pravilno), izpostavili so predvsem:

- visoko nadmorsko višino,
- preveliko oddaljenost od naselij,
- strma pobočja, primerna le za živinorejo,
- osojna lega, zato slaba kvaliteta zemlje.

Slabšim naravno geografskim pogojem je sledil šibak demografski potencial – pomanjkanje delovne sile. Omenjena težava so bili starejši gospodarji kmetij, ki so potrebna dela težje opravljali, vendar so se njihovi mlajši nasledniki/prevzemniki zaradi šolanja, dela ali družin preselili s kmetij, lahko celo dlje v mesta (prevelika oddaljenost kmetij).

Anketirani so izpostavili slabše vremenske pogoje, ki lahko onemogočajo večjo pridelavo zelenjave. Deževna, sušna, hladna ali vroča obdobja v neprimernem času lahko pri pridelavi povzročijo velike časovne zamike, pridelavo določenih kultur lahko zmanjšajo ali celo prekinajo.

Zanimivo je, da sta dva izpostavila kot omejitveni dejavnik tudi znanje in čas – zelenjadarstvo je specifična dejavnost in delovno zelo zahtevna (časovno), zahteva pa tudi ogromno znanja (Slabe, A., 2015).

2.5. PRODAJA EKOLOŠKO PRIDELANE ZELENJAVE

2.5.1. Tržne razmere ekoloških pridelkov v Sloveniji

Za prodajo ekološko pridelane zelenjave (tudi ostalih izdelkov) je značilno, da kupci pridejo do svežega pridelka, ki je bogat z vitamini, minerali in drugimi pomembnimi hranili. Zaradi ekološke pridelave (brez umetnih dodatkov) so pridelki lahko vizualno nekoliko slabši in manj obstojni, vendar je njihov okus veliko boljši.

Poleg sveže sezonske zelenjave v času pridelave, lahko pridelovalci zelenjavo za

skladiščenje tudi različno predelajo (kislo zelje in repa, različna vložena zelenjava, zelenjavni namazi ...), vendar tudi to storijo na povsem naraven način, brez dodatkov.

V obeh primerih je kakovost veliko večja kot pri tuji uvoženi zelenjavi na slovenskih trgovinskih policah, ki za dozorevanje in rast med skladiščenjem in prevozi ter čim daljšo obstojnost med prodajo potrebuje veliko umetnih dodatkov.

Poleg ekološkega izvora je zaželen tudi nakup lokalno pridelane hrane, saj potrošniki lahko lokalnim pridelovalcem z nakupom povečajo prodajo in tako prispevajo k njihovem zaslužku in samooskrbi v državi, regiji ali domačemu kraju.

V zaključnem poročilu projekta Tržne možnosti in percipirana vrednost kmetijskih in živilskih proizvodov posebne kakovosti (Kuhar A. in sod., 2008, str. 18–20) je bilo omenjeno, da so med potrošniki najpomembnejša sveža živila lokalnega izvora, zelenjava in sadje, sledijo jim kruh, jajca, mleko, meso itn.

Zaradi proizvodov posebne kakovosti (ekološka, lokalna pridelava) so avtorji poročila pozitivne lastnosti združili v 7 skupin:

- Kakovost pridelkov: Večja zaradi bližine pridelave, kateri je pri manjših količinah posvečeno več časa (svežina). Potrošniki jo določajo glede na okus in počutje po zaužitju.
- Ugoden lokalni vpliv: Potrošniki podpirajo lokalno gospodarstvo, proizvajalce in trgovce ter ohranjajo delovna mesta. Na tak način lokalnemu prebivalstvu večajo življenjski standard.
- Zaupanje pridelovalcem: Lokalni pridelovalci so osebe, ki jih potrošniki lahko poznajo, z njimi imajo neposreden stik, zato so seznanjeni tudi z načinom pridelave.
- Svežost in prehranska varnost: Zaradi lokalne pridelave so pridelki sveži, zaradi ekološke so uporabljena le naravna gnojila in pripravki (namesto kemičnih).
- Okoljski vidik: Zmanjševanje onesnaženja, ki ga povzroča transport pridelkov in izdelkov, brez uporabe kemičnih sredstev, umetnih gnojil in drugih dodatkov.
- Vidik prodajnega mesta: Potrošniki niso naklonjeni velikim trgovskim centrom (prevelika prodajna moč), saj omejujejo lokalno ponudbo pridelkov. Tudi pakiranje je na manjših prodajnih mestih enostavnejše, brez industrijske embalaže (svežina).
- Udejanjanje drugačnosti: Potrošnik namesto uveljavljenih blagovnih znamk in vrst hrane raje podpira lokalne pridelke, kar mu omogoča novo doživetje in izkušnjo v primerjavi s predhodnimi načini nakupovanja.

Zaradi različnih načinov prodaje ekoloških izdelkov bomo tudi prodajo zelenjave obravnavali v dveh različnih sklopih. Prvi je prodaja pridelkov v EZZ, medtem ko je drugi sestavljen iz odgovorov, ki so jih podali anketiranci (Anketa 1).

2.5.2. Prodaja ekoloških zelenjavnih zaboječkov

Ker nakup ekološko pridelane zelenjave med potrošniki v Sloveniji postaja vedno bolj cenjen, se počasi izboljšuje tudi prodaja na različnih prodajnih mestih. V eni od raziskav je bilo ugotovljeno, da je pri veliki večini ekoloških kmetij v Sloveniji glavno prodajno mesto neposredno na kmetiji, zatem ji sledi ekološka tržnica. V raznih specializiranih trgovinah in hipermarketih je ponudbe zelo malo, vendar je ta vseeno dobre kakovosti. Tudi pestrost v primerjavi s konvencionalno pridelano zelenjavo v prodaji ni dovolj velika, nekaj zaradi slabših sezon pridelave, večja težava je, da pridelovalci niso dovolj povezani, kar za trgovce pomeni premajhne količine določenega pridelka (Slabe A. in sod., 2010, str. 16–19).

Leta 2009 so ekološki pridelovalci pričeli z novim načinom prodaje sveže zelenjave, ki je bil v Ljubljani in drugih večjih mestih pozitiven dokaz možnosti uspešnega poslovnega

sodelovanja med več različnimi ekološkimi kmetijami in potrošniki. Tak nakup je najprimernejši v večjih mestih, saj veliko število potrošnikov živi v večstanovanjskih zgradbah, zato v bližini nimajo možnosti imeti lastnih vrtov s svežimi pridelki ali jim pridelavo onemogočajo pomankanje časa zaradi zaposlitve, lahko tudi različne zdravstvene težave, osebna nepripravljenost itd. (Podmenik D., 2012, str. 126).

Slednji imajo možnost pridelke ali njihove PP nakupovati v različnih trgovskih centrih. Zaradi vedno večjega poudarka na zdravo pridelani in predelani prehrani vseeno potrošniki zadnje čase vedno pogosteje preverijo poreklo pridelkov in s tem dajejo prednost lokalno pridelani hrani. To pomeni, da se trudijo nakupovati zelenjavo, pridelano vsaj v Sloveniji, poleg tega zaradi zdravju primerne in okolju neškodljive pridelave dajejo vedno večji pomen ekološko pridelanim proizvodom.

Zaradi večjega povpraševanja potrošnikov po nakupu več različnih vrst pridelkov so jim pridelovalci delo (nabor pridelkov na različnih prodajnih mestih) olajšali z možnostjo prodaje EZZ.

Če ima potrošnik željo po lokalnih pridelkih, lahko EZZ kupuje na izbrani bližnji ekološki kmetiji. Če mu lokalnost ni tako pomembna, lahko EZZ naroči tudi na spletu pri različnih ponudnikih, pri njih ima tudi možnost nakupa le željenih izdelkov ali dodatnih količin pridelkov, ki so že v zabojčku.

Zaradi naravno geografskih lastnosti območij, ki prebivalcem Poljanske in Selške doline ter Škofje Loke vsaj v manjšem obsegu omogočajo pridelavo lastnih pridelkov, je prodaja EZZ glede na odgovore v anketi (1) zelo slabo razvita.

Dostopni viri (našteti med literaturo), ki smo jih potrebovali v sklopu poglavja o ekoloških zabojčkih (če niso navedeni drugi), so bile spletne strani največjih ponudnikov EZZ v Sloveniji.

- Pridelano doma. Dostava domačih pridelkov in izdelkov iz kmetij na vaš dom.
- Moja tržnica. Naravnost do vaših vrat.
- Brevkina svežina.
- Zeleni zabojček – dostava ekološke hrane.

Uporabili pa smo tudi spletne podatke Združenja ekoloških pridelovalcev in predelovalcev Deteljica (online), v katerega je včlanjena ekološka kmetija Mesojednik, ki je omogočila praktično usposabljanje.

2.5.2.1. Kaj so ekološki zelenjavni zabojčki?

EZZ so navadni, vendar različno veliki zabojčki, ki jih pridelovalci s predhodnim dogovorom s potrošniki napolnijo z različnimi sezonskimi pridelki, ki jih pridelujejo za prodajo (krompir, solata, paradižnik, fižol, začimbnice, rdeča pesa, zelje, čebula idr.). Pridelovalec lahko zabojček napolni sam, vendar mu potrošnik lahko tudi pove, katere pridelke želi, oz. katerih noče. Količine v zabojčku so različne, običajno je v njih zelenjave dovolj, da jo različno velike družine porabijo za prehrano v enem tednu.

Običajno na dogovorjen dan v tednu (lahko redkeje) pridelovalec EZZ dostavi na določeno mesto, kjer jih potrošniki prevzamejo in plačajo. Največkrat so dogovorjeni tako, da poleg prevzema novega, prejšnji izpraznjen zabojček vrnejo za ponovno uporabo (ohranjanje okolja in naravnih virov).

Če rednega naročnika nekaj časa ni doma, lahko EZZ vnaprej za ta čas odpove in pove, kdaj ga bo ponovno potreboval. Tudi pridelovalec mora obvestiti kupca, če se zgodi, da naročila zaradi različnih razlogov (bolezen, zmanjšanje ali končanje pridelave željenih pridelkov ...) ne more pripraviti.

Na podoben način kot pridelovalci delujejo tudi dobavitelji na spletu. Razlika je le v tem, da za večjo raznolikost in zaradi hitrega transporta pridelke naročajo v celotni Sloveniji ali

v sosednjih državah (ekološke kmetije v bližini meje) in imajo z njimi podpisano pogodbo. Razlika je tudi v tem, da na spletu lahko potrošniki poleg vrste pridelka izberejo tudi željeno količino, ker pridelke dobavitelji naročajo na različnih ekoloških kmetijah, morajo pri dostavi kupcu pokazati tudi ekološke certifikate vseh pogodbenih pridelovalcev.

Tako na kmetijah kot pri drugih dobaviteljih je možnost, da se pomanjkanje sezonskih zelenjavnih pridelkov (slabši vremenski pogoji) nadomešča s sezonskim sadjem. Na kmetijah se običajno cene in velikosti zaboječkov ne spremenijo, pri dobaviteljih lahko pride do spremembe.

Proti koncu leta, ko se pridelava sezonske zelenjave končuje, lahko pridelovalci ali dobavitelji nekatere sveže pridelke na željo potrošnikov nadomestijo z različnimi PP. V primeru, da jih ne predelujejo, se čez zimo prodaja EZZ zaključí.

a) Naročanje EZZ na ekološki kmetiji

Pri naročilu EZZ na izbrani ekološki kmetiji ima potrošnik možnost, da kmetijo obiše in skupaj z gospodarjem preveri način in količino pridelave ter se na ta način prepriča o resničnosti podatkov in možnosti izbora večjih količin določene zelenjave ali dodatnih pridelkov v zaboječku. Pozitiven vpliv pri nakupu manjših količin pridelkov ali naročila zaboječkov je tudi ta, da stranka pridelovalca osebno spozna, kar lahko še dodatno poveča zaupanje v njegovo pridelavo.

Ker imajo kmetije zaradi velikosti pridelovalnih površin in različnih naravno geografskih pogojev omejeno možnost pridelave, je tudi število strank omejeno. To pomeni, da pridelovalec sam presodi, koliko strank lahko oskrbuje, pri večjem povpraševanju jih ima možnost napotiti k drugemu ekološkemu pridelovalcu (partnersko kmetovanje).



Slika 3: Del sezonske zelenjave, namenjene za zaboječek

Vir: Krvina A., 2014

b) Naročanje EZZ na spletu

Nekateri potrošniki naročilo EZZ pri različnih dobaviteljih ne zaupajo popolnoma, saj pridelovalcev ne poznajo. Poleg tega so prepričani, da je zelenjava kljub zagotovitvi ekološkega izvora s certifikati vseeno lahko pripeljana iz konvencionalno usmerjenih kmetij. Dobavitelji imajo sicer na svojih spletnih straneh vedno napisan tudi seznam kmetij izvora pridelkov določene vrste, poleg so prikazani certifikati, je pa pri tovrstnem naročanju pri potrošnikih pomembna velika mera zaupanja.

2.5.2.2. Velikost, cena in dostava EZZ

a) Velikost EZZ

Velikost in teža zabojčkov je lahko pri naročilu na kmetiji ali na spletu različna, poleg tega je predvsem teža različna tudi zaradi vrste željenih pridelkov.

Na ekoloških kmetijah je teža zabojčkov največkrat okvirno določena, nekoliko se spreminja le glede na težo pridelkov. Pri dobaviteljih je nekoliko drugače, saj so naročeni pridelki v zabojčku stehtani že pred dostavo.

