

UNIVERZA V LJUBLJANI  
FAKULTETA ZA DRUŽBENE VEDE

Metka Marolt

ANALIZA POTROŠNE DRUŽBE  
ANALIZA POTROŠNJE EKOLOŠKO PRIDELANE  
HRANE

Diplomsko delo

Ljubljana 2004

UNIVERZA V LJUBLJANI  
FAKULTETA ZA DRUŽBENE VEDE

Metka Marolt

Mentorica: izr. prof. dr. Breda Luthar  
Somentorica: asist. dr. Blanka Tivadar

ANALIZA POTROŠNE DRUŽBE  
ANALIZA POTROŠNJE EKOLOŠKO PRIDELANE  
HRANE

Diplomsko delo

Ljubljana 2004

## KAZALO

<b>1. UVOD</b>	<b>4</b>
<b>2. TEORETIČNI DEL: PREGLED LITERATURE</b>	<b>6</b>
2.1 KAJ IN KJE POTROŠNIKI NAKUPUJEJO?	7
2.2 KAKO POGOSTO POTROŠNIKI NAKUPUJEJO?	8
2.3 MOTIVI POTROŠNJE	9
2.4 OVIRE POTROŠNJE	12
2.5 POTROŠNIKOV VIR INFORMACIJ	14
2.6 NAČIN ŽIVLJENJA	14
<b>3. EMPIRIČNI DEL</b>	<b>19</b>
3.1 UVOD	19
3.2 HIPOTEZE	19
3.3 CILJI RAZISKAVE	20
3.4 METODA RAZISKAVE	20
3.5 DEMOGRAFSKE ZNAČILNOSTI UDELEŽENCEV RAZISKAVE	22
3.6 IZSLEDKI	23
3.6.1 »OSKRBA Z EKOLOŠKO PRIDELANO HRANO«	23
3.6.2 »SEZNANITEV Z EKOLOŠKO PRIDELANO HRANO«	25
3.6.3 »OVIRE ZA POTROŠNJO EKOLOŠKO PRIDELANE HRANE«	26
3.6.4 »MOTIVI POTROŠNJE EKOLOŠKO PRIDELANE HRANE«	29
3.6.5 »POTROŠNIŠKI ETNOCENTRIZEM«	33
3.6.6 »SKRB ZA OKOLJE«	34
3.6.7 »ALTERNATIVNE METODE ZDRAVLJENJA«	36
3.6.8 »SVETOVNI NAZOR«	37
<b>4. SKLEP</b>	<b>39</b>
<b>5. VIRI</b>	<b>44</b>

## 1. UVOD

Pozna moderna je svet, ki se bistveno razlikuje od preteklih zgodovinskih obdobj. Je faza v razvoju modernih ustanov, ki jo opredeljuje radikalizacija in globalizacija temeljnih značilnosti moderne. Globalna tveganja so postala tako običajna in neobvladljiva značilnost modernih institucij, da se posamezniki v vsakdanjem življenju ne ukvarjajo s tem, kako bi se jim lahko izognili, ampak so svoje življenje osredotočili na zasebne preživetvene strategije (Lasch v Giddens, 1991: 171). To se kaže predvsem v nenehni »konfrontaciji ljudi z nepričakovanimi posledicami družbenih in individualnih tveganj in v razmišljanju o tem, kako preseči nekatere močno tvegane okvire industrijske modernizacije« (Nastran Ule, 2000: 324). Ena temeljnih značilnosti pozne moderne je težnja k razvoju individualnosti. Ta težnja je »nabolj očitna med mlado generacijo, pri odraslih pa se kaže tudi kot njihova večja pripravljenost za to, da sami poskrbijo za svoje življenje in socialno varnost brez zanašanja na državo in druge institucije« (Nastran Ule, 2000: 58-59). Ljudje, ki so izgubili upanje, da lahko širše družbeno okolje nadzorujejo, se umikajo k zgolj osebnim dejavnostim; duševnemu in telesnemu samoizboljševanju. Ljudje hrepenijo po duševni varnosti in dobremu počutju. Telo postaja torej del refleksivnega projekta samoidentitete. Oblikovanje življenjskega stila tako, da ohranjamo zdravo telo, je postalo normalen del posttradicionalnega družbenega okolja. (Lasch v Giddens, 1991: 171, 178).

Klasični sistem zdravljenja je vedno zahtevnejši, vedno dražji, zato država postavlja tudi vedno večje finančne zahteve državljanom, da na eni strani prispevajo k izjemno hitro naraščajočim stroškom zdravljenja, na drugi pa da ostanejo zdravi čim dalj časa. Še nikoli prej se ni toliko javno razpravljalo o temah, kot so zdravje, zdrava prehrana, zdrav način življenja in skrb za okolje. Napotki državnih in zdravstvenih institucij nalagajo ljudem vedno večjo odgovornost za lastno zdravje in jih poskušajo ozavestiti, kako, na kakšen način čim dlje ohraniti zdravje. Velik del nasvetov za zdravo življenje zajemajo nasveti za prehrano, kar kaže, da velja prehrana po mnenju medicinskih strokovnjakov za pomemben dejavnik zdravja in s tem tudi kakovostnega življenja. Hkrati pa prehranske afere, gensko manipuliranje s hrano in planetarna onesnaženost načenjajo zaupanje posameznikov v konvencionalne metode pridelovanja hrane, ki povzročajo trpljenje živali in zastrupljajo hrano ter ustvarjajo povpraševanje po hrani, ki bi bila pridelana na etični, biološki in "naravni" način. Sočasno se je povečevala in se še naprej krepi zahteva potrošnikov po boljših in vsestranskih

informacijah o sestavinah, prehranski sestavi in zagotovilih o varnosti živil, ki so na trgovskih policah.

Strah pred globalnimi tveganji in z njim povezana poznomoderna osredotočenost na telo, finančna kriza zdravstvenih sistemov in posledično pripisovanje odgovornosti posameznikom za lastno zdravje ter zmanjšano zaupanje ljudi v konvencionalno pridelano hrano ustvarjajo ugodne pogoje za t. i. "na prehrano osredotočene življenjske stile" (ang. food-centered life styles), ki jih oblikujejo vegetarijanstvo, presnojedstvo, makrobiotika in ekološko pridelana hrana, ki je tema moje diplomske naloge.

»Ekološko pridelana hrana je prehrana rastlinskega in živalskega izvora, ki ne vsebuje nobenih ostankov tujih, zlasti kemičnih snovi, predvsem pesticidov, umetnih gnojil, težkih kovin; v živilih živalskega izvora tudi ne sme biti ostankov kemičnih snovi, ki jih dobijo živali s krmo in zdravili, npr. antibiotikov, hormonov itd.«

([http://www.med.over.net/literatura/knjiga\\_prehrana\\_vir\\_zdravja/stran\\_224\\_297\\_hm](http://www.med.over.net/literatura/knjiga_prehrana_vir_zdravja/stran_224_297_hm))

V diplomski nalogi si postavljam naslednja vprašanja, na katera bom poskušala odgovoriti s svojo raziskavo: kakšne so navade ljudi glede oskrbe z ekološko pridelano hrano in okoliščine ter razlogi, ki so jih privedli do njene uporabe. Zanima me tudi, kako je njihov način prehranjevanja povezan z drugimi področji njihovega vsakdanjega življenja, kot so na primer skrb za okolje, alternativne metode zdravljenja in ali se prehranjevanje z ekološko pridelano hrano tudi kako drugače ujema z njihovim svetovnim nazorom in političnim prepričanjem.

## 2. TEORETIČNI DEL: PREGLED LITERATURE

Ekološko pridelana hrana je proizvod kmetijskega sistema, ki se izogiba uporabi umetnih gnojil, pesticidov ter umetnim aditivom v krmi. Nanaša se na proizvod s certifikatom, ki zagotavlja, da hrana ne vsebuje pesticidov, težkih kovin in umetnih gnojil (Riley, 2003). Kmetijske sisteme, ki proizvajajo ekološko pridelano hrano, vodi tudi načelo »gospodarjenja v skladu z naravo«, kar pomeni, da so tla, rastline, živali in človek razumljeni kot enovit sistem, v katerem sklenjeno krožijo hranila (Vodnik po ekoloških kmetijah, 2002). Pri nas je živilo označeno kot ekološko, če pridobi certifikat. Certifikat za neko živilo se izda, če je bilo pridelano brez uporabe genetsko spremenjenih organizmov, če živila niso bila podvržena ionizirajočemu sevanju in če vsebuje najmanj 95 % sestavin kmetijskega izvora iz ekoloških kmetijskih pridelkov. Živilo sme vsebovati največ 5 % sestavin snovi, ki so navedene v Pravilniku o ekološki pridelavi in predelavi kmetijskih pridelkov oziroma živil (Ur. l. RS, št. [31/2001](#), [52/2003](#)), njegova predelava mora biti podvržena kontroli, ob vsem tem pa ga spremljajo dokumenti, ki so v skladu s pravilnikom.

Povpraševanje po ekološko pridelani hrani se je kot posledica vedno večje občutljivosti potrošnikov za zdravstvena in okoljevarstvena vprašanja ter vprašanja glede zaščite živali močno povečalo. Prve kontrolirane ekološke kmetije v Sloveniji so se pojavile leta 1998 in od takrat njihovo število iz leta v leto narašča. Danes predstavljajo ekološke kmetije že 3 % vseh kmetijskih površin v Sloveniji (Vodnik po ekoloških kmetijah, 2002). Eden izmed razlogov, ki lahko pojasni povečano zanimanje za ekološko pridelano hrano, in sem ga že omenila v uvodu, je lahko strah pred konvencionalno hrano. Z antropološkega vidika lahko ta strah pojasnjujemo kot del ambivalentne narave našega srečevanja s hrano. Bojazen in ambivalentnost sta že od nekdaj spremljevalca potencialnih užitek ob uživanju hrane (Fitzgerlad in drugi, 2002). Beardsworth in Keil (1997: 152-153) opisujeta tri temeljna nasprotja, ki pri potrošnikih povzročajo ambivalenten odnos do hrane. Prvo je nasprotje med ugodjem in neugodjem. Tako kot nam lahko hrana na eni strani nudi občutek polnosti in zadovoljstva, nam lahko povzroči telesno neugodje, kot so slabost, prebavne motnje ipd. Drugi paradoks, zdravje/bolezen, temelji na dejstvu, da medtem ko je hrana vir energije in je lahko osnova vitalnosti in zdravju, lahko po drugi strani vsebuje snovi, ki so telesu in zdravju škodljive. Tretji paradoks, življenje/smrt, se razvije iz dejstva, da je hrana absolutno nujna za ohranjanje življenja ljudi, a vodi nujno tudi v smrt živali.

V nadaljevanju naloge bom predstavila nekatere rezultate slovenskih in tujih raziskav o raziskovalnih vprašanjih, ki sem jih izpostavila v uvodu. Za informacije o dosedanjih raziskavah o potrošnji ekološko pridelane hrane v Sloveniji sem se obrnila na Zvezo združenj ekoloških kmetov Slovenije in izvedela, da so leta 2000 izvedli manjšo kvantitativno študijo med potrošniki ekološko pridelane hrane na ljubljanski tržnici. Vprašanja sem zastavila tudi Ministrstvu za kmetijstvo, kjer, žal, nisem dobila odgovora. Kmetijsko gozdarski zavod Maribor ter Združenje ekoloških pridelovalcev in predelovalcev Deteljica iz Celja pa sta mi posredovala podatek, da raziskave, ki bi analizirala potrošnjo ekološko pridelane hrane z vidika potrošnika in ne proizvajalca, do takrat v Sloveniji še niso izvedli. O tovrstnih raziskavah sem se pozanimala tudi pri hipermarketih in nekaterih podjetjih: Mercator Ljubljana, Engro Tuš Celje in Klasje Ljubljana. Posredovali so mi informacije o ekološko pridelanih artiklih, tržne raziskave o potrošnji le-teh pa niso izvedli. Kratko anketo med potrošniki ekološko pridelane hrane, ki so jo izvedli v mesecu maju 2003 tudi na Valu 202, in sicer na ekološki tržnici v Ljubljani, pa sem odkrila sama.

## **2.1 KAJ IN KJE POTROŠNIKI NAKUPUJEJO?**

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

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

84 % angleških potrošnikov, ki nakupuje ekološko pridelano hrano, le-to nakupuje v supermarketih, 34 % potrošnikov nakupuje v kmetijskih trgovinah ali drugih lokalnih trgih, 30 % potrošnikov nakupuje pri prodajalcu ekološko pridelane hrane, 17 % nakupuje v trgovinah z zdravo prehrano, le 1 % pa pri mesarju (London: Marketing Week 1998). Študija na Irskem (Rowan, Coan in Hutchinson, 1996) je med tistimi potrošniki, ki najpogosteje nakupujejo ekološko pridelane proizvode, pokazala, da ti potrošniki najraje nakupujejo svojo hrano v »trgovinah z zdravo prehrano« in ne v običajnih trgovinah.

Slovenski potrošniki nakupujejo na ekološki tržnici v Ljubljani (zaenkrat edini ekološki tržnici v Sloveniji), raziskava (Inštitut za trajnostni razvoj, januar 2002) pa je pokazala, da Slovenci radi nakupujejo tudi v specializiranih trgovinah z zdravo prehrano (67 %). Več kot polovica anketiranih (54 %) nakupuje v večjih supermarketih. 26 % kupcev nakupuje neposredno pri ekoloških kmetih na domu, 20 % kupcev pa se po nakupih odpravi v tujino.

## **2.2 KAKO POGOSTO POTROŠNIKI NAKUPUJEJO?**

Kolikor se je zanimanje za ekološko pridelano hrano skozi leta povečalo in se zdi, da se le-to še vedno povečuje, pa nekatere raziskave kažejo prepad med potrošniki, ki dejansko kupujejo ekološko pridelano hrano, ter tistimi, ki jih to le zanima, pa le-te ne kupujejo oziroma jo kupujejo zelo redko ali samo občasno. Ameriška raziskava (Truninger, 2001) je pokazala, da je med pripravljenostjo potrošnikov in dejanskim nakupom precejšnja razlika. Le nekaj ljudi je takšnih, ki ekološko pridelano hrano kupujejo pogosto. Tudi raziskava na Severnem Irskem je pokazala, da ekološko pridelano hrano redno kupuje le 13 % anketiranih potrošnikov. V ameriški raziskavi se je izkazalo, da ekološko pridelano hrano redno kupuje le 16 % potrošnikov (Gardyn, 2002).

Magnusson in sodelavci (2001) so v raziskavi na Švedskem ugotovili, da je potrošnikov, ki redno kupujejo ekološko pridelano hrano, okrog 20 %. Roddy in sodelavci (1996) so ugotovili, da je rednih kupcev ekološko pridelane hrane kakih 10 %, na Danskem jih je 8 % (Grunter in Kristensen, 1995). Raziskava v Kaliforniji (Jolly, 1991) je pokazala, da je rednih kupcev 23 %, kar je v primerjavi z ostalimi državami precej, odstotek rednih kupcev v Nemčiji pa se je od leta 1984, ko so jih namerili 5 %, povečal na 15 % (von Alvensleben, 1998).



## 2.3 MOTIVI POTROŠNJE

Ekološkega potrošnika lahko definiramo kot potrošnika, na čigar dejanja vpliva skrb za okolje (Shrum, McCarty in Lowrey, 1995). V študiji na bostonskem območju so v raziskavo vključili tiste potrošnike, katerih nakupi hrane so obsegali vsaj 10 % ekološko pridelanih živil. Ugotovili so, da so potrošniki ekološko pridelane hrane pogosteje ženske, ljudje z višjo izobrazbo in višjim dohodkom. Glede starosti pa raziskave kažejo različne rezultate, a večina jih poroča, da so potrošniki ekološko pridelane hrane osebe stare od 20 let naprej. Tudi kupci v slovenski raziskavi so bili različne starosti (med 18 in 69 letom), s povprečno starostjo 44 let. Med kupci so prevladovali ženske in osebe z visoko izobrazbo. Nekatere študije so pokazale, da so ženske bolj ekološko zavedne kot moški (McIntyre in drugi, 1993, Banerjee in McKeage, 1994; oboje po Laroche, Bergeron in Barbaro-Forleo, 2001). Ženske so namreč tiste, ki pogosteje nakupujejo ekološko pridelano hrano, pogosteje so zanjo pripravljene plačati več, pogosteje nakupujejo izdelke, ki so okolju prijazni (reciklirane proizvode). Eden izmed razlogov za spolne razlike, ki so ga našle raziskave (npr. Titterton in sodelavci, 1996; Laroche in drugi, 2001), je materinstvo oziroma prizadevanje mater, da bi svojim otrokom zagotovile čim bolj zdravo prehrano in prihodnost. Drug pomemben razlog pa je ta, da se moški težje navajajo na novosti in se težje odpovejo zakoreninjenim prehranjevalnim navadam. Pri tem pa velja opozoriti, da spolne razlike v potrošnji ekološko pridelane hrane izvirajo predvsem iz tega, da v sodobnih družbah velja hrana in skrb zanjo v zasebnosti za žensko področje. Nobenega razloga ni, da spolnih razlik, ki veljajo pri potrošnji konvencionalne hrane, ne bi našli tudi pri potrošnji ekološko pridelane hrane.

Naslednja skupina motivov izvira iz kolektivizma, ki je ena od pomembnih vrednot ekoloških potrošnikov. Kolektivizem obsega kooperacijo, koristnost za družbo in premislek o ciljnih skupnosti. Kolektivistični ljudje so prijazni do okolja (Laroche, Bergeron in Barbaro-Forleo, 2001). Ti potrošniki skrbijo za svoje odnose z drugimi, kar se prevede v določeno skrb za dobro drugih. Ekološki potrošniki se v primerjavi s konvencionalnimi bolj zavzemajo za dejavnosti, ki promovirajo zdravo življenje in vedenje, ki je okolju prijazno. Nekateri izmed njih so vegetarijanci, veliko pa jih ekološko hrano prideluje samih (Laroche in sodelavci, 2001).

Pri nakupovanju izdelkov so ekološki potrošniki zelo pozorni na informacije o živilu, ki se običajno nahajajo na embalaži živila. Pomembno jim je, da je proizvod lokalnega izvora in da

ima proizvod hranilno vrednost (Williams in Hammit, 2000). Portugalcem, na primer, je izvor ekološko pridelane hrane pomemben kriterij pri odločanju o nakupu tovrstne hrane. Raziskava je pokazala, da preferirajo nacionalne izdelke, pri izboru pa so pozorni tudi na blagovno znamko (Truninger, 2001).

Verjetnost, da bo nek posameznik potrošnik ekološko pridelane hrane, je večja pri ljudeh, ki jim cena ni ključnega pomena pri izboru hrane in pri tistih, ki ne verjamejo, da tudi na ekološki hrani ostajajo sledi pesticidov. Verjetnost, da bo posameznik potrošnik ekološko pridelane hrane, je manjša pri tistih ljudeh, ki se glede informiranja zanašajo na tradicionalne množične medije, kot sta televizija ali radio. Ekološki potrošniki namreč bolj zaupajo tiskanim medijem in pa informacijam, ki jih dobivajo od svojih prijateljev ali znancev kot pa informacijam, ki jih dobivajo preko radia in televizije.