Povprečna okvirna velikost EZZ na kmetiji

- Mali zabojček

Mali EZZ povprečno tehtajo nekje 3–5 kg, seveda je odvisno od priložene sezonske zelenjave. V začetku leta so zabojčki nekoliko lažji (različna solata, motovilec, blitva, peteršilj ...), ker težji pridelki (krompir, korenje, zelje ...) dorastejo ali dozoriijo šele kasneje. Primerni so predvsem za prehrano ene ali dveh oseb, zaradi manjših količin pa je tudi precej enostavnejše, če jih stranke naročajo vsak teden.

- Veliki zabojček

Veliki EZZ zaradi več vrst različne sezonske zelenjave tehtajo povprečno 8–10 kg. To pomeni, da so pri tedenskem naročanju primerni za prehrano celotne družine (3–5 oseb), primernejši so tudi za občasne nakupe (večja količina, ki jo kupec shrani za dlje časa).

- Dodatno naročilo

Če stranki nakup velikega EZZ količinsko ni dovolj ali vsebuje premalo različnih pridelkov, lahko na kmetiji še dodatno dokupi določene željene pridelke, ki so na voljo. Seveda pridelovalec pove, kateri pridelki so dodatno na voljo, vendar mu mora stranka do časa izraziti svojo željo (pridelek in količino).

Povprečna okvirna velikost EZZ pri dobaviteljih

- Mali zabojček

Pri dobaviteljih mali EZZ tehta le okrog 2,5 kg, zato je vsebina najbolj primerna za prehrano le ene osebe. Enako kot pri naročilu zabojčka na kmetiji, je lahko tudi pri dobaviteljih dopolnjena z sezonskim sadjem.

- Srednji zabojček

Srednji EZZ je namenjen prehrani 2–3 oseb, saj vsebina tehta nekje okrog 3,5 kg. Seveda je tako kot na kmetijah tudi pri dobaviteljih pri vseh velikostih možno naročilo dodatne zelenjave.

- Veliki zabojček

Naročilo velikih EZZ je mišljeno za prehrano celotne družine (4 –5 oseb), tehta pa okrog 4,5 do 5 kg. Najpogostejše je naročanje mešanih sadno-zelenjavnih sezonskih pridelkov, lahko se naroči tudi samo zelenjavni zabojček.

- Željena velikost

Pri nekaterih dobaviteljih potrošnikom ni treba vedno naročati EZZ glede na velikost ali poleg dokupiti še dodatnih pridelkov, saj imajo na spletni strani tudi možnost preveriti ponudbo in si na ta način zabojček sestavijo sami. Pri vsakem željenem pridelku si tudi količino lahko izberejo sami in na ta način nakupijo le tiste pridelke, ki jih potrebujejo. Najpogosteje si poleg zelenjave in sadja naročijo tudi druge predelane proizvode, ki so na voljo.

b) Cena EZZ

Okvirne cene EZZ na kmetijah

Pri naročilu EZZ na kmetijah se potrošniki zavedajo, da cene niso povsod enake.

V Sloveniji obstaja več različnih združenj ekoloških kmetij ali kmetov (Združenje ekoloških pridelovalcev in predelovalcev »Deteljica«, Združenje ekoloških kmetov »Zdravo življenje« Lukovica, Združenje za ekološko kmetovanje Dolenjske, Posavja in Bele Krajine, Združenje ekoloških kmetov Gorenjske idr.), ki imajo s pomočjo včlanjenih pridelovalcev vsako leto glede na možnosti pridelave določene natančne ali vsaj okvirne cene zabojčkov ali cene ene vrste zelenjave glede na kilogram.

Ker niso vse ekološke kmetije včlanjene v eno od združenj, imajo zaradi želje, da bi bile cene pridelkov po vsej državi čim bolj enake, vseeno tudi ostale ceno zabojčkov ali zelenjave isto ali zelo podobno.

- Cene zabojčkov

Cena malih zabojčkov je najpogosteje 8 do 12 € in velikih 15 do 20 €. Razlike nastanejo zaradi določenih cen v združenjih ali jih navedejo pridelovalci, ki poslujejo samostojno.

- Dodatno naročilo

Pri dodatno naročenih pridelkih, ki niso v zabojčkih in jih stranke vseeno naročijo, največkrat pridelovalci določijo ceno, ki je okvirno posredovana po celotni državi. Odvisna je od vremenskih pogojev, cene za 1 kg določenega pridelka v različnih koncih države so podane v časopisu Kmečki glas.

Okvirne cene pri dobaviteljih

Pri cenah zabojčkov, ki jih pripravljajo in dostavljajo različni dobavitelji, so cene običajno precej višje. Razlog ni le naročilo in odkup pridelkov na različnih ekoloških kmetijah, temveč tudi dostava pridelkov do dobavitelja, sestava čim bolj raznovrstnih zabojčkov ter nato možna dostava zabojčkov strankam na dom. V ceno zabojčka ali dodatnih naročenih pridelkov je prištet tudi DDV, ki ga dobavitelj plačuje državi.

- Cene zabojčkov

Najpogosteje je cena malih zabojčkov 10 do 12 €, srednjih 15 do 18 € in velikih 20 do 25 €.

Tukaj so opazne razlike v ceni na kmetiji ali pri dobaviteljih, saj ima na kmetijah mali EZZ težo okrog 5 kg (pri dobaviteljih 2,5 kg), oba imata ceno okrog 10 €, veliki EZZ ima na kmetiji težo okrog 10 kg (pri dobaviteljih 5 kg), oba imata ceno okrog 20 €.

- Dodatno naročilo

Pri samostojnem sestavljanju zabojčkov ali dodatnem naročilu so cene na spletnih straneh vedno napisane poleg pridelkov, ki so potrošnikom na voljo. Razlika je le v tem, da so pri nekaterih cene podane za 0,5 kg pridelka, drugje za 1 kg.

c) Dostava EZZ

Zaradi čim večjega zadovoljstva potrošnikov, ki se odločajo za tedensko ali občasno naročanje EZZ, imajo tako dobavitelji kot pridelovalci podobne možnosti dostave zabojčkov.

Prezem zabojčka na dogovorjenem mestu

Pri naročilih na ekoloških kmetijah je najpogostejši prezem zabojčkov na dogovorjenem mestu. Ta je lahko na kmetiji ali v bližnjem mestu, kjer je prezemno mesto večini strank najbližje.

To možnost uporabljajo tudi dobavitelji, za lažjo dostavo in prevzem sta pri obeh možnostih vedno poleg kraja navedeni tudi dan in ura možnosti prevzema.

Dostava zabožčka na določen naslov

Dostava zabožčka na določen naslov je najpogostejša pri dobaviteljih. Slednji določijo lokacije, do kjer zabožčke pripeljejo, za daljše prevoze imajo določeno tudi ceno, ki se stranki zaračuna poleg naročenega zabožčka.

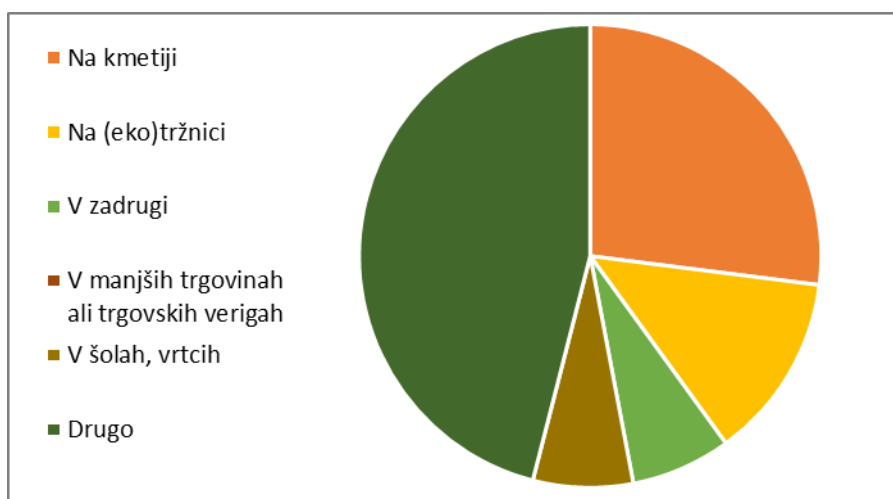
Razlika je tudi v tem, da nekateri dobavitelji zabožčke dostavljajo na naslove le v bližnje kraje, medtem ko drugi (pri dovolj velikem številu strank) zabožčke odpeljejo tudi v bolj oddaljena mesta.

Zaradi pridobivanja večjega števila strank je tudi pri nekaterih ekoloških pridelovalcih možnost, da zabožčke strankam dostavijo na zelen naslov. Ker njihova dostava vedno obsega le bližnje kraje, je njihov prevoz običajno brezplačen.

2.5.3. Prodaja ekološko pridelane zelenjave na anketiranih kmetijah

V drugem sklopu o prodaji ekološke zelenjave (na anketiranih kmetijah) smo predvidevali, da so navedena prodajna mesta zelenjave podobna ali ista kot pri prodaji vseh drugih ekoloških izdelkov, zato smo razmerje tudi preverili. Vprašanje ni bilo razdeljeno na svežo in predelano zelenjavo, temveč skupno.

Graf 13: Najpogostejša prodajna mesta zelenjave (v %)



Vir: Anketa 1, 2016

Slaba polovica anketirancev, ki je označila odgovor drugo, so pridelovalci, ki zelenjave ne pridelujejo za prodajo ali jo dodatno pridelajo le za prijatelje in sorodnike.

Ostala prodajna mesta so (razen zadrug in trgovin) razvrščena enako kot pri prodaji vseh ekoloških izdelkov. Na prvem mestu je prodaja zelenjave na kmetiji (slaba tretjina), sledijo ji (eko)tržnice in na tretjem mestu so šole in vrtci.

2.5.3.1. Podpora kupcev ekološko pridelani zelenjavi

Pri tem vprašanju nas je zanimalo le, kakšno je mnenje anketirancev o podpori potrošnikov glede pridelave in nakupa ekološke zelenjave (izkušnje z lastnimi strankami). Na vprašanje je odgovorilo še manj anketirancev kot sicer, zato menimo, da so odgovorili predvsem tisti, ki se vsaj delno ukvarjajo s prodajo zelenjave.

Naše mnenje je bilo podprto tudi z dejstvom, da je polovica anketirancev mnenja, da potrošniki ekološke zelenjave ne podpirajo dovolj, saj se jim kljub pridelavi na zdrav način

in prodaji svežih pridelkov zdi predraga. Druga polovica anketirancev je mnenja, da zelenjavo potrošniki močno podpirajo (gotovo pridelovalci delno tržno usmerjenih kmetij).

Druga vprašanja na temo podpore kupcev bodo obravnavana v anketah, ki so bile opravljene med njimi.

2.5.3.2. Prodaja EZZ na anketiranih kmetijah

Način prodaje EZZ je bil že opisan, zato bomo v tem delu poizkusili le izvedeti, koliko ekoloških kmetij se na izbranem območju z njihovo prodajo ukvarja. Pri tistih, ki se s tem ne ukvarjajo ali so se prenehali, bomo poizkušali izvedeti razloge.

Med anketiranci je bilo sicer 12 % pridelovalcev, ki prodaje EZZ niso poznali, predvidevamo, da so to predvsem starejši gospodarji kmetij.

Med vsemi ostalimi le na eni kmetiji EZZ prodajajo še vedno, na drugi so jo v preteklosti, vendar so s tem končali, kot razlog so navedli preslabo obveščanje strank. Razlog je sicer precej dvostranski, saj pri današnji ogromni vsakodnevni možnosti uporabe spleta, radia, televizije in telefonov oglaševanje niti ni več tako težko.

Zaradi skoraj ničelne prodaje EZZ lahko vidimo, da je kupcem bolj kot nakup pripravljene sveže mešane zelenjave interesanten nakup večje količine določene vrste zelenjave, ki jo potrebujejo.

Na izbranem območju sicer kupcev ni veliko, saj imajo razmere ugodne za lastne vrtove. Tudi v vseh treh manjših mestih ima večina prebivalcev prostor za lasten vrt, če ne doma, vsaj pri sorodnikih ali prijateljih, pri katerih lahko zelenjavo tudi dokupijo ali dobijo. Največ možnih kupcev EZZ ali druge ekološke zelenjave je v mestu Škofja Loka, kjer je prebivalstvo bolj strnjeno in zato je nemogoče, da bi imeli vsi lastne vrtove. Na žalost večina slednjih zelenjavo nakupuje v trgovinah, pri tem je mogoče manjši vzrok tudi preslabo oglašanje pridelovalcev.

Na anketno vprašanje, zakaj pridelovalci ne omogočajo prodaje EZZ, so bili nekateri odgovori že poznani. Kot glavni vzrok so se delno potrdile naravno geografske razmere, zaradi katerih pridelovalci zelenjavo pridelujejo le ZLU. Nekaj kmetij je preveč oddaljenih od mesta, kar podaljša dostavo kupcem in imajo mogoče premalo časa, povpraševanje kupcev po EZZ je premajhno, četrtina anketirancev o tovrstni prodaji niti ni razmišljala, saj dovolj zelenjave prodajo stalnim strankam.

2.6. ODNOS POTROŠNIKOV DO EKOLOŠKE HRANE

Ker je lokalna samooskrba in oskrba prebivalstva s kakovostno in zdravju primerno hrano tako s strani pridelovalcev kot potrošnikov vedno bolj pomembna, se je v Sloveniji v zadnjih letih poleg konvencionalne nekoliko povečala tudi raznovrstnost ekološke pridelave.