Potrošniki ekološko pridelane hrane so v večjem številu ljudje, ki imajo liberalna politična prepričanja, kar je potrdila bostonska raziskava (Williams in Hammit, 2000). Kar 95 % sodelujočih je izrazilo liberalno politično prepričanje.

Davies in sodelavci (1995 v Squires in sodelavci, 2001) so ugotovili, da se je prioriteta razlogov, zakaj ljudje kupujejo ekološko pridelano hrano, s časom spremenila. Sprva je bilo zdravje najpomembnejši motiv za potrošnjo ekološko pridelane hrane (1989-1990), v kasnejši študiji (1993) pa sta bila oba motiva (zdravje, odnos do okolja) enakovredno pomembna. A številne druge raziskave kot glavni motiv za nakup ekološko pridelane hrane še vedno navajajo skrb za zdravje (Fitzgerald, Campbell in drugi, 2002; Squires, Juric, Cornwell, 2001; Roddy, Cowan in Hutchinson, 1996; Davies, Titterington in Cochrane, 1995). Na tej podlagi bi lahko trdili, da je glavni razlog za nakup ekološko pridelane hrane kljub vsemu bolj posledica osebnih interesov kot pa skrbi do okolja. Študija, ki je bila izvedena na Novi Zelandiji (Fitzgerald, Campbell in drugi, 2002), je pokazala še druge motive, ki so vodili v nakup ekološko pridelane hrane. Takoj za zdravjem so potrošniki najpogosteje omenjali boljši okus hrane, izogibanje strupom, varnost (pred škodljivimi snovmi), podporo skupnosti (skrb za razvoj in zdravo okolje), nostalgijo za »naravnim« življenjem, religiozna oziroma spiritualna prepričanja (propad družbe in sveta zaradi človeka), skrb za okolje, večjo hranilno vrednost hrane in še nekatere druge. Podobne rezultate so dobili na Irskem (Davies, Titterington in Cochrane, 1996), kjer so potrošniki menili, da je ekološka hrana bolj zdrava in hranljiva. Kot motive pa so navedli tudi: neuporabo kemičnih sredstev, da je ekološko

kmetovanje prijaznejše do okolja ter, da imajo ekološko pridelana živila boljši okus. Podobne rezultate so dale tudi številne druge študije (Lavensleben in Altmann, 1987; Dixon in Kolmes, 1987; Kristensen, 1997; Hutchins in Greenhalgh, 1997; Magnusson in drugi, 2001).

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

Ameriška raziskava (Truninger, 2001) je dala podobne rezultate glede motivov za nakup ekološko pridelane hrane. Potrošniki so navajali boljši okus, nostalgijo za vaškim življenjem (proizvedeno doma in tradicionalno), vzpostavljanje ravnovesja v okolju ter skrb za zdravje. Ko so potrošniki opisovali ekološko pridelano hrano, so med pozitivnimi lastnostmi omenjali predvsem pridevnike naravno, pridelano, zdravo, čisto, domača proizvodnja, alternativno ter okusno.

Organizacija Oeffa je na svojih spletnih straneh objavila 12 razlogov, zakaj naj bi potrošnik užival lokalno ekološko pridelano hrano: kot prvi razlog je navedena svežina proizvodov, ker je pri lokalnih proizvodih čas med obiranjem in prodajo krajši kot pri nelokalnih. Polnejši okus je drugi razlog, sledijo mu hranilnost, čistost, spodbujanje lokalnega gospodarstva in regionalnega razvoja, raznovrstnost, varčevanje z energijo, varovanje okolja in dolgoročno manjši stroški pridelave hrane.

Tudi druge študije so pokazale, da je bilo zdravje najpogostejši vzrok temu, da so potrošniki začeli nakupovati ekološko pridelano hrano (von Alvensleben, 1998; Huang, 1996; Torjusen, 1999; Magnusson, 2001). Fitzgerald in drugi (2002) so v izjavah svojih informantov o razlogih za spremembo prehrane odkrili poleg eksplicitnih zdravstvenih motivov tudi implicitne: naraščajoča birokratizacija tveganja v družbi, naraščajoče kulturno sprejemanje koncepta samonadzorovanja kot dolžnosti dobrega državljana, ki želi ostati zdrav (Petersen in Lupton, 1996 v Fitzgerald in drugi, 2002: str. 16) ter naraščajoča nesposobnost trenutne zahodne bio-medicine (Fitzgerald in drugi, 2002).

## 2.4 OVIRE POTROŠNJE

Rezultati raziskav ekoloških potrošnikov, ki so proučevale ovire pri potrošnji ekološko pridelane hrane, so si precej podobni. Potrošniki so kot glavno oviro najpogosteje navajali ceno, torej da je ekološko pridelana hrana v primerjavi s konvencionalno hrano precej draga (Fitzgerald in drugi, 2002; London: Marketing Week, 1998; Gardyn, 2002; Davies in sodelavci, 1995; Gerardine in drugi, 1996; Vindigni in drugi, 2002). Študija na Švedskem je na primer pokazala, da se kar polovica potrošnikov ne odloča za nakup ekološko pridelane hrane prav zaradi visokih cen (Magnusson in ostali, 2001).

Poleg visokih cen ekološko pridelanih živil pa potrošniki ugotavljajo še številne druge ovire. Študija iz Nove Zelandije (Fitzgerald in drugi, 2002) je pokazala, da nakupovanje ekološko pridelane hrane potrošnikom povzroča sitnosti, pritoževali so se nad sezonskostjo hrane, izdatnimi stroški. Nekateri zaradi visokih cen celo zmanjšujejo število obrokov. Nakupovanje ekološko pridelane hrane zahteva predanost in čas (Vindigni, 2002), »ni široko razpoložljiva« (London: Marketing Week, 1998), »nima zadovoljive kvalitete«, nekateri kupci pa so bili enostavno zadovoljni z nakupom konvencionalne hrane (Gerardine in drugi, 1996). Kot enega izmed razlogov za nenakup hrane so navedli tudi pomanjkanje promocije ekološko pridelane hrane. Ameriška raziskava (Gardyn, 2002) je kot tri glavne ovire naštela ceno, odsotnost znanstvenih dokazov, da je ekološko pridelana hrana bolj zdrava, ter pomanjkanje državnih standardov.

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

V maju 2003 so na radiu Val 202 izvedli sobotno akcijo na temo ekološko pridelane hrane, kjer so potrošnike na ekološki tržnici v Ljubljani povprašali po mnenju. Večina potrošnikov je izkazala precejšnjo stopnjo nezaupanja v ekološko pridelane proizvode, navedli pa so različne vzroke: največkrat so izpostavili problem onesnaženosti v Sloveniji, zaradi tega naj bi tako ali tako ne bilo nič ekološkega, omenjali so slabši videz ekološko pridelanih živil ter možnost poneverbe certifikatov. Pojavilo se je tudi mnenje, da brez škropiv hrane dandanes ni mogoče

več pridelovati, pa tudi okus naj ne bi bil bistveno boljši. Skoraj vsi anketirani potrošniki, ki so želeli kupovati ekološko pridelane proizvode, so dejali, da je hrana predraga. To je bilo v primeru, ko sta namišljena prodajalca izdelke prodajala za normalno ceno. Ko sta cene spustila, pa so se nakupovalci v najboljšem primeru čudili nizkim cenam, mnogi so podvomili o ekološki pridelavi prodajanih živil in/ali zahtevali potrdilo, da je hrana resnično ekološko pridelana.

Čeprav so visoke cene pomembna ovira za potrošnjo ekološko pridelane hrane, pa raziskave kažejo, da so nekateri potrošniki pripravljeni za to hrano plačati še več, samo da bi jo dobili. Približno 5 % - 10 % švedskih potrošnikov je za ekološko pridelano hrano pripravljeno plačati več kot za konvencionalno. Drugi avtorji so prišli do podobnih zaključkov (von Alvensleben in Altmann, 1987; Ekelund, 1989; Grunert in Kristensen, 1995; Jolly, 1991, Wandel in Bugge, 1997). Študija, ki so jo izvedli na področju Bostona, je prav tako pokazala, da so ekološki potrošniki res pripravljeni za to hrano plačati več kot za konvencionalno (Williams in Hammit, 2000). Kar 91 % vseh anketiranih potrošnikov ekološko pridelane hrane je bilo pripravljenih plačati več za ekološko pridelano hrano.

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

Slovenski potrošniki ekološko pridelane hrane se strinjajo s trditvijo, da mora biti cena tovrstne hrane višja, vendar jih večina misli, da ta cena ne bi smela preseči cene konvencionalne hrane za več kot 20 % - 30 %. Seveda so različni kupci podali različne predstave o ceni, tako se je še sprejemljiv odstotek višje cene (v primerjavi s konvencionalno) gibal med 20 % - 50 % (Inštitut za trajnostni razvoj Ljubljana, 2002).

Najbrž bi se potrošnja ekološko pridelane hrane znatno povečala, če bi bila cenejša in bolj razpoložljiva. To potrjujejo številne raziskave. Na primer raziskava v Angliji (London: Marketing Week, 1998) je pokazala, da bi jo pogosteje kupilo kar  $\frac{3}{4}$  vprašanih kupcev, če bi bila cenejša, 60 % pa bi jo nakupovalo pogosteje, če bi bila bolj razpoložljiva.