2.6.1. Zanimanje trgovskih verig za prodajo ekoloških pridelkov in izdelkov

Leta 2011 so raziskovalci v raziskavi o lokalno trajnostni oskrbi in kratkih verigah (MKGP (online), 2016) raziskali delež tržno pridelane zelenjave v Sloveniji:

- 65 % integrirane pridelave,
- 25 % konvencionalne pridelave,
- 10 % ekološke pridelave.

Pri integrirani pridelavi so pridelki še vedno precej kakovostnejši od konvencionalnih, vendar z letom 2015 slednja ni več del Programa razvoja podeželja 2014–2020 (MKGP

(online), 2017), kar pomeni, da so integrirani pridelki uvrščeni med konvencionalne. V primeru zgoraj omenjene raziskave je bilo leta 2011 na državnem nivoju tržno pridelanih poleg 90 % konvencionalnih pridelkov le 10 % ekoloških.

Trgovci se zavedajo, da imajo potrošniki večjo željo po nakupu različne sveže, kakovostne lokalno pridelane hrane, z dobrim okusom in bogato hranilno vrednostjo. Pri velikem številu kupcev je sicer večja težava višja cena, kot jo imajo uvoženi izdelki, vendar je dandanes pogosto opaziti, da v trgovinah na etiketah izdelkov pregledujejo poreklo, prehranske dodatke in način ter datum pridelave ali predelave.

Na konferenci Sodobni izzivi menedžmenta v agroživilstvu (2010) so v eni od raziskav zgornja dejstva potrdili, saj so ugotovili, da so se v zadnjem desetletju spremenile tako nakupovalne kot tudi prehranske navade potrošnikov.

Pri nakupu je bila takrat najpomembnejša cenovna dostopnost (nižji življenjski standard kljub višji izobrazbi), ostali pomembni dejavniki so bili okus hrane, navajenost, vpliv na zdravje in razpoloženje ter vsebovanost naravnih sestavin (Hribar A. in Bojnec Š., 2010, str. 326), kar se do sedaj praktično ni spremenilo.

To je tudi eden glavnih razlogov, da trgovci že dlje časa poizkušajo med prodajne pridelke ter izdelke dodati čim več lokalno pridelanih in s tem dodatno vzpostaviti vez med lokalnimi pridelovalci in potrošniki. Pri tem je zelo pomembna tudi ekološko pridelana hrana.

Zaradi truda po povečanju števila lokalnih pridelkov in izdelkov v prodaji predvsem v času pridelave trgovske verige iščejo dodatne večje pridelovalce, ki imajo možnost s pridelavo redno zagotavljati določene izdelke v določenem številu trgovin, lahko samostojno ali s pomočjo kmetijskih zadrug.

Pri ekoloških pridelovalcih tu nastane problem, saj je večjih tržno usmerjenih ekoloških kmetij malo, zato je pridelava običajno premajhna za redno prodajo v trgovinah (večina manjše, družinske kmetije).

Trgovske verige imajo vseeno na svojih spletnih straneh zapisane pridelovalce, s katerimi imajo podpisane pogodbe, našteje imajo njihove izdelke in običajno tudi kraje, kjer so ti izdelki v prodaji (konvencionalni in ekološki). Za spodbujanje lokalne prodaje nekatere trgovske verige vedno pogosteje svoj način prodaje poleg reklamnih letakov oglašujejo tudi s pomočjo televizijskih oglasov. Najbolj poznane so:

- Mercator: Radi imamo domače;
- Tuš: Slovenske dobrote;
- Spar: Slovenija, moja dežela;
- Hofer: Kakovost iz Slovenije;
- Lidl: Kakovost iz Slovenije, Ekološka linija čistil.

2.6.2. Značilnosti potrošnikov in njihov odnos do ekološke hrane

Leta 2010 je bila v Ljubljani opravljena raziskava o značilnostih potrošnikov ekološko pridelane hrane, če so ti v enem letu vsaj enkrat v trgovinah opravili nakup ekološke hrane (Bednár P., Lampič B. in sod, 2010, str. 37, 38). Takrat je bilo med njimi opravljenih okrog 200 anket, glavni dejavniki, ki so vplivali na njihov nakup ekološke hrane, so bili:

- skrb za zdravje,
- cena,
- raznolikost ponudbe, kakovost in dostopnost,
- ozaveščenost kupcev,
- starost, izobrazba, dohodek, življenjski stil,
- skrb za okolje.

Največ informacij o prodaji ekoloških živil so potrošniki pridobili neuradno, ustno od znancev, ki so imeli različne izkušnje z nakupom (23 %) ter z oglasi v različnih revijah (19 %).

Prodaja je bila najpogostejša neposredno na ekoloških kmetijah in na tržnicah, vendar je tam nakupovalo le okrog polovice anketirancev. Večina (87 %) jih je v Ljubljani ekološke izdelke raje nakupovalo v trgovinah, vendar je to normalno, saj jih je večina opravljala nakupe precej redko (enkrat na mesec). Skoraj vsi so nakupovali sadje in zelenjavo, s tem jih je dobra četrtina nakupovalo tedensko. Dokaz o ozaveščenosti potrošnikov je bil tudi ta, da je poleg skrbi za zdravje na prvem mestu (97 %) tudi drugi glavni razlog, in sicer večja kakovost ekoloških živil (87 %).

V drugi raziskavi, ki je bila prav tako opravljena leta 2010, so raziskovali odnos potrošnikov do ekološko pridelane hrane v Sloveniji (Račič Ogorevc K., Kuhar A., Juvančič L., 2010, str. 307), tako da je bilo za razliko od zgornje raziskave opravljenih nekaj več kot 1000 naključnih anket po celotni državi.

Ugotovitev raziskovalcev je bila, da je povpraševanje po EPH najpogosteje pri ženskah med 31 in 40 letom starosti ter z višjo izobrazbo. Ostale ugotovitve so podobne kot tiste iz opravljenih anket v Ljubljani. Nakup je odvisen od mesečnega dohodka, najpogosteje v Sloveniji povprašujejo po sveži zelenjavi in sadju (najpogosteje družine z otroki), sledijo jim meso in mesni izdelki ter mleko in mlečni izdelki.

Po njihovem mnenju ima na kvaliteto pridelkov največji vpliv pridelovalec, motivi za nakup pa so skrb za okolje, naravi prijazno pridelovanje, skrb za dobro počutje živali in skrb za lastno zdravje. Motivi za nakup so tudi razlog, da so potrošniki za ekološke pridelke pripravljeni plačati nekaj več kot za konvencionalne in uvožene izdelke.

Iz obeh raziskav je kasneje Podmenik D. v svojem avtorskem delu (2012, str. 124, 125) razbral in zapisal glavne značilnosti kupcev ekoloških živil:

- Razmeroma visoko poznavanje ekološkega kmetijstva in živil.
- Največji vpliv na pogostost nakupa imajo izobrazba, dohodek, majhni otroci v družini in kraj bivanja (mestna naselja).
- Prednost pred tujimi imajo slovenska ekološka živila, za katera so pripravljeni plačati več kot za enako uvoženo ekološko živilo.
- Majhno število takih, ki so pripravljeni plačati več kot 25 % razliko v ceni za ekološka živila.
- Najpogostejše mesto nakupa je supermarket.

Dodatno smo v zaključnem poročilu projekta Tržne možnosti in ...: Analiza potrošnikov (Kuhar A. in sod., 2008, str. 26) poiskali asociacije, ki jih potrošniki navajajo ob omembi ekološkega kmetijstva in so dokaz o večjem zadovoljstvu ob uživanju kakovostnih pridelkov in izdelkov (Prav tam, 2008, str. 27. Vir: Anketa potrošniki, n=1010 slovenskih gospodinjstev, 2007).

Najpogostejša asociacija je bila pri slabi tretjini potrošnikov naravni način pridelave oz. predelave, na drugem mestu z dobro petino odgovorov hrana brez dodatkov (aditivi, konzervansi, umetni dodatki, kemija itd.), z različnimi deleži jim sledijo še asociacije brez pesticidov, škropiv, bolj zdravi izdelki ...

2.6.3. Raziskava med potrošniki izbranega območja

V nadaljevanju naloge nameravamo rezultate opravljenih anket med potrošniki Poljanske in Selške doline ter Škofje Loke v čim večji meri primerjati z rezultati zgoraj omenjenih raziskav o značilnostih potrošnikov in odnosu do EPH. Nekatera vprašanja naše ankete so bila namreč namenjena isti tematiki, druge bomo obravnavali samostojno, brez primerjav.

2.6.3.1. Struktura demografskih podatkov anketiranih potrošnikov

Za ugotavljanje profila ekoloških potrošnikov na obravnavanem območju, smo med njimi opravili anketiranje. Tako kot pri anketiranju ekoloških kmetij smo tudi anketiranje potrošnikov izvedli na dva načina (navedeno v uvodu).

Pri terenskem anketiranju je prišlo do težave, saj večina potrošnikov na anketo ni odgovarjalo. Najpogosteje so omenili, da večino pridelkov pridelajo na domačih vrtovih, ob potrebnem manjšem dokupu pa raje kot kakovost ekoloških pridelkov upoštevajo nižjo ceno konvencionalno pridelanih in uvoženih izdelkov v trgovinah, zaradi česar se ne posvečajo nakupu EPH. Med tistimi, ki vseeno EPH občasno nakupujejo in so zato na vprašanja vseeno odgovorili, je le 15 % moških in kar 85 % žensk, kar dokazuje, da se nakupovanju in pripravi hrane še vedno v veliki večini gospodinjstev posvečajo ženske.

Starost večine anketirancev je od 17 do 36 let (rojnih 1981–1990 dobra tretjina, 1991–2000 kar 43 %). Starejših od 37 let je bilo le dobra petina (najstarejši do 67 let). Zaradi mlajših anketirancev smo tudi pri formalni izobrazbi dobili pričakovane rezultate (starejši potrošniki – slabša izobrazba). Trije anketiranci imajo dokončano osnovno šolo, trije imajo opravljen magistrski ali doktorski, preostali so skoraj enakomerno porazdeljeni v dve skupini. Slaba polovica je dokončala srednješolsko izobrazbo, nekaj oseb manj je diplomiralo na visoki ali višji strokovni šoli.

Tudi število oskrbovanih družinskih članov ima večji vpliv pri nakupu prehranskih izdelkov. V družinah naših anketirancev so najpogosteje štirje družinski člani (35 %), sledijo jim trije (31 %), za njimi pet (21 %). Poleg otrok so med družinske člane šteti tudi stari starši (vseeno manj odgovorov o šestih članih), malo je tudi odgovorov o preskrbi le dveh članov.

Primerjava z uvodno omenjenimi raziskavami tega poglavja

a) Spol

Na anketo so sicer odgovarjali potrošniki, ki redno ali vsaj občasno nakupujejo ekološke pridelke. Tako kot v celotni državi tudi na izbranem območju nakup in pripravo obrokov v veliki meri opravlja ženske (Anketa 2 – 85 % / v Slo. večina).

b) Starost

Na ankete je odgovorilo tri četrtine mlajših potrošnikov, večina od njih je starih 17–26 let (več kot 27–36 let). Podobno je bilo v Sloveniji, kjer je najpogostejša starost potrošnikov 31–40 let. Rezultat je normalen, saj je to starost, ko običajno skrb za celotno gospodinjstvo namesto starejših oseb prevzamejo mlajši družinski člani (polnoletni). Manjša razlika med rezultati izbranega območja in celotne države je lahko nastala zaradi našega načina anketiranja (socialni medij).

c) Izobrazba

Poleg rezultatov, pridobljenih z anketami med potrošniki, smo poiskali še podatke o pridobljeni terciarni izobrazbi v Sloveniji. Slednja lahko vpliva na boljše delovno mesto in s tem višji plačilni razred, na ta način lahko skupno vpliva na znanje o kakovosti EPH in finančni zmožnosti njenega nakupa.

Tabela 7: Študentje terciarnega izobraževanja v Sloveniji glede na spol od leta 2010 do vključno 2015 (%)

	2010	2011	2012	2013	2014	2015
Moški	39,37	42,27	41,93	41,68	41,83	42,37
Ženske	60,63	57,73	58,07	58,32	58,17	57,63

Vir: SURS, 2016

Opombe: Podatki o vpisu študentov se zajemajo po stanju 15. 10. in se za določeno izkazano leto (npr. 2009) nanašajo na tekoče študijsko leto (npr. 2009/10).

Po podatkih na SURS je videti, da je po letu 2010 vsako leto izobraževanje zaključilo več žensk kot moških, povprečno razmerje je 58,4 / 41,6 (terciarna izobrazba, zato povprečna starost med 20 in 40 let).

V prej omenjenih raziskavah je nakup EPH prav tako večji pri potrošnikih z višjo, terciarno izobrazbo, rezultati naše raziskave na izbranem območju pa so nekoliko drugačni. Sekundarna izobrazba je namreč malenkost višja od terciarne, na kar imajo sicer lahko vpliv tudi naravno geografske razmere, saj podeželska naselja zaradi dela v domačem kraju ali gospodinjstvu, potrošnikom otežujejo odhod v mesta ali povzročijo njihovo odselitev.

d) Število družinskih članov

Vse zgoraj obravnavane raziskave so prišle do zaključka, da ima na nakup EPH pozitiven vpliv prisotnost mlajših otrok v gospodinjstvu.

Tudi pri naši raziskavi smo prišli do istega mnenja, saj imata dve tretjini družin anketiranih potrošnikov tri ali štiri družinske člane. Petina družin ima pet članov, vendar so lahko v tem primeru poleg otrok šteti tudi potrošnikovi starši (na podeželju veččlanske družine).

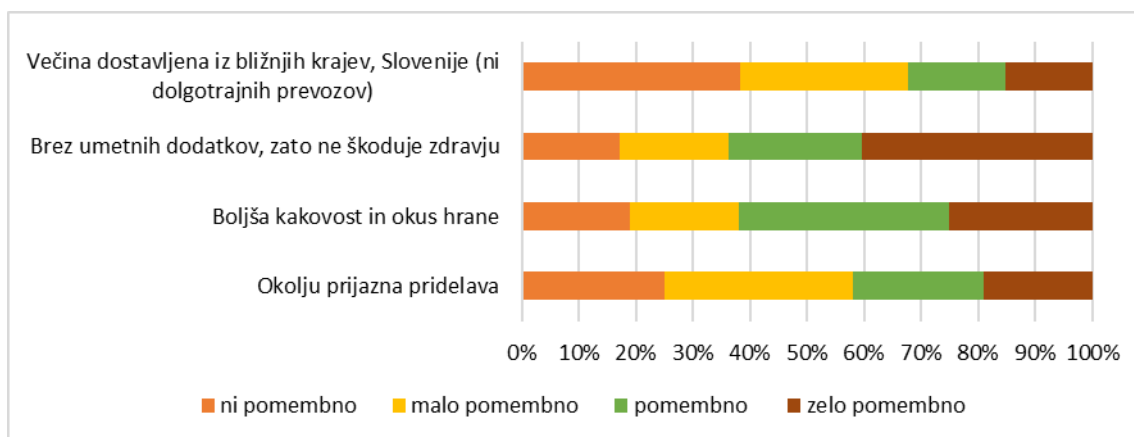
e) Skupne lastnosti potrošnikov v Sloveniji

Glede na zgornjo primerjavo podatkov (spol, starost ...) vidimo, da se potrošniki Poljanske in Selške doline ter Škofje Loke ne razlikujejo bistveno od ostalih potrošnikov EPH v Sloveniji (anketirani le potrošniki, ki kupujejo EPH). Razlog za njihovo manjše število je najbrž v tem, da zaradi podeželskega območja brez večjih mest lahko ogromno prehrani potrebnih pridelkov pridelajo na lastnem (domačem) vrtu, zato nakupi niso pogosti.

2.6.3.2. Razlogi za nakup EPH

Pri vprašanju o razlogih za nakup EPH so imeli anketiranci na voljo navedene štiri različne možnosti. Pri odgovoru so jih morali po svojem mnenju razvrstiti od nepomembnega do zelo pomembnega, vendar glede na demografsko sestavo anketirancev, dobljeni rezultati niso bili povsem pričakovani.

Graf 14: Pomembnost razlogov za nakup ekoloških pridelkov in izdelkov



Vir: Anketa 2, 2016

Pričakovani so bili rezultati, ki smo jih pridobili pri nakupu zaradi pridelave brez umetnih dodatkov in zato bolj primernih zdravju potrošnikov. Dvema petinama anketirancev je to najbolj pomemben razlog, le slabi petini sploh ni pomemben. Pomembnost boljše kakovosti in okusa hrane je višja kot okolju prijazna pridelava, popolnoma nepričakovani so le rezultati pomembnosti dostave lokalno pridelane hrane, brez dolgotrajnih prevozov (in skladiščenja).

Glede na rezultate uvodnih raziskav, v katerih je nakup lokalno pridelane hrane zelo pomemben, smo isto pričakovali tudi na našem izbranem območju. Vendar je bilo presenetljivo dejstvo, da je bila pri temu razlogu pomembnost razvrščena obratno. Dostava na prodajna mesta iz lokalnih območij je najpomembnejši razlog za manj kot petino potrošnikov, medtem ko slabima dvema petinama anketirancev razlog sploh ni pomemben.

Kljub višji izobrazbi potrošnikov so po našem mnenju pridobljeni odgovori predvsem posledica podeželskega območja in s tem možnosti lastne pridelave na domačih vrtovih. Dokup pridelkov je tako le občasen in zato je pomemben dejavnik nakupa predvsem čim nižja cena (ekološka pridelava ni pomembna).

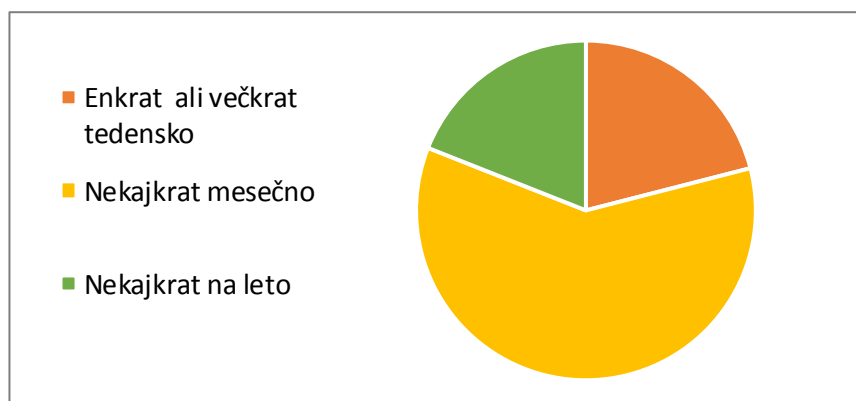
2.6.3.3. Pogostost nakupa EPH

Do sedaj smo že podali pomembnost razlogov za nakup EPH, okvirno smo omenili tudi ne ravno pogoste oskrbe gospodinjestev s tovrstnimi nakupi. Ker je tema naloge poleg pridelave tudi prodaja pridelkov, vprašanja o razlogih, zakaj EPH ne nakupujejo, nismo zastavili.

Bolj nas je namreč zanimal nakup potrošnikov, med drugim tudi koliko časa in kako pogosto tovrstne prehranske izdelke nakupujejo.

Glede na pridobljene odgovore naše raziskave največ potrošnikov (skoraj dve tretjini) EPH nakupuje od 1 do 5 let, dobra četrtina že dlje, najmanj (desetina potrošnikov) je s tovrstnimi nakupi začela šele v zadnjem letu, vpliv ima lahko poleg izobrazbe predvsem vedno večji poudarek na kakovost ekoloških in tudi lokalnih pridelkov. Pričakovano tudi pogostost nakupov ni tako velika, pridobljeni odgovori so močno povezani z zgornjimi rezultati.

Graf 15: Pogostost nakupovanja EPH (v %)



Vir: Anketa 2, 2016

Približno petina anketirancev nakupuje EPH nekajkrat letno in skoraj isto število vsaj enkrat ali večkrat tedensko. Ta dva rezultata sta delno povezana s podatki o številu potrošnikov, ki nakupe opravljajo več kot pet ali manj kot eno leto.

Skoraj dve tretjini potrošnikov nakupe EPH opravlja nekajkrat mesečno, število je isto kot pri potrošnikih, ki nakupe opravljajo že od 1 do 5 let. Predvidevamo, da na nakup izobrazba in oglaševanje nimata večjega vpliva, saj so to najbrž rutinski nakupi, pri katerih gotovo kakovost in svežina pri nekaterih pridelkih (običajno sadje in zelenjava) vseeno prevladujeta pri nakupu željenih izdelkov.

Zelo podoben rezultat so leta 2010 dobili v uvodni raziskavi o ljubljanskih ekoloških potrošnikih, kjer prav tako večina EPH nakupuje enkrat mesečno.

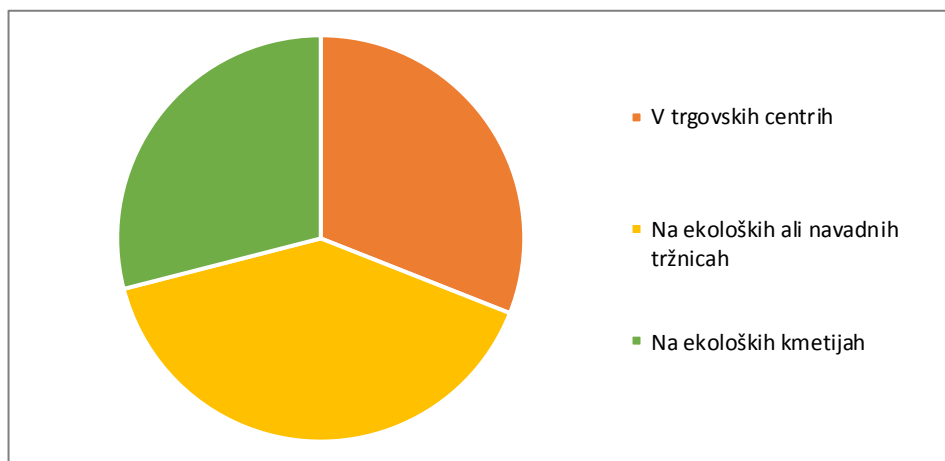
2.6.3.4. Vpliv cen na mesto nakupa EPH

V obravnavanih uvodnih raziskavah je bilo ugotovljeno, da potrošniki EPH najpogosteje kupujejo kar na ekoloških kmetijah ali na tržnicah (svežina pridelkov). Precejšnji vpliv na nakup ima sicer cena izdelkov, vendar so zaradi njihove kakovosti kupci po Sloveniji pripravljene vseeno plačati malenkost več, kot po nižji ceni kupiti konvencionalno pridelano ali predelano hrano, tudi uvoženo.

Cenovna razlika je opazna v primeru, če ceno EPH v trgovskih verigah primerjamo s tisto na tržnicah ali neposredno na kmetiji.

- Pri nakupu na ekološki kmetiji ali tržnici potrošnik zagotovo dobi sveže lokalne pridelke, na lastno željo lahko tudi opazuje način pridelave in s tem dodatno pridobi zaupanje v kakovost. Pri plačilu pridelovalcu (povezanost med potrošniki in pridelovalci) je lahko prepričan, da denar dobi prava oseba, ki ga potrebuje predvsem za obdelavo zemljišča in pridelavo pridelkov, s tem je brez dvoma plačan za svoje lastno delo.
- Pri nakupu na drugih prodajnih mestih je stanje povsem drugačno. Prehrambni izdelki so sicer označeni z deklaracijo o izvoru (kraj, datum, način pridelave itd.), vendar so cene vseeno visoke. Razlog so različne trgovinske marže, kar pomeni razliko med ceno, ki jo za nakup plača potrošnik ter nabavno ceno, ki jo trgovina plača pridelovalcu. Razlika je torej dodatek, potreben za stroške dobave (prevozi, skladiščenje itd.), DDV, plače prodajalcev, dodatni dobiček prodajnega mesta ter nekaj drugih (Kolander A., 2007, str. 32).

Graf 16: Lokacije nakupov ekoloških pridelkov in izdelkov med potrošniki izbranega območja (v %)



Vir: Anketa 2, 2016

Prodajna cena določenega pridelka je sicer v trgovini lahko nizka, vendar se potrošniki vedno bolj zavedajo, da je tudi plačilo pridelovalcem zaradi visokih marž zelo nizko. Ker tudi kakovost in svežina nista primerljiva z lokalnimi in ekološkimi pridelki, je razumljivo, zakaj večina ekološko usmerjenih potrošnikov prehranske izdelke nakupuje neposredno na kmetijah in tržnicah.

S predpostavko o lastni, domači pridelavi pridelkov na podeželskem območju, je rezultat o skoraj tretjini naknadnih dokupov EPH v trgovinah po našem mnenju dokaj majhen, saj smo takih potrošnikov pričakovali več. Delež nakupov neposredno na ekoloških kmetijah je bil normalno visok (0,31), medtem ko nas je presenetil visok delež nakupov na (eko)tržnicah (0,40).

Z rezultati o lokacijah nakupov EPH so povezana tudi mnenja potrošnikov glede nakupnih cen. Te se nekaj manj kot dvema tretjinama kupcev zaradi ekološkega izvora zdijo primerne (nekomu celo prenizke), predvidevamo, da so to večinoma tisti, ki pridelke in izdelke nakupujejo na kmetijah ali tržnicah. Za več kot tretjino potrošnikov (0,38) so cene previsoke, kar jih je sicer omenilo precej več kot le tisti, ki EPH občasno dokupijo v trgovinah.

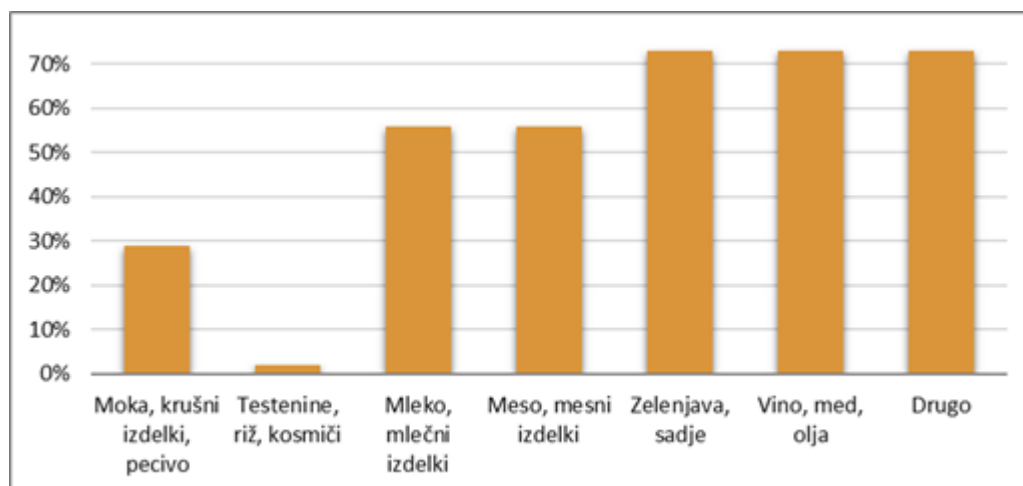
2.6.3.5. Skupine živil, katerih nakup je pri potrošnikih najpogostejši

Na izbranem območju je prodaja ekoloških pridelkov nizka (samostojna pridelava), zato smo od potrošnikov poizkusili izvedeti, kako je z nakupom drugih ekološko predelanih izdelkov.