## **2.5 POTROŠNIKOV VIR INFORMACIJ**

Ekološki potrošnik je izjemno dobro informiran in izobražen. Znanje črpa iz različnih virov, predvsem ga zanimajo informacije o varnosti in hranilni vrednosti hrane. Za nakup hrane si vzame čas in mu je predan. Za spoštovanje odločitve o uživanju ekološko pridelane hrane sta potrebni disciplina in samokontrola (Fitzgerlad in drugi, 2002).

Kot je že deloma razvidno iz proučevanja že navedenih motivov, je potrošnja ekološko pridelane hrane v glavnem povezana z zdravjem. Dejstvo je, da se trenutno javno zanimanje za zdravstvene teme povečuje. Mnogi se spominjajo ključnega trenutka svoje odločitve, da bodo jedli ekološko pridelano hrano, kot je na primer specifična zdravstvena skrb. Nakup ekološko pridelane hrane je bil pri nekaterih posledica dolgotrajnega nakupovanja pol/pripravljene konvencionalne hrane. Potrošniki so med razlogi omenjali tudi pobude sorodnikov, prijateljev in znancev, ki so spremenili prehrano pred njimi ter številne medijske vire - časopise, revije, televizijo (Fitzgerald, Campbell, Sly in Finlay, 2002). Le 18 % potrošnikov iz okolice Bostona je navedlo televizijo in radio kot najbolj pomembna vira informacij glede varnosti hrane (v primerjavi s konvencionalnimi kupci, ki so oba medija izbrali v obsegu 40 %). Najpogostejši vir informacij so tako revije ali časopisi, sledijo jim družina ali prijatelji, etikete proizvodov in izobraževanje v šolah (Williams in Hammit, 2000).

Rezultati kažejo (Shrum, McCarty in Lowrey, 1995), da potrošnika ekološko pridelane hrane zanimajo novi proizvodi, potrošnik je aktiven iskalec informacij in se z drugimi pogovarja o ekoloških proizvodih. Hkrati je previden nakupovalec, ni nagnjen k impulzivnemu kupovanju in je pozoren na malenkosti. Takšni potrošniki sami sebe vidijo kot mnenjske voditelje in so lahko prenašalci informacij, ki jih spoštujejo tudi drugi potrošniki. Ekološki potrošniki (v primerjavi s konvencionalnimi) imajo lastno znanje o metodah ekološkega pridelovanja hrane. Bolj so skeptični do agencij za regulacijo ekoloških proizvodov, imajo pa pozitiven odnos do proizvodnih metod.

## **2.6 NAČIN ŽIVLJENJA**

Odločitev za ekološko pridelano hrano za potrošnike ni izolirana navada, ampak postane del obsežnega idejnega projekta, diskusije o zdravem načinu življenja, del kulturnega repertoarja,

telesnih in dnevnih praks – sprejetje ekološko pridelane hrane postane način, kako živeti življenje. Dolgotrajna vpletenost v potrošnjo ekološko pridelane hrane je povezana s specifično življenjsko spremembo, v kateri se skrivajo številni razlogi za uživanje te hrane (Fitzgerald in drugi, 2002).

Ekološki potrošniki imajo pogosto specifično predstavo o prednostih ekološko pridelane hrane. Verjamejo, da s konzumiranjem ekološko pridelane hrane bolj varujejo lastno zdravje, da ima takšna hrana milejše posledice za okolje in je hranljivejša kot konvencionalna hrana. Ampak trenutno še ni znanstvenih dokazov, da ta prepričanja res veljajo.

Potrošnja ekološko pridelane hrane je lahko odraz nostalgije po nekdanjem "naravnem" življenju. V Novozelandski študiji so ugotovili, da so potrošniki biološko hrano pogosto povezovali z naravo, avtentičnostjo, tradicionalnostjo, močjo in čistoto. Za konvencionalno hrano pa so menili, da kontaminira njihovo telo. Skoraj polovica potrošnikov je skrbela za svoje telo na način, da so dobro poznali kvaliteto svoje hrane, ki so jo uživali (Fitzgerald in drugi, 2002).

Raziskave so pokazale, da so ekološki potrošniki bolj zavedni tudi v odnosu do okolja. Intenzivneje se vključujejo v razne aktivnosti, ki zajemajo prijazno vedenje do okolja. V primerjavi s konvencionalnimi potrošniki potrošniki ekološko pridelane hrane bolj verjetno ne kadijo, se privežejo med vožnjo in so vegetarijanci (Williams in Hammit, 2000).

Za organske potrošnike se zdi, da razvijejo indikatorje »zelenosti«, ki so: znanje o bioloških temah, odnos do varovanja okolja in ekološko nakupovanje, recikliranje ter ekološko vedenje v splošnem. Potrošniki svoje skrbi za okolje izražajo z aktivnim vključevanjem v okolju prijazne aktivnosti (Titterington, Davies in Cochrane, 1995-1996).

Raziskava na Portugalskem je pokazala naraščajočo tendenco k povečanju potrošniškega zavedanja in spreminjanja življenja k okolju prijaznejšim aktivnostim. V javnosti se skrb za okolje povečuje. Potrošniki so predani ekološkim vrednotam, kar se kaže tudi med mladimi potrošniki ekološko pridelane hrane (Truninger, 2001). Eden izmed načinov, kako skrbeti za okolje, je nakup okolju prijaznejšega detergenta in čistil, veliko pa je takšnih, ki reciklirajo svoje smeti. Kar 32 % ekoloških potrošnikov, ki živijo v območju Bostona, je zavrnilo, da pripadajo okoljevarstveni organizaciji.

Večina potrošnikov v neki ameriški raziskavi (Laroche in drugi, 2001) se zaveda, da ima njihovo nakupno vedenje neposreden vpliv na mnogo ekoloških problemov. Ena izmed številnih dejavnosti, ki kaže na njihovo skrb za okolje, je nakupovanje ekološko pridelanih živil. Skrben odnos do okolja je pomemben tako za njih kot za družbo, v kateri živijo. Od drugih, manj zavednih oziroma tistih, ki so mnenja, da je skrb za okolje delo vlade, jih razlikuje predvsem dejstvo, da verjamejo, da lahko sami s svojim ekološkim vedenjem vplivajo na varovanje svojega okolja. Za okolje skrbijo na različne načine: reciklirajo, kupujejo proizvode v recikliranih embalažah, nakupujejo izključno ekološke proizvode, poleg živil na primer detergente z nizko vsebnostjo fosfatov. Potrošniki skrbijo za svoj odnos z drugimi, kar privede do določene skrbi za dobrobit drugih.

Raziskava na Kitajskem (Chan, 1999) je pokazala, da je stopnja ekološke zavesti med ljudmi še vedno precej nizka (v primerjavi z drugimi študijami), kar pa ne zanika njihovega močnega pozitivnega odnosa do okolja. Na Kitajskem je okolju prijazen odnos plod večtisočletne tradicije in rezultati raziskave so pokazali, da znanje o okolju ne vpliva na potrošnikovo vedenje do okolja. Za okolju prijazne izdelke so pripravljeni plačati več, sami pa se tudi vključujejo v različne okoljevarstvene aktivnosti.

Tudi na Severnem Irskem se potrošniki zavedajo problema onesnaževanja okolja (Titterington in drugi, 1996). Namen študije je bil ugotoviti, v kolikšni meri potrošniki izvajajo ekološke dejavnosti. Rezultati so pokazali, da je med najbolj popularnimi oblikami ekološke dejavnosti povečana uporaba neosvinčenega bencina. Kot glavni razlog za povečano uporabo neosvinčenega bencina so potrošniki navedli skrb za okolje, na drugo mesto pa so postavili ceno. 44 % anketiranih je dejalo, da reciklirajo, 19 % teh reciklira redno. Najpogostejše področje recikliranja v mestnih predelih so aluminijaste pločevinke, sledijo pa jim papir in steklo. Ko so proučili navade recikliranja v mestnih in podeželskih predelih, se je vrstni red spremenil: recikliranje stekla je bilo postavljeno na prvo mesto, sledilo pa je recikliranje aluminijastih pločevink in nazadnje papir.

35 % anketiranih je dejalo, da redno nakupujejo okolju prijazna čistilna sredstva. Kar 83 % uporabnikov teh čistilnih sredstev pa le-te uporablja zaradi skrbi za okolje.

Vpletenost v katero koli področje (uporaba neosvinčenega bencina, recikliranje, nakupovanje okolju prijaznih čistil) je posledica ekološkega zavedanja, vendar imajo potrošniki lahko tudi druge motive, kot je na primer skrb za zdravje. Tako imajo potrošniki tudi osebne koristi, ki



pa jih, kot se zdi, nadvlada nesebična potrošnikova odločenost, da doda svoj delež za boljše okolje.

Skrb ekoloških potrošnikov za okolje se povezuje s skrbjo za živali, zlasti za farmske živali. Številne raziskave (Intel, 1996; Bennett, 1996) kažejo, da večino potrošnikov skrbi za dobrobit živali in so pripravljeni plačati več za izboljšanje stanja na tem področju. Raziskava, ki sta jo v Veliki Britaniji izvedla Harper in Makatouni (2002), je pokazala, da potrošnike ekološko pridelane hrane skrbi za to, kako ravnajo z živalmi in v kakšnih prostorih le-te živijo.

Prehranjevanje z ekološko pridelano hrano se še na en način prepleta s posameznikovim načinom življenja. Njegov »alternativni« način prehranjevanja se prepleta tudi z uporabo alternativnih metod zdravljenja.