Različne pridelke in izdelke smo v anketi uvrstili v skupine, vsak anketiranec jih je lahko izbral več. Pri tem smo pri oblikovanju možnosti odgovora sami storili napako, ker kljub temu, da je po svetu (tudi Slovenija in izbrano območje) najpogostejši nakup ekološko pridelane zelenjave in sadja, ne vemo, kakšno je zaporedje vseh skupin od najbolj do najmanj pogostega nakupa. Pridobili smo le skupni delež nakupov za vsako skupino, pri anketirancih, ki so podali več odgovorov, pa bi morali oblikovati vprašanja z lestvico odgovorov, 1 – redek nakup, 5 – pogost nakup.

Druga težava pri vprašanju je v tem, da je skoraj tri četrtine (0,73) anketirancev odgovorilo, da nakupujejo EPH, ki ni uvrščena v nobeno skupino (odg. drugo), vendar nihče ni navedel, kateri izdelek (pridelek) to je. Najbrž so kupci posamezno uvrstili predelano sadje in zelenjavo, kar je prav tako napaka.

Graf 17: Pogostost nakupovanja posameznih skupin ekoloških pridelkov in živil



Vir: Anketa 2, 2016

Poleg odgovora drugo sta bili z istim deležem odgovorov (slabe tri četrtine) izbrani še dve skupini. Pričakovano je bila poleg pogostost nakupa zelenjave in sadja, nismo pa pričakovali nakupa ekološko predelane vina, medu in olja. Za njimi sta na drugem mestu pogostosti nakupov z več kot polovičnim deležem (0,56) dve pričakovani skupini, to sta meso in mesni izdelki ter mleko in mlečni izdelki. Na tretjem mestu je z manjšim deležem odgovorov (0,29) skupina moka, krušni izdelki in peciva, zadnja pa je z le nekaj odgovori (2 %) skupina testenine, riž in kosmiči.

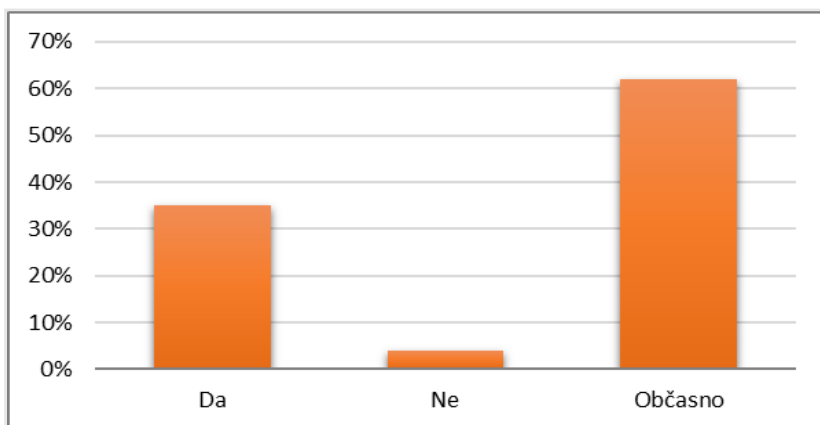
2.6.3.6. Nakup EZZ

V poglavju o pridelavi in trženju ekoloških pridelkov smo omenili prodajo ekoloških zelenjavnih zaboječkov, ki je poznana predvsem v večjih mestih. O poznavanju, pridelavi in možnosti njihove prodaje smo povprašali ekološke pridelovalce, v raziskavi med potrošniki pa nas je zanimalo, kakšna je seznanjenost z EZZ med njimi.

Nekaj manj kot dve tretjini potrošnikov (62 %) je v Poljanski in Selški dolini ter Škofji Loki dobro seznanjena z načinom prodaje predvsem sezonskih pridelkov v zaboječkih. Glede na to, da je med anketiranimi pridelovalci le ena ekološka kmetija, ki prodaja EZZ, in je oglaševanje prodaje na splošno zelo nizko, so potrošniki o tem najbrž izvedeli preko spletnega oglaševanja in člankov v časopisih ali revijah, predvsem iz večjih mest v drugih delih države. Zaradi večine mlajših kupcev (izobrazba), ki so odgovarjali na anketo, je zanimivo tudi dejstvo, da EZZ ne pozna kar dobra tretjina (38 %) anketirancev.

Drugo vprašanje pri EZZ je bil glede njihovega nakupa, če bi bil ta omogočen s strani pridelovalcev. Predhodno vemo, da nekaj manj kot dve tretjini potrošnikov EPH nakupuje nekajkrat mesečno in skoraj petina enkrat ali večkrat tedensko, zato nas je zanimalo, kakšno je njihovo mnenje o nakupu zaboječkov, če bi imeli to možnost.

Graf 18: Zainteresiranost potrošnikov za nakup EZZ v primeru tovrstnega trženja



Vir: Anketa 2, 2016

V anketi sta le dva potrošnika (4 %) odgovorila, da ju nakup EZZ ne zanima in jih zato ne bi kupovala, kar je zelo malo glede na to, da smo zaradi pridelave na domačih vrtovih takšnih odgovorov pričakovali več.

Pri naslednjih dveh odgovorih, o rednem ali občasnem nakupu zaboječkov, smo dobili rezultate delno primerljive z odgovori na vprašanje, kako pogosto potrošniki nakupujejo EPH.

Občasen nakup EZZ bi izbralo nekaj manj kot dve tretjini potrošnikov, rezultat je le za enega kupca večji od tistih, ki so potrdili, da EPH kupujejo nekajkrat mesečno. Tedenski nakup EPH opravlja petina kupcev in tu se število ne ujema s tistimi, ki so zainteresirani za pogostejši nakup EZZ. Razliko sicer lahko pojasnimo z dejstvom, da so večje zanimanje najbrž izbrali tudi kupci, ki jim je sicer ugoden le občasni nakup (nekajkrat na leto ali mesec).

Glede na odgovore pri trženju EZZ lahko predvidevamo, da bi bili vsaj občasni nakupi potrošnikov kar pogosti, saj bi bili v njem različni sveži sezonski pridelki, kar pomeni, da jih kupcem ne bi bilo treba iskati v trgovinah. Predvidevamo tudi, da bi bilo takih kupcev večina prisotnih v večjem mestu Škofja Loka, vendar bi se zagotovo tudi v drugih manjših mestih in krajih Poljanske in Selške doline našli kupci, ki bi jim tovrsten nakup ustrezal.

3. ZAKLJUČNE UGOTOVITVE

3.1. MOŽNOSTI VEČJEGA TRŽENJA EPH NA IZBRANEM OBMOČJU

Pri prodaji EPH je tako kot pri drugih prodajnih storitvah potrebno čim boljše tržno komuniciranje (Črv B., 2004, str. 11) med pridelovalci in potrošniki, kar omogoča predvsem večji in pogostejši nakup. Področja, na katere je komuniciranje razdeljeno, so:

- oglaševanje,
- pospeševanje prodaje,
- osebna prodaja,
- odnosi z javnostjo,
- direktni marketing.

Odnose z javnostjo in direktni marketing smo v raziskavi izpustili, s pomočjo anketnih vprašanj smo se osredotočili na prva tri področja tako pri pridelovalcih kot tudi pri potrošnikih.

Pri prvih smo izvedeli, kako so do sedaj oglašali prodajo tržnih pridelkov, od potrošnikov pa smo se trudili izvedeti, kakšni so njihovi predlogi o izboljšavi prodajnih možnosti, ki bi jim olajšale nakup lokalnih ekoloških pridelkov.

3.1.1 Dosedanje trženje EPH na izbranem območju

Razvojna agencija Sora d.o.o. (RA Sora [online], 2017) se s pomočjo Lokalne akcijske skupine loškega pogorja (LAS [online], 2017) z različnimi projekti trudi izboljšati razvoj podeželja na Škofjeloškem (vse štiri občine), pri tem promovirajo različno naravno in kulturno dediščino, torej tudi ohranitev lokalni jedi, ki so narejene iz pridelkov, ki jih je mogoče pridelati kljub težkim kmetijskim pogojem (OMD).

Spodaj sta podana tudi njihova glavna projekta, ki sta povezana s kmetijstvom in kulinariko, ter oglaševanje prodaje konvencionalnih in ekoloških pridelkov na tržnicah:

- Okusi loškega podeželja: Jedi, ki jih je ohranila zgodovina: V programu Leader je bil izveden leta 2012–2013, poleg predstavitve jedi in receptov, je podan tudi seznam ponudnikov določenih izdelkov ter gostilne, kjer so določene jedi na voljo.
- Dedek Jaka in Babica Jerca – Naravni izdelki iz škofjeloških hribov: Pri projektu so poleg prehranskih izdelkov in pridelkov zbrani tudi ročno narejeni izdelki, ki so razdeljeni v več različnih skupin. Delijo se na mlečne, mesne, sadne izdelke, izdelke iz zelenjave, zelišč in gob, med in medene kruhke, zeliščne čaje in mila ter izdelke iz lesa in drugih domačih in umetnostnih obrti, ročno pletene izdelke iz domače preje, ročno klekljane čipke. Poleg vseh naštetih je dodana še skupina sveže sadje in zelenjava.
- Tržnice kmetijskih izdelkov in pridelkov, ekološka tržnica: Različne tržno usmerjene kmetije svoje pridelke in izdelke prodajajo na tržnicah v vseh štirih občinskih centrih. Njihovi datumi so na spletu znani že vnaprej (Tržnice kmetijskih pridelkov ... [online], 2017), vendar zaradi nezanimanja pridelovalcev letos ne bo tržnic v Železnikih. Od leta 2011 naprej je bila od marca naprej ob sredah v popoldanskem času v Škofji Loki na voljo tudi ekološka tržnica (Ekološka tržnica ... [online], 2017), vendar sta bili prisotni le dve ekološki kmetiji, pri čemer je na žalost iz obravnavanega območja prisotna le ena (Dražgoše – Železniki). Tudi datumov za (eko)tržnice v letu 2017 na spletu ni objavljenih.

Trženje EPH v Poljanski in Selški dolini ni veliko, uspelo nam je ugotoviti, da je v Škofji Loki (večje mesto) malenkost boljše. Prodaja kljub zgoraj omenjenim tržnicam najpogosteje poteka neposredno na kmetijah, tudi pri prvih dveh projektih so pri tržnih izdelkih na spletu navedeni kontaktni podatki pridelovalcev, kar pomeni, da jih je za določen nakup potrebno predhodno kontaktirati in prodaja resnično najpogosteje poteka neposredno na kmetijah.

Razloge za manjšo prodajo in nakup na obeh straneh anketirancev smo že podali v prejšnjih poglavjih, tukaj bomo obravnavali le predloge potrošnikov o izboljšavi prodajnih možnosti (Anketa 2).

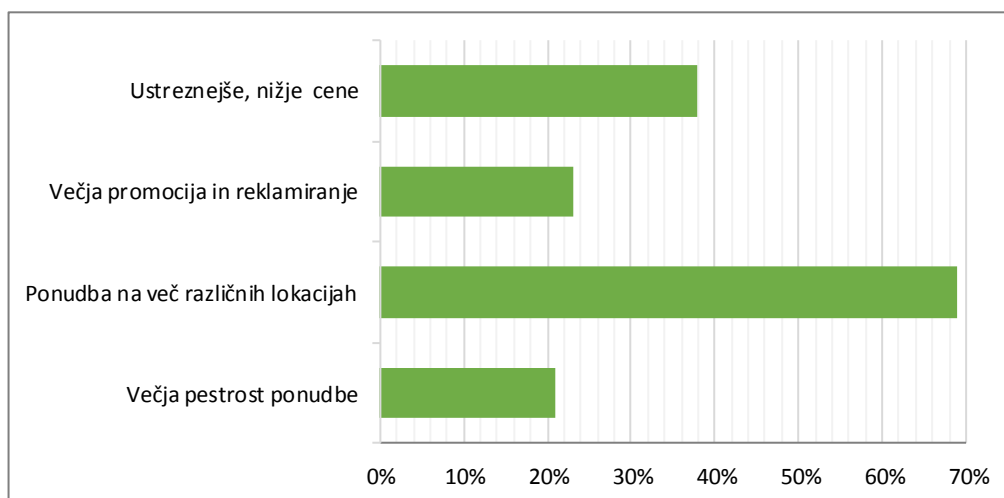
3.1.2. Predlogi potrošnikov o izboljšavi prodajnih možnosti

Prodaja EPH na izbranem območju ni pogosta, saj je pri večini ekoloških kmetij pridelava predvsem ZLU. Manjše količine običajno na domu prodajajo le znancem in nekaterim stalnim strankam.

Na splošno nakupi EPH tudi pri potrošnikih niso redni. K temu največ pripomore zadovoljiva lastna pridelava, v anketi pa smo preverili, na kakšen način bi kupci trženje

EPH vseeno povečali. Različne predloge smo v anketi podali sami, potrošniki so lahko izbrali več odgovorov.

Graf 19: Predlogi o možnostih izboljšave trženja EPH



Vir: Anketa 2, 2016

Najmanjši delež odgovorov o možnostih izboljšave trženja je bil podan pri večji pestrosti ponudbe (nekaj več kot petina anketirancev). Zaradi OMD kmetje poizkušajo pridelati čim več različnih pridelkov, ki jim omogočajo samooskrbo lastnih gospodinjstev. Nekaterih pridelkov imajo več in jih lahko prodajo, vendar je pestrost manjša, zaradi netržne usmerjenosti dejavnik vseeno ni preveč očiten. Monokulturna pridelava je namreč značilnejša le za tržno usmerjene kmetije, vendar teh na izbranem območju ni veliko.

S slabo četrtino odgovorov je bila za pestrostjo omenjena možnost večje promocije in reklamiranja. Tudi pri tem ima velik vpliv pridelava za lastno uporabo, saj omejuje prodajo EPH. Posledično tudi oglaševanje ni veliko.

Še bolj je za njima s slabima dvema petinama odgovorov (38 %) zaželena cenovna ureditev pri prodaji pridelkov. Potrošniki si želijo ustrežnejše, nižje cene, rezultat je popolnoma isti kot pri vprašanju o primernosti cen EPH, kjer se istemu deležu kupcev slednje zdijo previsoke in si želijo nižje. To bi mogoče pripeljalo do pogostejšega nakupa, vendar razlika zagotovo ne bi bila velika.

Po mnenju nekaj manj kot treh četrtin (0,69) potrošnikov, bi k izboljšanju trženja EPH najbolj pripomogla ponudba izdelkov na več različnih prodajnih mestih. Pri tem so sicer mnenja potrošnikov in pridelovalcev nekoliko nasprotna, glavni razlog so ponovno naravno geografske razmere.

Pridelava zaradi OMD na izbranem območju (razen manjših količin) ni tržno usmerjena, tudi povpraševanje potrošnikov ni dovolj veliko (čeprav vedno večje), da bi se zaradi njih kmetje pridelavo trudili povečati. Zaradi oddaljenosti kmetij od večjih krajev kupci raje pridelke poiščejo na manj oddaljenih prodajnih mestih (tudi boljša infrastruktura), kar dodatno zmanjša prodajo EPH. Kljub manjšemu številu ekološko usmerjenih kupcev bi bila njihova želja, poleg nakupov neposredno na kmetiji, njihove pridelke nakupiti tudi na bližnjih tržnicah in v manjših lokalnih trgovinah.

3.1.3. Oglaševanje prodaje EPH

Pri promociji oz. tržnemu komuniciranju med pridelovalci in potrošniki smo že spregovorili o pospeševanju prodaje in osebni prodaji, od treh obravnavanih področij nam je torej ostalo le še oglaševanje, ki ima na povečanje in pospeševanje prodaje vedno večji vpliv.

Oglaševanje prodaje EPH in s tem promocijo pozitivnih vplivov ekološkega kmetijstva na okolje lahko danes spremljamo povsod okrog sebe. V preteklosti je bilo najpogostejše oglaševanje ustno, s pomočjo strank, deljenje plakatov, letakov ali zapiskov. Danes postaja večji način oglaševanje prek različnih medijev (radio, televizija, revije in časopisi), najpomembnejši med njimi je postal internet, ki so ga pridelovalci pozitivno uporabili za večjo povezanost s potrošniki. Poleg naštetih so pomembne tudi predstavitve, degustacije ... ob posebnih prireditvah (Črv B., 2004, str. 12).

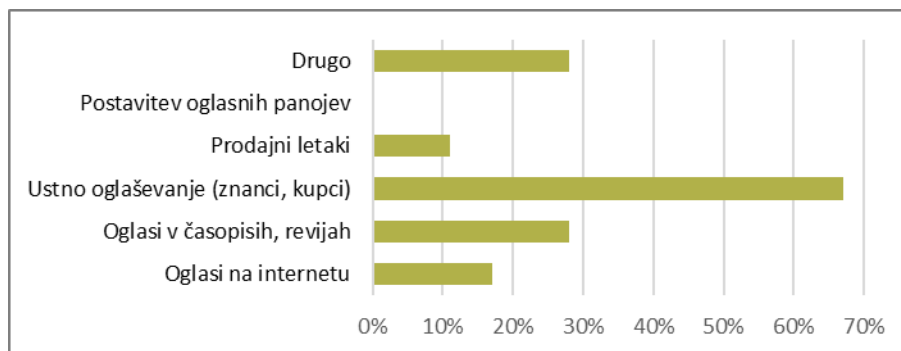
Kljub ekološki pridelavi predvsem za lastno uporabo na izbranem območju nas je vseeno zanimalo, na kakšen način svojo prodajo oglašujejo vsaj delno tržno usmerjeni pridelovalci. Vsak anketiranec je lahko izbral več različnih načinov oglaševanja, ki jih uporablja. Končni rezultat je pokazal, kateri način je na izbranem območju najpomembnejši.

Iz rezultatov je razvidno, da nihče od pridelovalcev ne postavlja več oglasnih panojev, kar je najbrž vpliv premajhne pridelave, način oglaševanja je staromodni in zaradi možnosti oglaševanja prek različnih javnih medijev tudi manj pomemben. Vendar bi bil po našem mnenju zaradi večjega števila turistov vseeno primeren.

Njihove destinacije so običajno manj poseljen hribovit svet v Poljanski in Selški dolini, kjer se ekološke kmetije nahajajo. Potrošniki bi lahko na svojih izletih ali počitnicah prišli do kakovostne, lokalno pridelane hrane, vsaj za pokušino. Pridelovalci, ki niso tržno usmerjeni, bi s tem imeli dodatno možnost občasno prodati presežke lastnih pridelkov in izdelkov.

Manj kot tretjina anketirancev je za odgovor podala možnost drugo, vendar so poleg tistih, ki prodaje ne oglašujejo (pridelki/izdelki niso naprodaj), tudi tisti, ki prodajo oglašujejo prek različnih televizijskih in radijskih oddaj ali s pomočjo kmetijske zadruge.

Graf 20: Oglaševanje prodaje EPH na anketiranih kmetijah



Vir: Anketa 1, 2016

Tudi deljenje prodajnih letakov danes ni več pogost način oglaševanja, a ga kljub temu poleg drugih načinov uporablja desetina anketirancev. Presenetljivo je dejstvo, da kljub razširjenosti in vsakodnevni uporabi interneta tovrstno oglaševanje uporablja le slaba petina (le 9 pridelovalcev), mogoče zaradi netržne pridelave.

Slaba tretjina anketirancev prodajo oglašuje z oglasi v časopisih in revijah, pričakovano je bilo, da je najpogostejši način še vedno ustno oglaševanje, ki ga je potrdilo več kot dve tretjini kmetov.

Redne in občasne stranke svojo dobro izkušnjo z nakupom vedno s pohvalami širijo naprej, s čimer pridelovalcem dodatno povečajo število strank. V primeru, da z nakupom ali prodajo niso bili zadovoljni, lahko tudi slednje med pogovori posredujejo naprej drugim možnim strankam, kar lahko pomeni manjše število kupcev in zato slabšo prodajo pri določenem pridelovalcu. Ta težava je sicer še večja pri tržno usmerjenih kmetijah.

3.2. POTRDITEV HIPOTEZ

Med opravljanjem raziskav in pisanjem naloge smo prišli do različnih zaključnih rezultatov in ugotovitev, s katerimi smo v celoti ali vsaj delno potrdili svoje zastavljene hipoteze o ekološkem kmetijstvu, pridelavi in prodaji ekoloških pridelkov ali izdelkov v Poljanski in Selški dolini (tudi Škofji Loki).

Hipoteza 1: Na izbranem območju je prisotno majhno število tržno usmerjenih družinskih kmetij (tako konvencionalnih kot tudi ekoloških).

Analiza statističnih podatkov je pokazala, da je bilo leta 2010 na proučevanem območju štirih občin skupno 1600 kmetijskih gospodarstev, pri čemer se jih je s pretežno pridelavo za prodajo ukvarjalo skoraj polovica (785 oziroma 49 % vseh) (SURS [online], 2017). Njihovo število je nekoliko večje v občini Škofja Loka.

Glede na uporabljene podatke o ekoloških kmetijah iz leta 2015 (pet let razlike, zato rezultat ni popolnoma natančen) je bilo slednjih registriranih le slabih 5 % (78 od 1600). Če pogledamo anketne rezultate, se je s tržno pridelavo ukvarjala le petina ekoloških kmetij, vendar smo izvedeli, da presežke pridelkov in izdelkov doma na kmetiji prodaja nekaj več gospodarjev (dobra tretjina).

Ugotavljamo, da lahko prvo hipotezo deloma zavrnilo, saj je delež vseh kmetij, katerih pridelava je namenjena pretežno prodaji razmeroma visok (konvencionalne kmetije), v nadaljevanju pa se del hipoteze potrdi, saj je med manjšimi ekološkimi kmetijami tržna usmerjenost zelo nizka.

Hipoteza 2: Zaradi omejenih možnosti pridelave (območja z omejenimi možnostmi za kmetijsko dejavnost – gorska območja) kmetije večino pridelkov pridelujejo za lastno uporabo, manj za prodajo – pridelek je omejen, izbor kultur manjši in zato je njihova ponudba za trg manj zanimiva).

Drugo hipotezo lahko potrdimo, saj je celotno obravnavano območje uvrščeno v OMD in spada pod gorska območja.

Naravno geografski pogoji tako skoraj polovici anketiranih gospodarjev ekoloških kmetij otežujejo pridelavo in jim omejujejo razširitev v dodatne kmetijske panoge. Razen ekoloških kmetij v Škofji Loki je zato pri vseh ostalih poglavitna panoga živinoreja. Razumljivo je, da več kot dve tretjini ekoloških pridelovalcev (70 %) zelenjavo prideluje le za lastno uporabo. Pridelki prodaji niso namenjeni, čeprav lahko presežke neuradno prodajajo svojim stalnim strankam ali podarijo prijateljem in sorodnikom.

Hipoteza 3: Glavni razlog za pridelavo ekoloških kmetov le za lastno uporabo je poleg naravno geografskih pogojev tudi premajhno povpraševanje kupcev.

Tretjo hipotezo lahko glede na anketne odgovore s strani pridelovalcev in potrošnikov potrdimo. Največji razlog za ohranjanje pridelave le za lastno uporabo na ekoloških kmetijah so zagotovo naravno geografski pogoji. Poleg tega večina prebivalstva (ki so hkrati potrošniki) na proučevanem območju prav tako za lastne potrebe prideluje vsaj manjše količine rastlinskih pridelkov na domačih vrtovih, zaradi tega njihovo povpraševanje po nakupu ni tako veliko kot med potrošniki, ki živijo v večjih mestih.

Kljub temu sta slabi dve tretjini pridelovalcev glede na izkušnje z lastnimi strankami mnenja, da so potrošniki vseeno premalo seznanjeni s ponudbo in prodajo ekoloških pridelkov in izdelkov. Zaradi vse boljše javne informiranosti in tudi izobrazbe je poznavanje pozitivnih lastnosti ekološke hrane vse boljše, zato se zavedajo, da je še vedno najkakovostnejši pridelek tisti, ki ga sami pridelajo doma in katerega način pridelave tudi poznajo.

Hipoteza 4: Potrošniki kljub kakovosti preredko kupujejo ekološko pridelane prehranske izdelke, saj se jim zdi cena previsoka, hkrati pa je tudi ponudba na območju raziskovanja zelo skromna.

Tudi to hipotezo lahko le delno potrdimo.

Kljub samostojni pridelavi nekaterih sezonskih pridelkov doma je slednji še vedno najpogostejši pri skupini sadje in zelenjava, kar pomeni, da se potrošniki kakovosti ekoloških pridelkov dobro zavedajo.

Nakupe najpogosteje opravijo neposredno na kmetijah ali (eko)tržnicah. Pri tem pridelek ni skladiščen, cena pa kljub temu, da je zaradi ekološke pridelave nekoliko višja, ne vsebuje dodatno še trgovskih marž, izplačana je neposredno pridelovalcu. Ustreznejša, nižja nakupna cena je sicer želja več kot tretjinskega deleža potrošnikov (40 %), nekaj več kot dve tretjini kupcev (70 %) je tudi mnenja, da bi bil nakup ekoloških pridelkov vseeno večji, če bi bila prodajna ponudba na več različnih lokacijah. S tem potrošniki za nakup živil ne bi opravljali daljših poti.

Zaključimo lahko, da je pridelava na ekoloških kmetijah Poljanske in Selške doline ter Škofje Loke le delno tržno usmerjena (večina ZLU), potrošniki tovrstne pridelke kupujejo le občasno (možna lastna pridelava na domu), vendar pa je oglaševanje vseeno premajhno.

Skoraj četrtina anketiranih potrošnikov (23 %) je namreč mnenja, da bi večja promocija in reklamiranje lahko prodajo povečala, saj bi pridelovalci poleg stalnih strank lahko pridobili še kakšno občasno (npr. turizem/gostinstvo ipd. – odvisno od količine pridelka).