Ljudje so začeli aktivno sprejemati odgovornost za svoje lastno zdravje. Zato mnogi posegajo po alternativnih in komplementarnih metodah zdravljenja (DeMaye-Caruth, Betty, 2000). Komplementarno in alternativno medicino lahko definiramo kot katero koli zdravljenje, tehnike za samopomoč ali pripomočke, ki jih navadno ne predpišejo zdravniki ali strokovno zdravstveno osebje (Featherstone in drugi, 2003). V današnjem času poznamo že precejšnje število alternativnih metod zdravljenja: kiropraktiko, homeopatijo, akupunkturo, herbalizem, refleksologijo, aromaterapijo, energetske točke v naravi, ayurvedo, reiki in še mnogo drugih.

Eisenberg in drugi (1998) so v pregledu uporabe alternativnih metod zdravljenja v Ameriki ugotovili, da je le-ta v letih 1990-1997 narasla. Tudi druga poročila zunaj ZDA, kot navaja Eisenberg, kažejo, da je alternativna medicina priljubljena v vsem industrializiranem svetu. Odstotek ljudi, ki so v zadnjem letu uporabili katero izmed oblik alternativnega zdravljenja, so na Danskem ocenili na 10 %, 49 % v Avstraliji in 33 % na Finskem. Tudi v Veliki Britaniji in v Evropi nasploh se kaže tendenca visoke uporabe alternativnih metod zdravljenja. Po rezultatih ameriške raziskave (Eisenberg in drugi, 1998) je pogostost uporabe alternativnih metod zdravljenja med 32 % in 54 %. Pogosteje jih uporabljajo ženske kot moški in bolj izobraženi ljudje. Največji porast so opazili pri uporabi zdravilnih rastlin, masaže, obiskov skupin za samopomoč, ljudskih zdravil, zdravljenj z energijo in homeopatijo.

Neka druga ameriška študija (Palinkas in Kabongo, 2000) je dala podobne rezultate: približno 21 % anketiranih pacientov je dejalo, da je uporabilo eno izmed alternativnih metod zdravljenja zaradi nekega obstoječega zdravstvenega problema. Najpogosteje so omenjali obisk pri kiropraktiku, uporabo zeliščnih zdravil in pripomočkov ter masažne terapije. Za uporabo alternativnih metod zdravljenja so se odločili, ker so jim tako svetovali prijatelji ali znanci, drug razlog je bil ta, da so se želili izgoniti stranskim učinkom konvencionalnega zdravljenja ali pa ker jih je le-to »pustilo na cedilu«.

Raziskava na Škotskem (Featherstone in drugi, 2003) je pokazala visoko stopnjo uporabe alternativnih in komplementarnih metod zdravljenja med pacienti, ki se zdravijo v osnovni zdravstveni službi. Kar 71 % anketiranih je dejalo, da so že poskusili eno izmed alternativnih in komplementarnih metod zdravljenja. 48 % teh je preizkusilo vsaj eno alternativno metodo, 64 % pa je zaužilo enega izmed alternativnih in komplementarnih zdravil.

### **3. EMPIRIČNI DEL**

#### **3.1 UVOD**

V nalogi sem najprej naredila pregled obstoječe literature o raziskavah potrošnje ekološko pridelane hrane, o raziskavah glede ekološke aktivnosti potrošnikov ter raziskavah o uporabi alternativnih metod zdravljenja. Teoretičnemu pregledu sledi empirični del, kjer bom predstavila rezultate kvalitativne raziskave, ki sem jo izvedla v mesecu juniju 2003 v obliki treh fokusnih skupin med potrošniki ekološko pridelane hrane.

V svoji raziskavi sem proučevala navade ljudi glede oskrbe z ekološko pridelano hrano in okoliščine ter razloge, ki so jih privedli do njene uporabe. Zanimalo me je tudi, kako je njihov način prehranjevanja povezan z drugimi področji njihovega vsakdanjega življenja: kot so na primer skrb za okolje, alternativne metode zdravljenja in ali se prehranjevanje z ekološko pridelano hrano tudi kako drugače ujema z njihovim svetovnim nazorom in političnim prepričanjem.

#### **3.2 HIPOTEZE**

A: Potrošnja ekološko pridelanih živil je povezana s siceršnjim življenjskim stilom posameznika, z njegovimi vrednotami in svetovnim nazorom.

B: Razlogi za uživanje ekološko pridelanih živil so predvsem zdravstveni, a tudi etični, duhovni in politični.

C. Število žensk pri potrošnji ekološko pridelane hrane je v primerjavi z moškimi potrošniki večje.

D. Potrošniki bolj zaupajo slovenskim ekološko predelanim proizvodom kot pa tujim.

### **3.3 CILJI RAZISKAVE**

Cilj moje raziskave je bil ugotoviti in pojasniti nakupne navade potrošnikov ekološko pridelane hrane, ugotoviti njihove motive za nakup in pojasniti njihovo nakupno vedenje.

### **3.4 METODA RAZISKAVE**

Za raziskovanje ekološko pridelane hrane z vidika potrošnika sem se odločila izvesti kvalitativno raziskavo v obliki fokusnih skupin. Kvalitativni raziskovalni pristop, ki raziskovalcu omogoča vpogled v raznolikost družbenih pojavov, se mi je zdel nujen zaradi velikega pomanjkanja osnovnih podatkov o zastavljenem raziskovalnem problemu v Sloveniji. Za metodo fokusnih skupin sem se odločila predvsem zato, ker omogoča, da na podlagi spontane in sproščene interakcije med udeleženci pogovora, ki si izmenjujejo izkušnje in mnenja o določenem vprašanju, pridejo na dan tudi druga zanimiva področja, ki so pomembno povezana z raziskovalnimi vprašanji.

Pri rekrutiranju posameznikov sem izhajala iz osebnega socialnega omrežja v kombinaciji s tehniko snežene kepe. Z nekaterimi posamezniki sem se srečala na Dnevih zdrave prehrane, ki so se odvijali v Celju 16. in 17. oktobra 2002. V tem času so v Celju predstavljali ekološko pridelano hrano znamke Biodar, tako da sem lahko vzpostavila tudi neposredni stik z nekaterimi od proizvajalcev. Da bi k sodelovanju povabila čim večje število potrošnikov ekološko pridelane hrane, sem na trgovine z ekološko pridelano hrano, natančneje trgovino Biotop v Celju in trgovino Kalček v Ljubljani, nalepila plakate oziroma vabila k sodelovanju v diskusiji o ekološko pridelani hrani. Vabila sem nalepila na vidna mesta pred trgovino in na mesto poleg blagajne, kjer so jih v manjšem formatu lahko vzeli s seboj dva tedna pred določenim terminom. Žal na tak način nisem pridobila nobenega udeleženca, kar morda kaže na še vedno precejšnjo nezaupljivost Slovencev do sodelovanja v raziskavah.

Od približno 30 neposredno kontaktiranih oseb (osebno ali po telefonu) se je za sodelovanje odločilo 16 potrošnikov ekološko pridelane hrane. Raziskava je potekala v obliki treh fokusnih skupin. Vse tri sem izvedla konec meseca junija 2003, in sicer dve v Celju, zaradi večjega števila udeležencev, in eno v Ljubljani.

Pred začetkom diskusije sem zbrala demografske podatke s pomočjo kratkega anketnega vprašalnika. Vsem udeležencem sem pojasnila pravila diskusije, ki je potekala v obliki zastavljenih odprtih vprašanj, o katerih so udeleženci razpravljali. Vse udeležence sem prosila za dovoljenje, da pogovor zaradi natančnejše analize posnamem. Snemanje so dovolili vsi.

Po izvedbi vseh treh fokusnih skupin sem vse tri posnete diskusije dobesedno zapisala. Vsem potrošnikom sem dodelila psevdonime, ki sem jih uporabljala pri analizi, da sem tako lahko zagotovila njihovo anonimnost. Po večkratnem temeljitem pregledu zapisov intervjujev sem lahko določila 8 kategorij, ki v splošnem sledijo vprašanju, ki sem jih postavljala in po katerih sem izpeljala svojo analizo.

#### *»OSKRBA Z EKOLOŠKO PRIDELANO HRANO«*

V prvo kategorijo sem umestila vse podatke, ki so se navezovali na nakupne navade potrošnikov ekološko pridelane hrane: katere izdelke najpogosteje kupujejo, kje jih kupujejo in kako pogosto jih kupujejo. Zanimalo me je tudi, če nakupujejo prav določeno blagovno znamko proizvodov in kako dolgo te izdelke že kupujejo.

#### *»SEZNANITEV Z EKOLOŠKO PRIDELANO HRANO«*

Tokrat me je zanimalo, na kakšen način so se seznanili z ekološko pridelano hrano, prav tako pa sem želela izvedeti, če se prehranjujejo na tak način samo oni ali pa je vsa družina prevzela enake prehranjevalne navade.

#### *»MOTIVI POTROŠNJE EKOLOŠKO PRIDELANE HRANE«*

Spraševala sem po okoliščinah, ki so privedle udeležence fokusnih skupin, da so se odločili uživati ekološko pridelana živila. Želela sem izvedeti tudi ali je do spremembe prišlo spontano ali je bila to morda posledica kritičnega dogodka.

#### *»OVIRE POTROŠNJE EKOLOŠKO PRIDELANE HRANE«*

Poleg motivov, ki nas ženejo v nakup proizvodov, lahko vedno govorimo tudi o ovirah, ki nam nakup preprečujejo. Zanimalo me je, katere ovire vidijo potrošniki ekološko pridelanih živil in ali imajo kakšne pomisleke glede ekološko pridelane hrane.