Poleg oglaševanja s pomočjo Razvojne agencije Sora in Lokalne akcijske skupine loškega pogorja smo tudi sami mnenja, da je pri današnji razširjenosti različnih medijev (radio, TV, internet ...) oglaševanje z njihovo pomočjo prenizko. Največji delež pridelovalcev (skoraj 70 %) namreč še vedno svojo pridelavo in trženje oglašuje od ust do ust oz. preko dobrega glasu s pomočjo strank in prijateljev. Ker naravno geografski pogoji omejujejo povečanje pridelave, je zaradi nizke tržne usmerjenosti tak način zaenkrat še ustrezen. V primeru dodatnih KZ na primernejših lokacijah, ki bi tržno usmerjenost lahko povečali, bi bilo tudi oglaševanje ponudbe potrebno nadgraditi s pomočjo drugih oglasnih medijev.

4. POVZETEK

V diplomski nalogi smo se v prvem delu osredotočili na ekološko kmetijstvo ter pridelavo in prodajo ekoloških pridelkov in izdelkov, v drugem delu pa odnos potrošnikov do ekoloških pridelkov in izdelkov. Izbrano raziskovalno območje sta bili Poljanska (občini Žiri in Gorenja vas – Poljane) in Selška dolina (občina Železniki), poleg smo vključili tudi Škofjo Loko.

S pomočjo organizacij za kontrolo nad pridelavo in predelavo ekoloških kmetijskih pridelkov oziroma živil in certificiranje teh proizvodov smo izvedeli, da je na območju registriranih 78 ekoloških kmetij, na spletu smo si lahko ogledali njihove certifikate. S kontaktnimi podatki smo dobili tudi možnost za njihovo anketiranje.

Anketiranje smo izvedli tudi med potrošniki, ki nakupujejo ekološke prehranske izdelke. Izbrali smo anketirance različnih starostnih skupin in dobili 52 v celoti izpolnjenih vprašalnikov.

Rezultate, ki smo jih pridobili v obeh anketnih vprašalnikih, smo delno primerjali z rezultati raziskav opravljenih v drugih delih Slovenije (Ljubljana itd.).

Izbrano območje je imenovano tudi Škofjeloško hribovje in leži v južnem delu gorenjske statistične regije (Predalpske pokrajine). Ekološke kmetije so zaradi omejenih možnosti za kmetijsko pridelavo (gorsko območje) večina mešano pridelovalne usmerjene.

Po analizi njihovih spletnih certifikatov in opravljenih anketah smo prišli do podatkov, da je glavna pridelovalna panoga živinoreja, v rastlinski pridelavi prevladuje krompir. Preostalo sezonsko sadje in zelenjava so običajno pridelani za lastno uporabo.

V drugem delu naloge smo izvedeli, da potrošniki med ekološkimi pridelki in izdelki vseeno najpogosteje nakupujejo sezonsko sadje in zelenjavo, kljub temu da so zaradi podeželskega načina življenja (manjša mesta, več naselij, lastni vrtovi ...) ravno pri tem pogosto samooskrbni.

Tako kot je sicer razmeroma nizko število registriranih ekoloških kmetij (delež ekoloških kmetij je 5 % in je enak slovenskemu povprečju), je predvsem zaradi pridelave pridelkov za lastno uporabo (doma prideluje tudi velik del potrošnikov) nizka tudi tržna usmerjenost ekoloških kmetij. Stanje se predvsem v Škofji Loki trudijo izboljšati, poleg različnih projektov v Škofjeloškem hribovju, so uvedli tudi ekološko tržnico.

Poleg naravnogeografskih značilnosti kmetijsko pridelavo otežujejo tudi vremenske razmere, zato so viški pridelave vseeno nizki. Trženje nekaterih pridelkov bi se sicer tudi neposredno na kmetijah s pomočjo turistov in večjega oglaševanja ponudbe lahko nekoliko povečalo. S tem bi pridelovalci dodatno vsaj delno ohranjali ali tudi povečali gospodarnost pridelave na kmetiji.

Pri anketnih vprašanjih (največ v Anketi 1) smo ugotovili, da ekološke kmetije poleg krompirja prodajo veliko živalskih pridelkov (mleko, jajca, suhomesnati izdelki itd.) in rastlinskih predelanih proizvodov (kisló zelje, vložena zelenjava, zelenjavni namazi itd.). Za njimi je prodaja mesa (zaradi samostojne pridelave sezonskih pridelkov pri potrošnikih).

Pridobljeni anketni rezultati v nalogi sicer podajo precej natančno povprečje, ki je značilno za Poljansko in Selško dolino med vsemi kmetijskimi gospodarstvi, ne le ekološkimi. Za še boljše rezultate bi poleg upoštevanja pridelkov, označenih na certifikatih, morali vse ankete med ekološkimi kmeti izvesti terensko, saj bi tako lahko s pomočjo poglobljenih podvprašanj pri nekaterih pridelovalcih prišli do natančnejših rezultatov.

Vseeno ugotavljamo, da je na izbranem območju ekološko kmetijstvo razmeroma slabo zastopano – če primerjamo naše območje s fizično-geografsko primerljivim območjem Zgornje Savinjske doline ipd., pa je slika sploh zelo slaba. Kljub oteženi pridelavi pridelkov bi bili pridelava in prodaja lahko bolj obsežni.

Pomembno pa je, da se tako pridelovalci kot tudi potrošniki vseeno že zavedajo velikega pomena ekološkega kmetijstva za varstvo okolja, kakovost pridelkov in izdelkov ter njihov učinek na zdravje.

5. SUMMARY

In the first part of our thesis, we focused on organic farming, also on production and manners of marketing of organic crops and products. In the second part we researched consumers' attitude towards the same crops and products. The researched area were Poljanska (municipalities Žiri, Gorenja vas – Poljane) and Selška valley (municipality Železniki), we included also the municipality Škofja Loka..

With the help of institutes for inspection and certification in agriculture, we found out that 78 registered organic farms are in selected area. On the web we could take a look at their certificates, their contact information also afforded us the possibility of their survey. The survey was conducted also among consumers who buy organic crops and products. We selected respondents of different age groups and got 52 fully completed questionnaires. The results that we got in both surveys, were partially compared to different finished researches in other parts of Slovenia (Ljubljana etc.).

The other name of selected area is Škofja Loka hills and the place is located in southern part of Gorenjska statistical region (Alpine landscape). Organic farms are because of their location with limited potential for agricultural activities, mostly mixed in the type of production.

The examination of certificates for organic farming of all farms and finished surveys shows, that the main type of production is livestock breeding, in vegetable production potato is dominated. Other seasonal fruit and vegetable are produced mainly for their own use. However, in the second part of thesis we found out, that consumers most often buy seasonal fruit and vegetable, despite the fact that due to the rural way of life (smaller towns, more settlements, private gardens ...) precisely on this field are usually self-sufficient.

The number of registered organic farms is very low, (share in Slovenia is 5 %, the same is in selected area), mainly because of production for own use (farmers and also costumers). Therefore, the market orientation of organic farms is developed weakly. In Škofja Loka, they try to improve this condition with different projects in Škofja Loka hills and with organic market place in town.

In addition to geographical conditions, also weather circumstances make agricultural production difficult, so limits of crops are still low. But anyway, their sale on farms could be better with the help of tourists and better advertising. Producers would also have an opportunity to maintain or even increase economy of production on farms.

With the help of survey questions (at most in survey 1) we found out, that beside potato, farmers also sell many animal products (milk, eggs etc.) and vegetable processed products (sauerkraut, pickled vegetable, spread etc.). Due to the self-sufficiency of seasonal crops of consumers, it is followed by sale of meat.

Obtained survey results give us an average that is typical for both, organic and conventional farming in Poljanska and Selška valley. But we should make all the surveys with farmers on the field,, so with the help of supplementary questions we could get more detailed answers about selling crops.

Anyway, we found out, that organic farming in selected area is relatively poorly represented – comparison of similar physically-geographically condition of our area and Upper Savinja valley etc., shows us a very bad picture. Despite limited potential for agricultural activities, production and sale could be more extensive.

However, it is important for both, producers and consumers, that they are already aware of large meaning of organic farming for environmental protection, the quality of organic crops and products and also their positive effect on health.

6. VIRI IN LITERATURA

- *Analiza stanja ekološkega kmetovanja*. MKGP. Medmrežje: http://www.mkgp.gov.si/si/delovna_podrocja/kmetijstvo/ekolosko_kmetovanje/analiza_stanja_ekoloskega_kmetovanja/ (9. 5. 2017)
- Bavec M. in sod. (2001). *Ekološko kmetijstvo*. Ljubljana, ČZD Kmečki glas.
- Bavec M. in sod. (2009). *Sredstva in smernice za ekološko kmetijstvo*. Maribor, Inštitut za ekološko kmetijstvo FKBP, UM.
- Bednár P., Lampič B. in sod. (2010). *Characteristics of organic food consumers in urban regions of Ljubljana and Ostrava*. Dela – Oddelek za geografijo Filozofske fakultete v Ljubljani, številka 34, str. 23–38.
- *Brevkina svežina*. Medmrežje: <http://brevkinasvezina.blogspot.com/> (14. 6. 2015).
- Cunder T., Rednak M., Zagorc B. (2007). *Slovensko kmetijstvo in podeželje v Evropi, ki se širi in spreminja: Vrednotenje težavnostnih razmer v območjih z omejenimi dejavniki za kmetijsko pridelavo*. Moravske Toplice, Društvo agrarnih ekonomistov Slovenije.
- Črv M. (2004). *Trženje ekoloških pridelkov in živil*. Diplomsko delo. Koper, Fakulteta za management, UP.
- Dimovski V. (2012). Zaključno poročilo o rezultatih CRP – 2012.: *Analiza stanja lokalne oskrbe s hrano v Sloveniji: benchmarking analiza in priporočila*. Ljubljana, Ekonomska fakulteta, UL.
- *Ekološka tržnica v Škofji Loki*. Medmrežje: <http://www.skofja-loka.com/322/view.aspx> (23. 2. 2017)
- *Who buys organic and where they buy it is evolving*. FOODnavigator-USA. Medmrežje: <http://www.foodnavigator-usa.com/Markets/Who-buys-organic-and-where-is-evolving> (25.10.2016)
- Gale Š., SURS: *Svetovni dan hrane 2014*, Medmrežje: <http://www.stat.si/StatWeb/glavnanavigacija/podatki/prikazistaronovico?IdNovice=6578> (7. 2. 2017)
- Godec G. in sod., *Naravoslovje 6: Živa narava – Značilnosti živih bitij*. Medmrežje: <https://eucbeniki.sio.si/nar6/1442/index1.htm211> (29. 11. 2016)
- Hribar A. in Bojnec Š. (2010). *Sodobni izzivi menedžmenta v agroživilstvu: Kaj vpliva na nakup živil v Sloveniji?* Ljubljana, Društvo agrarnih ekonomistov Slovenije.
- Hruste Majcen M. in sod. (2006). *Akcijski načrt razvoja ekološkega kmetijstva v Sloveniji do leta 2015*. Ljubljana, MKGP.
- Kmetijsko gozdarska zbornica Slovenije. *Kmetijstvo Slovenije*. Medmrežje: <http://www.kgzs.si/gv/kmetijstvo.aspx> (9. 2. 2017)
- Kolander A. (2007). *Računovodstvo trgovskega blaga*. Diplomsko delo. Ljubljana, Ekonomska fakulteta, UL.
- Kuhar A. in sod. (2008). *Tržne možnosti in percipirana vrednost kmetijskih in živilskih proizvodov posebne kakovosti*. Domžale, Biotehniška fakulteta, UL.
- Laketić D. (2015), *Promocija oskrbe s kakovostno lokalno hrano v Sloveniji*. Diplomsko delo. Ljubljana, Fakulteta za družbene vede, UL.
- Laughton R. (2013). *Zeleno kmetovanje – Priročnik za ekološko kmetijo ali vrt: Lokalna hrana za lokalne ljudi*. Ljubljana, Založba Ara.
- *Lokalna akcijska skupina loškega pogorja*. Medmrežje: <http://www.las-pogorje.si/Slo/main.asp> (23. 2. 2017)
- *Lokalno trajnostna oskrba in kratke verige*. MKGP. Medmrežje: http://www.mkgp.gov.si/si/delovna_podrocja/promocija_lokalne_hrane/lokalno_pridelana_zelenjava/lokalno_trajnostna_oskrba_in_kratke_verige/ (7. 11. 2016)
- MKGP (2014). *Evidenca dejanske rabe kmetijskih zemljišč I. 2012*. Ljubljana, MKGP
- MKO, ITR idr. (2012). Zaključno poročilo delovne skupine za spremljanje izvajanja akcijskega načrta razvoja ekološkega kmetijstva do leta 2015 (ANEK). Medmrežje: http://www.mkgp.gov.si/fileadmin/mkgp.gov.si/pageuploads/podrocja/Kmetijstvo/Ekološko_kmetijstvo/ANEK_zakljucno_porocilo.pdf (9. 5. 2017)