### *»POTROŠNIŠKI ETNOCENTRIZEM«*

To je kategorija, ki zajema dajanje prednosti slovenskim izdelkom pred uvoženimi. Potrošniški etnocentrizem sem sicer pričakovala, a po njem nisem neposredno vprašala, ker so ga začeli sogovorniki izražati sami od sebe.

### *»SKRB ZA OKOLJE«*

Zanimalo me je, če udeleženci tudi na kakšen drug način skrbijo za okolje, kot je na primer razvrščanje smeti, varčevanje z vodo in elektriko ipd.

### *»ALTERNATIVNE METODE ZDRAVLJENJA«*

Želela sem izvedeti, ali so udeleženci seznanjeni s številnimi metodami alternativnega zdravljenja, koliko jim zaupajo in katere metode uporabljajo.

### *»SVETOVNI NAZOR«*

Ugotoviti sem skušala, kakšen je celosten pogled udeležencev na svet v najširšem političnem smislu. Vprašanje »Kako se vam zdi, da je kupovanje ekološko pridelane hrane povezano z vašim celotnim pogledom na svet, z vašim svetovnim nazorom, političnem prepričanjem?« je bilo za udeležence nekoliko zahtevnejše in ga verjetno nekateri izmed udeležencev niso najbolje razumeli, kljub dodatnemu pojasnilu. Vendar sem precej podatkov za to kategorijo lahko dobila iz odgovorov na druga vprašanja.

## **3. 5 DEMOGRAFSKE ZNAČILNOSTI UDELEŽENCEV RAZISKAVE**

Skupno je sodelovalo 12 žensk in 4 moški, vse tri fokusne skupine pa so imele predstavnika obeh spolov. 8 udeležencev je bilo starih do 35 let, 1 udeleženka je pripadala starostni skupini od 36-45 let, 7 udeležencev pa je pripadalo starostni skupini nad 46 let.

<b>SPOL</b>	
moški	4
ženski	12
<b>STAROST</b>	
do 35 let	8
od 36 do 45 let	1
46 let in več	7
<b>PREBIVALIŠČE</b>	

Celje in okolica	10
Ljubljana in okolica	6
<b>IZOBRAZBA</b>	
4-letna srednja šola	11
2-letna višja šola	0
visoka strokovna šola, fakulteta ali več	5
<b>ZAPOSLOTVENI STATUS</b>	
študent-ka	4
(samo)zaposlen/-a za polni delovni čas	5
(samo)zaposlen/-a za skrajšani delovni čas	2
upokojen/-a	4
brezposelna	1
<b>ŠTEVILO ČLANOV V GOSPODINJSTVU</b>	
živi sam/-a	2
2 člana	3
3 člani	2
4 člani	7
5 članov ali več	2

Vsi udeleženci so izhajali ali iz Celja in okolice (fokusni skupini, ki sta bili izvedeni v Celju) ali iz Ljubljane in okolice (fokusna skupina, ki je bila izvedena v Ljubljani). Večina udeležencev je imelo končano 4-letno srednjo šolo, 5 udeležencev pa visoko strokovno šolo, fakulteto ali pa so imeli višjo stopnjo izobrazbe. 4 so bili študentje, približno polovica jih je bilo zaposlenih za polni ali skrajšani delovni čas, 4 so bili upokojeni in 1 udeleženka je bila brezposelna.

Zanimalo me je tudi, koliko članov šteje gospodinjstvo udeležencev. Približno polovica je živela v gospodinjstvu s štirimi člani, 2 od udeležencev sta živela sama, 3 so živeli s partnerjem, 2 udeleženca sta živela v gospodinjstvu s tremi člani, 2 pa v gospodinjstvu s petimi ali več člani.

### 3. 6 IZSLEDKI

#### 3.6.1 »OSKRBA Z EKOLOŠKO PRIDELANO HRANO«

Udeleženci raziskave so najpogosteje omenjali nakup sadja in zelenjave, kar je tudi razumljivo, saj so ta živila najlažje dosegljiva (tržnica). Druga najpogostejša živila, ki jih

kupujejo potrošniki ekološko pridelane hrane, so mlečni izdelki – jogurti, namazi, siri. Nekoliko manj nakupujejo meso in mesne izdelke, žitarice, moko, našteli pa so še kruh, kosmiče, olje, začimbe, jabolčni sok in razne dodatke k prehrani. Dva izmed udeležencev sta bila tudi lastnika ekološke kmetije in ena izmed njiju je omenila, da nakupuje ekološka semena in sadike.

Kot je razvidno iz rezultatov, potrošniki nakupujejo predvsem tiste izdelke, ki so najlaže dosegljivi. Svojih nakupov ne omejujejo zgolj na sadje in zelenjavo, ampak segajo po številnih raznolikih izdelkih, kar kaže na kar precejšnjo izbiro ekološko pridelanih živil na slovenskem trgu, ki pa so, žal, zelo razpršeni po različnih ponudnikih.

Potrošniki izdelke nakupujejo najpogosteje na ekološki tržnici v Ljubljani in ekoloških stojnicah v Celju, kjer kupujejo predvsem sadje in zelenjavo. Mlečne izdelke kupujejo v trgovinah, precej pa nakupujejo tudi pri kmetih na okoliških ekoloških kmetijah. Udeleženci niso omenjali specifičnih blagovnih znamk, le trije izmed udeležencev so omenili blagovno znamko Biodar, ki je certificirana znamka za ekološka živila v Sloveniji.

Nakupni prostor udeležencev raziskave je logičen, saj so, kar zadeva formalne vire preskrbe ekološko pridelana živila, na voljo zgolj na ekoloških tržnicah po nekaterih mestih v Sloveniji ter v nekaterih večjih trgovinah oz. supermarketih. Nekolikšno prednost pri nakupu imajo tisti potrošniki, ki živijo v bližini ekološke kmetije oziroma so pripravljene za nakup ekološko pridelanih živil vložiti nekaj več truda.

Ugotovila sem, da je s potrošnjo ekološko pridelane hrane povezana tudi visoka stopnja samooskrbe z njo, saj velika večina sogovornikov pridelava zelenjavo na svojih vrtovih, kjer ne uporablja umetnih škropiv in gnojil:

»Js mam srečo, da ma ati kmetijo in ga že tut sama poskušam vedno bol usmerjat k ekološkem kmetovanju. /.../ Mami za sadike na primer, ne uporablja več kuplenih semen, ampak kupuje sadike in semene pr prjatci, ko majo ekološko kmetijo. /.../ Gleda na to, da je čim bl ekološko, da je čim bol naravn, brez umentih gnojil pa to.« (Nina, 24, učiteljica)

Glede na to, da so sadje in zelenjava sezonska živila, me je zanimalo, kakšna je njihova oskrba z ekološko pridelanimi živilimi pozimi, ko se svežih ekoloških živil ne dobi. Dve



udeleženci sta povedali, da sami vlagata brez umetnih konzervansov, medtem ko se ostali glede oskrbe, kadar ni sezone, niso opredelili oziroma so dejali: »kar se pač dobi«.

»Jst tut ulagam doma. Vse, kar ulagam, je brez konzervansov, uporablam samo kis pa sladkor, to je od konzervansov. Največ rdečo peso in kumare pa to. Nikol ne dam nič druga zravna.« (Barbara, 52 let, medicinska sestra).

Na vprašanje, kako dolgo že uživajo ekološko pridelano hrano, je večina udeležencev izpostavila že nekajletno prakso uživanja tovrstne hrane. Težko so govorili o natančnih številkah, se pravi koliko let natančno, nekateri pa so omenjali, da se tako prehranjujejo že približno 10 let.

V Sloveniji se je šele pred nekaj leti začelo govoriti o ekološko pridelanih živilih. Prve kontrolirane ekološke kmetije so se v Sloveniji pojavile šele leta 1998, do danes pa predstavljajo 3 % kmetijskih obdelovalnih površin. Pri nas je pridelava ekološko pridelanih živil (v primerjavi z drugimi državami, kjer je tradicija pridelovanja ekološko pridelanih živil daljša) razmeroma nova dejavnost in od tod izvira tudi moj rezultat.

### *3.6.2 »SEZNANITEV Z EKOLOŠKO PRIDELANO HRANO«*

Raziskava je pokazala, da se ekološko prehranjujejo vsi člani družin udeležencev, vendar pri tem ne gre za hkratno spremembo prehranjevalnih navad vseh članov. Gre za t. i. »spillover« učinek: najprej je potreba po spremembi nastopila pri enem članu družine, postopoma pa so navadam sledili tudi drugi člani. Proces spreminjanja pri drugih članih družine lahko traja tudi več let.

Poglejmo dva primera:

»Js sm se seznanila preko moje mame. /.../ V bistvu ona je raziskovala, js sm pa samo kopirala.« (Neli, 23 let, študentka)

»V študentskih časih smo začel mal razmišlat, da bi blo pametn kej bol zdravo živet. Potem enkrat sem bla precej v Nemčiji in stanovala pr eni gospe, ki je bla usmerjena na ekološko prehrano in sva u glavnem se prehranjevali na zelenjavi, ki jo je ona lastno pridelala oziroma

ona je redno kupovala kruh od raznih bio in tut ostalo hrano. Vedno je bil neoluščen riž na jedilniki in rjavi špageti, k se mi je takrt še zelo čudno zdelo.« (Ana, 38 let, arhivistka)

Tukaj je potrebno poudariti predvsem to, da so praviloma ženske iniciatorke sprememb prehranjevalnih navad. Moški v tem procesu potrebujejo več časa in se tudi težje odpovejo globoko zakoreninjenim navadam.

»Moja punca je vegetarjanka. Me je prosila, mislm, če bom probou, sm reku: 'Ja, zgubit itak nimam kej.' Ta pru sm biu mau proti, ker sem biu doskrat lačn, k je pa meso le meso. Se je blo na začetku težko enmu fajnmu zrezku odpovedat. Po pa ... psihično se je treba ta pru mau prepričat, po pa postane to deu navade.« (Matjaž, 22 let, študent)

Večina udeležencev je povedala, da so se z ekološko hrano seznanili preko družine in prijateljev, znancev ali sodelavcev. Najpogosteje je ženska – mati tista, ki prva spremeni prehranjevalne navade in začne uživati ekološko pridelano hrano. Skrb za zdravje otrok in njihovo prihodnost je pri njih tudi eden izmed glavnih motivov, ki jih pripelje do spremembe navad:

»Js bi mogoče rekla, da sem najprej kot mama začela s tem, potem pa tako počasi, otroka sta se kr nekako prlagajala. /.../ Začela sem razmišlat drugače, ko sem tut mela družino, da bodo moji otroci živeli zdravo in da jih je treba z mejhnega navajat na uživanje zdrave prehrane.« (Zvonka, 42 let, medicinska sestra)

Precej jih prebira literaturo in spremlja razne članke o ekološko pridelani hrani. Potrošniki ekološko pridelane hrane aktivno iščejo dodatne informacije v razpoložljivem tisku in pogosto posegajo tudi po literaturi o zdravem načinu življenja; ena udeleženka je omenila knjigo Dražigosta Pokorna. Mlajši udeleženci uporabljajo kot vir informacij tudi internet.

### *3.6.3 »OVIRE ZA POTROŠNJO EKOLOŠKO PRIDELANE HRANE«*

Udeleženci raziskave so izrazili težnjo po uživanju ekološko pridelane hrane vsak dan, kar pa jim velikokrat onemogoča prav cena. Strinjali so se, da je ta hrana precej draga, kar je glavni

razlog, ki predvsem mlade odvrne od nakupa. Nekateri izmed udeležencev skušajo zaradi visokih cen zmanjšati količino porabe ekološko pridelanega proizvoda:

»Pač kupim manj ... Kaj js vem, to sem opazla zdle pr (javorjevem) sirupu ne, pride steklenička 1600 tolarjev. Potem pač mal paziš ne, man si skladkaš, manj porabiš.« (Nina, 24 let, učiteljica)

»Ko vidiš recimo drago hrano, pa manj kupiš, pa manj poješ, pa vidiš, da ne rabiš tuk, ko si prej ...« (Maja, 51 let, knjigovodkinja)

Visoka cena ekološko pridelanih proizvodov je razumljivo stanje na slovenskem trgu, saj je ponudba in povpraševanje po ekoloških živilih (v primerjavi z ostalimi živili) še vedno majhna, višja pa je tudi dodana vrednost ekološko pridelane hrane, saj naj bi ta hrana bila bolj kvalitetna. Do podobnih ugotovitev so prišli tudi različni avtorji tujih raziskav: Magnusson in ostali, 2001; Fitzgerald, Campbell in drugi, 2002; Združenje ekoloških kmetov Slovenije, 2002; Gardyn, 2002. Potrošniki ekološko pridelanih živil so sicer res pripravljeni plačati nekoliko več za zdrave izdelke, poudarili pa so dejstvo, da bi se cena lahko (vsaj) nekoliko znižala z večjo izpostavljenostjo, to je z večjim in bolj učinkovitim oglaševanjem ekološko pridelane hrane, s čimer bi povišali stopnjo povpraševanja, ponudniki pa bi morali še razširiti ponudbo in poudarjati pozitivne učinke ekološko pridelanih proizvodov.

Moti jih slaba dostopnost ekološko pridelane hrane v Sloveniji. Založenost in izbira v trgovinah je še vedno nekoliko majhna, pa tudi število specializiranih trgovin (trgovin z ekološko pridelano hrano) v Sloveniji ni veliko, zato se morajo potrošniki precej potruditi pri nakupu, kar pove tudi dejstvo, da najbolj resni potrošniki kupujejo tudi pri kmetih na okoliških ekoloških kmetijah.

Omeniti velja tudi, da so med 16 osebami 3 osebe prakticirale alternativne prehranjevalne režime: ena udeleženka je bila makrobiotičarka<sup>1</sup> – vegetarijanka, ena veganka,<sup>2</sup> eden izmed udeležencev pa je bil vegetarijanec.

---

<sup>1</sup> Makrobiotika – nauk o zdravem in dolgem življenju, ki izvira iz tradicionalne kitajske medicine. Makrobiotična prehrana temelji na vegetarijanski usmeritvi, čeprav vsebuje veliko žit, semen, oreškov, stročnic, sadja, zelenjave ter zelo malo mesa in mesnih izdelkov.

[http://med.over.net/literatura/knjiga\\_oprehrana\\_vir\\_zdravja/stran\\_224\\_297.htm](http://med.over.net/literatura/knjiga_oprehrana_vir_zdravja/stran_224_297.htm)

<sup>2</sup> Veganstvo: stroga oblika vegetarijanstva, kjer je dovoljeno uživati samo živila rastlinskega izvora. ([http://med.over.net/literatura/knjiga\\_oprehrana\\_vir\\_zdravja/stran\\_224\\_297.htm](http://med.over.net/literatura/knjiga_oprehrana_vir_zdravja/stran_224_297.htm))

Ostali udeleženci niso izpostavili kakšnih posebnih prehranjevalnih režimov, nekateri so omenjali le zmanjšano uživanje mesnih izdelkov in večje uživanje zelenjave. Prepričani so namreč, da to dvoje pripomore k boljšemu zdravju.

Ena izmed udeleženk je izpostavila problem gostinske ponudbe. Pri nas namreč še ni stalne gostinske ponudbe, ki bi nudila ekološko pridelane jedi. Udeleženci so bili mnenja, da tudi Ministrstvo za kmetijstvo in Ministrstvo za zdravje naredita premalo na področju ekološko pridelane hrane in zdrave prehrane nasploh. Bili so mnenja, da bi bilo nujno potrebno spodbujanje in ozaveščanje ljudi, ki se pomembnosti zdrave prehrane največkrat zavedo šele takrat, ko nastopi bolezen. Strinjali so se, da je ozaveščenost potrošnikov absolutno prenizka, premalo pa so ozaveščeni tudi trgovci.

Eden izmed udeležencev, ki je pridelovalec ekoloških živil, je razmišljal takole:

»Osveščenost potrošnika, to je prvi problem, ki je v naši državi. /.../ najprej se mora predstaviti zdrava prehrana, zdrav način življenja v naših glavah. To je prvo. Osveščenost. /.../ Problem je pa pri trgovcih. Žal v Sloveniji mammo tisto, kar je prav, pradedni kapitalizem, kjer je strogo računica in samo računica, profit /.../ potrošniki so pa tukaj taki bučki, da je bolj pomembno, kakšen je izgled, ne pa kašna je notranjost.« (Janez, 60 let, pridelovalec ekološke hrane)

»Pa še ena zadeva me moti: prodajalci. Oni majo vse skupaj nametano, mehiško hrano, za diabetike, to je vse kar skupaj in sploh ne znajo, sploh niso informirani in to bi moglo enkrat engo strokovnjaka pripelati, da bi jim red naredili, pa razložijo, pol pa majo lahko celi životi to tko.« (Neli, 23 let, študentka)

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

Spoznanje o ovirah, ki jih navajajo potrošniki ekološko pridelane hrane, ni zanimivo samo za znanost, ampak je pomembno tudi za trgovce s to hrano. Namreč, v prihodnosti lahko v Sloveniji pričakujemo povečano ponudbo ekoloških izdelkov na policah velikih trgovskih verig in rezultati raziskave vodijo v domnevo, da bi lahko bila ekonomsko najbolj uspešna tista podjetja, ki bi upoštevala, da se potrošnikom ekološko pridelane hrane ne zdi pomembna samo skrb zase in za svojo družino, ampak tudi za vse, ki so vključeni v prehransko verigo, torej za okolje, živali in za proizvajalce. Posledično bi lahko bila najbolj uspešna tista podjetja, ki si bodo znala ustvariti javno podobo v skupnost usmerjenega in skrbnega trgovca, na primer: z zagotovili malim proizvajalcem, da jim bodo odkupila izdelke, s poštenim plačilom izdelkom, z donacijami in investicijami v slabše razvito slovensko podeželje ipd.

### *3.6.4 »MOTIVI POTROŠNJE EKOLOŠKO PRIDELANE HRANE«*

Ugotovila sem, da uživanje ekološko pridelane hrane ni zgolj partikularna praksa. Ni zgolj prehranjevalna navada, ki bi bila izolirana od posameznikovih navad ali pa njegova kaprica, ampak je način življenja. Pri potrošnji ekološko pridelane hrane ne gre samo za alternativni način prehranjevanja, rezultati raziskave so pokazali, da gre za bolj kompleksen sistem. Lahko bi rekli, da gre za "na prehrano osredotočen življenjski stil", kjer določen alternativni način prehranjevanja kolonizira veliko drugih področij posameznikovega življenja.

Daleč najpogostejši dejavnik opuščanja konvencionalno pridelanih živil, ki sem ga identificirala, so bile različne zdravstvene težave (npr. sladkorna bolezen, povišan holesterol, artritis), a povod za spremembo prehranjevalnih navad niso bile nujno *osebne* zdravstvene težave posameznic oz. posameznikov, lahko je šlo tudi za zdravstvene težave njihovih ožjih družinskih članov.