- Moja tržnica. 2015: *Naravnost do vaših vrat*. Medmrežje: <http://www.mojatrznica.si/mojatrznica/index.html#/shop/id/17/subid/25> (16. 6. 2015)
- *Okusi loškega podeželja*. Medmrežje: <http://olp.skofja-loka.com/> (23. 2. 2017)
- Podgoršek J., Udovč A., Vadnal K. (2010). *Sodobni izzivi menedžmenta v agroživilstvu: Model organiziranja pridelovalcev sveže zelenjave*. Ljubljana, Društvo agrarnih ekonomistov Slovenije.
- Podmenik D. (2012). *Trendi in perspektive ekološkega kmetijstva s poudarkom na Sloveniji in Slovenski Istri*. Ljubljana, Založba Vega.
- Predalpske pokrajine: *Zahodno predalpsko hribovje*. Medmrežje: <http://predalpskepokrajinevsloveniji.splet.arnes.si/zahodno-predalpsko-hribovje/> (6. 4. 2017)
- Pridelano doma. *Dostava domačih pridelkov in izdelkov iz kmetij na vaš dom*. Medmrežje: <http://www.pridelano-doma.si/> (15. 5. 2015)
- Program razvoja podeželja RS 2007–2013, 2014. *O programu razvoja podeželja 2007–2013*. Medmrežje: <https://www.program-podezelja.si/sl/prp-2007-2013/o-programu-razvoja-podezelja-2007-2013> (11. 5. 2017)
- Program razvoja podeželja RS 2014–2020, 2016. *Plačila območjem z naravnimi ali drugimi posebnimi omejitvami*. Medmrežje: <https://www.program-podezelja.si/sl/ukrepi-in-podukrepi-prp-2014-2020/m13-placila-obmocjem-z-naravnimi-ali-drugimi-posebnimi-omejitvami/m13-1-izplacilo-nadomestil-v-gorskih-obmocjih> (5. 4. 2017)
- Račič Ogorevc K., Kuhar A. in Juvančič L. (2010). *Sodobni izzivi menedžmenta v agroživilstvu: Odnos potrošnikov do certificiranih ekoloških živil v Sloveniji*. Ljubljana, Društvo agrarnih ekonomistov Slovenije.
- Radivo M. (2011). *Zdravstvena nega: Prehrana in dietetika, 3. del*. MONUS2. Medmrežje: http://www.mizs.gov.si/fileadmin/mizs.gov.si/pageuploads/podrocje/Strukturni_skladi/Gradiva/MUNUS2/MUNUS2_96_3PrehranaInDietetika.pdf (8. 5. 2017)
- RA Sora d.o.o: Medmrežje: <http://www.ra-sora.si/> (23. 2. 2017)
- RA Sora d.o.o: *Dedek Jaka in Babica Jerca – Naravni izdelki iz škofjeloških hribov*. Medmrežje: <http://babcadedek.ra-sora.si/default.aspx?Tip=1551651&KeyID=193&Naslov=Izdelkiblagovneznamke> (23. 2. 2017)
- RA Sora d.o.o: *Tržnice kmetijskih pridelkov in izdelkov*. Medmrežje: <http://babcadedek.ra-sora.si/default.aspx?Tip=1551651&KeyID=219&Naslov=Trznicekmetijskihpridelkovini izdelkov> (23. 2. 2017)
- *Resolucija o nacionalnem programu o prehrani in telesni dejavnosti za zdravje 2015–2025* (ReNPPTDZ), 2015. Ljubljana.
- Rode J., (2012). *ODLOČITEV ZA EKOLOŠKO KMETIJSTVO: Pomen prave izbire!* Ljubljana, Kmetijsko gozdarska zbornica Slovenije.
- *Shema integrirane pridelave*. MKGP. Medmrežje: http://www.mkgp.gov.si/si/delovna_podrocja/kmetijstvo/integrirana_pridelava/shema_i ntegrirane_pridelave/ (12. 2. 2017)
- Slabe A. (2015). *Razvojni potencial ekološkega kmetijstva v Sloveniji v povezavi z doseganjem trajnostne samooskrbe s hrano. Doktorska disertacija*. Ljubljana, Filozofska fakulteta, UL.
- Slabe A., Lampič B. in ostali. (2010). *Analiza stanja in potencialov za rast ponudbe ekoloških proizvodov v luči doseganja ciljev Akcijskega načrta za razvoj ekološkega kmetijstva v Sloveniji do leta 2015*. Ljubljana, BF – Odd. za zootehniko in Inštitut za trajnostni razvoj.
- *Spletni iskalnik ekoloških certifikatov*. MKGP. Medmrežje: <https://webapl.mkgp.gov.si/bioWeb/informacije.php> (12.1.2016)

- SURS, 2016. *Ekološko kmetijstvo, Slovenija, 2015*. Medmrežje: <http://www.stat.si/StatWeb/prikazi-novico?id=5888&idp=11&headerbar=9> (17. 10. 2016)
- SURS, 2016. *Kmetijska gospodarstva in popis kmetijstva*. Medmrežje: <http://www.stat.si/StatWebArhiv/pregled-podrocja?idp=58&headerbar=9#> (11. 5. 2017)
- SURS, 2016. Podatkovni portal SI-STAT – Demografsko in socialno področje: *Prebivalstvo po starosti in spolu, občine, Slovenija, polletno*. Medmrežje: http://pxweb.stat.si/pxweb/Dialog/varval.asp?ma=05C4002S&ti=&path=../Database/Dem_soc/05_prebivalstvo/10_stevilo_preb/20_05C40_prebivalstvo_obcine/&lang=2 (10. 5. 2017).
- SURS, 2016. Podatkovni portal SI-STAT – Demografsko in socialno področje: *Študentje terciarnega izobraževanja po starosti in spolu, Slovenija, letno*. Medmrežje: http://pxweb.stat.si/pxweb/Dialog/varval.asp?ma=0955002S&ti=&path=../Database/Dem_soc/09_izobrazevanje/08_terciarno_izobraz/01_09550_vpisani_splosno/&lang=2
- SURS, 2016. Podatkovni portal SI-STAT – Splošno: *Teritorialne enote in hišne številke po občinah, Slovenija, letno*. Medmrežje: http://pxweb.stat.si/pxweb/Dialog/varval.asp?ma=0214811S&ti=&path=../Database/Splosno/02_upravna_razdelitev/02148_terit_enote/&lang=2 (10. 5. 2017)
- SURS, 2017. Podatkovni portal SI-STAT – Okolje in naravni viri: *Bilance proizvodnje in porabe za koledarsko leto*. Medmrežje: http://pxweb.stat.si/pxweb/Database/Okolje/15_kmetijstvo_ribistvo/12_prehranske_bilance/02_15635_koled_bilance/02_15635_koled_bilance.asp (11. 1.–21. 1. 2017)
- SURS, 2010. Podatkovni portal SI-STAT – Popis kmetijskih gospodarstev, Slovenija, 2000 in 2010: *Namen kmetijske pridelave po občinah, Slovenija 2010*. Medmrežje: http://pxweb.stat.si/pxweb/database/Kmetijstvo_2010/01_Splosni_pregled/05_15P04_obcine/05_15P04_obcine.asp
- SURS, 2016.
- SURS, 2014. *Struktura kmetijskih gospodarstev, podrobni podatki, Slovenija in statistične regije, 2013 – končni podatki*. SURS. Medmrežje: <http://www.stat.si/StatWeb/glavnanavigacija/podatki/prikazistaronovico?ldNovice=6352> (24. 10. 2016)
- SURS, 2016. *Struktura kmetijskih gospodarstev, Slovenija, 2016*. SURS. Medmrežje: <http://www.stat.si/StatWeb/prikazi-novico?id=6208&idp=11&headerbar=9> (18. 10. 2016)
- SURS, 2015. TERITORIALNI ŠIFRANTI: *Šifranti in karte osnovnih prostorskih enot – Občine (SKTE 5) – Karta*. Medmrežje: http://www.stat.si/dokument/5423/OBCINE_tisk.jpg (10. 5. 2017)
- Udovč A. (2012). *Analiza ovir za učinkovitejše združevanje in povezovanje proizvajalcev kmetijskih proizvodov za skupno trženje*. Ljubljana, Biotehniška fakulteta, UL.
- Urh M. in sod., (2012), *Dejavniki izbire prehrane: študija primera študentov Fakultete za organizacijske vede UM*. Kranj, Fakulteta za organizacijske vede, UM.
- Zakonodaja in predpisi: *Ekološko kmetijstvo*. MKGP. Medmrežje: http://www.mkgp.gov.si/si/zakonodaja_in_dokumenti/veljavni_predpisi/kmetijstvo/ (8. 5. 2017)
- Zavod za zdravstveno zavarovanje Slovenije. 2009. *Zdrava prehrana*. Medmrežje: <https://www.zzs.si/zdravje/zdrava-prehrana.html> (19. 1. 2017)
- Združenje ekoloških pridelovalcev in predelovalcev Deteljica. *Eko zaboječek*. Medmrežje: <http://www.ekodeteljica.si/eko-zabojecek/> (16. 6. 2015)
- *Zeleni zaboječek – dostava ekološke hrane*. Medmrežje: <http://www.zeleni-zabojecek.si/> (17. 6. 2015)

7. PRILOGE

➤ **Anketa 1: PRIDELAVA IN PRODAJA EKOLOŠKIH PRIDELKOV IN IZDELKOV**

1. Od katerega leta naprej ima vaša kmetija status ekološke kmetije v nadzoru?

Kmetija je registrirana od leta _____.

2. V katere kmetijske panoge je kmetija usmerjena?

- a) Živinoreja
- b) Poljedelstvo
- c) Zelenjadarstvo
- d) Sadjarstvo
- e) Mešano

3. Katere izdelke na kmetiji pridelujete? (Možnih več odgovorov)

- a) Krompir
- b) Sadje
- c) Zelenjava
- d) Žito
- e) Mleko
- f) Meso
- g) Jajca
- h) Drugo: _____

3.1. Katere od zgoraj naštetih pridelkov tudi prodajate? (Prosim če lahko naštejete tudi predelane.)

3.2. Kolikšna je letos vaša pridelava v primerjavi s tisto v preteklosti?

- a) Manjša
- b) Enaka
- c) Večja

3.3. kateri dejavniki vam pridelavo olajšajo ali otežujejo? (od 1 – velike težave do 5 – ni težav)

a) Premalo pridelovalnih površin	1	2	3	4	5
b) Naravno geografski pogoji	1	2	3	4	5
c) Vremenski pogoji	1	2	3	4	5
d) Delovna sila	1	2	3	4	5
e) Drugo: _____	1	2	3	4	5

4. Kje najpogosteje prodajate določene ekološke pridelke? (Označite z znakom X.)

Prodajno mesto	Krompir	Sadje	Zelenjava	Žito	Mleko	Meso	Jajca	Drugo
Na kmetiji								
Na (eko)tržnici								
Zadruga								
Manjše trgovine ali trgovske verige								
Šole, vrtci...								
Drugo (Kje?)								

5. Po katerih izdelkih je povpraševanje kupcev največje? (Prosim, če naštejete.)

6. Ali so kupci s prodajo in različnimi ponudbami dobro seznanjeni?

- a) DA
- b) Ne dovolj
- c) NE

7. Ali ste s prodajo izdelkov zadovoljni? Kaj je razlog? (Prosim za pojasnilo.)

8. Na kakšen način oglašujete prodajo ekoloških pridelkov? (Možnih več odgovorov.)

- a) Prek oglasov na internetu
- b) Prek oglasov v časopisih ali revijah
- c) Ustno s pomočjo znancev in kupcev
- d) Z deljenjem prodajnih letakov
- e) S postavitvijo oglasnih panojev
- f) Drugo: _____

PRIDELAVA IN PRODAJA ZELENJAVE (vprašanja 9–15)

9. Koliko zelenjave na kmetiji pridelate?

- a) Premalo za lastne potrebe
- b) Dovolj za lastne potrebe
- c) Dovolj za prodajo

10. Kateri dejavnik vam omogoča / onemogoča večjo pridelavo? (Prosim za opis.)

11. Katere zelenjave pridelate največ? (Naštejte.)

12. Na kakšen način najpogosteje prodajate zelenjavo?

- a) Na kmetiji
- b) Na (eko)tržnici
- c) V zadrugi
- d) V manjših trgovinah ali trgovskih verigah
- e) V šola, vrtcih ...
- f) Drugo: _____

13. Ali kupci podpirajo domačo, ekološko pridelano zelenjavo?

DA NE Premalo

14. Poznate prodajo ekoloških zelenjavnih zabojčkov?

DA NE

15. Ali omogočate prodajo zelenjavnih zabojčkov? (Če je odgovor NE ali Ne več, navedite še razlog.)

DA NE Ne več

Razlog: _____

16. Ali načrtujete na kmetiji razširitev pridelave? (Če je odgovor DA, navedite, v kateri usmeritvi.)

DA NE

Usmeritev: _____

16.1. Ali je povečanje smiselno? (Prosim za opis.)

16.2. Katere omejitve otežujejo povečanje določene usmeritve? (Ocenite, 1 – večja omejitev, 5 – ni omejitve.)

- | | | | | | |
|----------------------------------|---|---|---|---|---|
| a) Premalo pridelovalnih površin | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| b) Naravno geografski pogoji | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| c) Možnosti prodaje | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| d) Pestrost ponudbe | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| e) Prepoznavnost med kupci | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |

17. Identifikacijski podatki anketiranca

Spol	M	Ž	
Leto rojstva	_____		
Izobrazba	Nedokončana OŠ višja/visoka	Dokončana OŠ magisterij/doktorat	SŠ
Upravljanje kmetije	Od leta _____		

10. Identifikacijski podatki anketiranca

Spol	M	Ž	
Leto rojstva	_____		
Izobrazba	Nedokončana OŠ višja/visoka	Dokončana OŠ magisterij/doktorat	SŠ
Kako dolgo kupujete ekološko hrano:	1 leto	1 – 5 let	več kot 5 let
Število družinskih članov:			