Poglejmo nekaj primerov:

»Si mal starejši, začneš razmišlat, zavedati se začneš svojega zdravja. Pr men je blo tko, da sem dokaj težko zbolel in potem sem začeu razmišlat, kaj, kje so vzroki, da sem jest dobu 30 zdravil dnevno! Sem si reku, al bom jedu zdravila in nehamo kuhat?! Takrat je bla ena taka prelomnica.« (Janez, 60 let, pridelovalec ekološke hrane)

»Js sm mela pred desetletjem ene zdravstvene težave in sem začela gledat po raznih literaturah pa časopisih in revijah, potem sem prebrala neki knjig, Dražigosta Pokorna, on veliko piše o tem zdravem načinu prehranjevanja. In sem se odločila, da največ, kar lahko storim za sebe, da je prvo to, da spremenim svojo prehrano. Da se začnem tako prehranjevat, da se bo to tudi gotovo poznalo na zdravju.« (Sandra, 56 let, pedagoška delavka)

Tukaj bi rada poudarila, da se vprašanja motivov potrošnje ekološko pridelane hrane nisem lotila naivno in nisem po njih spraševala neposredno. Namesto po vzrokih za uživanje ekološko pridelanih živil, sem sogovornice in sogovornike vprašala po okoliščinah, ki so jih privedle do uporabe ekološko pridelanih živil. Do podobnih rezultatov, da je torej najpogostejši motiv potrošnje ekološko pridelane hrane skrb za zdravje, je prišlo tudi veliko tujih avtorjev: Fitzgerald, Campbell in drugi, 2002; Squires, Juric in Cornwell, 2001; Roddy, Cowan in Hutchinson, 1996; Davies, Titterington in Cochrane, 1995. V študiji, ki so jo izvedli v letu 2002 na ljubljanski tržnici, je bilo zdravje med motivi šele na tretjem mestu. Kot prvega so udeleženci raziskave omenjali nevsebovanje pesticidov in drugih sintetičnih snovi, kar pa ravno tako lahko povežemo z motivom zdravja.

Opazila sem tudi, da so nekateri udeleženci kot povod za spremembo svojih prehranjevalnih navad omenjali tudi psihološke težave, celo depresivne stiske, ki so nastopale skupaj s telesnimi zdravstvenimi težavami (prevelika telesna teža) ali pa samostojno in so jih vodile v razmislek o korenitejših spremembah svojega življenja:

»Ja u bistvu, septembra lani sem mela pač eno tako obdobje, čis konkretno no, s fantom sva šla narazn po zlo dolgem času in sm rekla, da se bom enostaun spremenila in sm začela hujšat tak čis načrtno. Po sm pa začela hujšat pa sn vidla, da se bolj počutm, pa kr sem pojedla velik zelenjave, pa sadja, mlečnih izdelkov, sn rekla: 'Ok to je pa že neki na tem', pa sm jedla (zdravo) vedno bol.« (Nina, 24 let, učiteljica)

»Meni se je zdelo, da če me neki tko moti, da jest recimo zvečer bruham od slabosti, bom neki začela razmišlat, kaj je tisto, kar mi ne ustreza. Men se zdi, js bom takle rekla, da se mi zdaj zdi, da sem hodla po nekem tunelu, in da se mi je šele pol odprlo, tak bom rekla, da sem vidla lepoto sveta. So se stvari izboljšale. Počnem stvari, ko jih nisem počela pri dvajsetih. Recimo rolam. U jahalni tečaj sm šla, plavat sm se naučila, velik stvari. Od 40. leta se je meni življenje spremenilo na bolj.« (Maja, 51 let, knjigovodkinja)

Videti je torej, da motivi za opuščanje konvencionalno pridelanih živil niso najprej politični ali etični, ampak so zdravstveni – šele nato posameznik oz. posameznica svoj novi način prehranjevanja osmisli z motivi kot so: skrb za okolje, skrb za prihodnost njih samih ter njihovih otrok, skrb za živali ter boljše senzorične lastnosti hrane. Vendar pa se lahko v ozadju zdravstvenega motiva lahko skriva še ena možna interpretacija: posamezniki lahko zdravje uporabijo kot priročno opravičilo za druge moralne izbire. Tivadar in Luthar (članek v tisku) menita, da je vsak prehranjevalni režim vedno moralna izbira posameznika. Tako lahko na primer vegetarijanstvo s svojimi različnimi oblikami razumemo kot eno izmed oblik samodiscipline in je osrednjega pomena za samoidentiteto. Navajanje zdravja kot ekskluzivni motiv za, na primer, vegetarijanstvo, lahko torej interpretiramo kot racionalizacijo za posameznikove osebne motive – za nekatere lahko predstavlja poskus, da opravičijo svoj vložek v prehrano, ki ima zanje moralni pomen kot del projekta jaza.

Pri tem se mi zdi zanimivo še nekaj. Potrošniki ekološko pridelanih živil se praviloma z njimi niso začeli hraniti takoj, ko so sklenili spremeniti prehranjevalne navade. Najprej so se začeli prehranjevati bolj v skladu s trenutno veljavno medicinsko doktrino, redkeje so posegali po mesu ali so ga povsem prenehali uživati, povečali so količino sadja in zelenjave, zaužili so manj maščob itn., šele potem so začeli posegati po ekološko pridelanih živilih. Med novimi prehranjevalnimi navadami so omenjali tudi, da namesto belega sladkorja uživajo rjavega, čeprav, kolikor vem, tega uradna medicina ne priporoča.

»Vse konzerve, gremo ven! S sladkorjem smo postopoma – govorim o belem sladkorju – postopoma zniževal. /.../ Tudi jutranja kavica se sladka z medom. Potem, takoj smo se odločil, kje bomo dobil prehrano, to se prau zelenjavo in tako dalje, čim bl čisto. Odločil smo se, kr je u bistvu najbl pomembn, vsaj dva obroka bota sedeča. /.../ Meso: včasih smo mel 70 % - 80 % mesa na jedilniku, k je pač način življenja biu tak, /.../ tega ni več. /.../ Ogromno zelenjave. Putr delamo sami doma.« (Janez, 60 let, pridelovalec ekološke hrane)

»Vegetarjanka sem že dobrih 12 let, ampak se je tut moja prehrana od takrat do zdej zelo spremenila. Najprej sem umaknila meso in nič dodala in sem bla slabokrvna. Potem sem mal začela bol študirat na to, kar jem in pa bolezen v družini, pa tut pol na men, me je pripeljala do tega, da sem se spoznala z makrobiotiko in sem potem umaknila popolnoma vse mlečne zadeve. /.../ Od takrat naprej se zelo zavedam, kaj dajem u sebe« (Neli, 23 let, študentka)

S prehranjevanjem z ekološko pridelano hrano se povezuje tudi potreba po osebnem upravljanju s tveganji, kot je npr. planetarna onesnaženost. Pri tem so udeleženci izrazili dvom o popolni neoporečnosti ekološko pridelane hrane, ki pa je vseeno manj onesnažena kot konvencionalna, ker ne vsebuje še dodanih drugih kemičnih substanc.

»Če pomislim na fabrike, sploh kjer niso čistilne naprave, ko pošiljajo izredno veliko količino strupov ... tk, da ti praktično nič ne pomaga taka bio hrana, ki jo uporabljaš. To je cela Slovenija taka, mogoče je tam na Triglavu gor, ko se ne da več nič pridelati druga ko lišaji, je pol bolj. Nima pa ta hrana tistih umetno dodanih strupov. To je sigurno velika razlika, če ti pošpricaš s tistim strupom. Logika je taka, če tisti črni crkne, mora biti tudi za človeka škodljiv.«  
(Grega, 61 let, zdravnik)

»Da uživaš vsaj tisto, na kar imaš vpliv, če že ne moreš vplivati na kake večje stvari. Zmanjšaš dozo teh strupov, vsaj določene.« (Maja, 51 let, knjigovodkinja)

Poleg dvoma v neoporečnost ekološko pridelanih živil zaradi planetarne onesnaženosti so omenjali tudi afere, ki so v zadnjem času izbruhnile pri nas in v Evropi. Omenili so mlečno afero, vsebnost kloramfenikola v mleku, ter BSE. Bili so mnenja, da so te afere velik indikator, da je, kljub nadzoru, ki se je v teh primerih izkazal za neučinkovitega, hrana še vedno lahko oporečna in da se le težko zanašamo na popolno čistost oziroma varnost hrane, ki jo zaužijemo.

Prav v teh primerih se lepo pokaže individualizacija potrošnika, ki zelo dejavno jemlje odgovornost za svoje zdravje nase. Ljudje se poskušajo globalnim tveganjem (kot sta na primer planetarna onesnaženost in negotova gospodarska prihodnost) izogniti s partikularnimi praksami, kot je skrb za prehrano.

Večina udeležencev je prepričana o izboljšanju svojega počutja in zdravstvenega stanja potem, ko so spremenili prehranjevalne navade. Omenjali so boljšo samopodobo, večjo samozavest, povečano skrb za lastno zdravje in lastno telo. Govorili so o bolj pozitivnem odnosu do sveta in soljudi ter o strpnejšem delovanju v družbi.

»Ja meni se zdi, da če človek zna skrbeti, pa uporablja ekološko prehrano in tudi druge stvari in le zna z okoljem pravilno ravnati, da se navadi neke discipline pri sebi. In če je človek bl



discipliniran, je lahko tut bl strpen do svojega okolja, do svojih kolegov, do svojih prijateljev in če bi vsak vsaj delček u tej smeri pripomogu, se mi zdi, da bi blo tut med ludmi nekako lažje.« (Sandra, 56 let, pedagoška delavka)

### 3.6.5 »POTROŠNIŠKI ETNOCENTRIZEM«

Rezultati raziskave so pokazali, da so potrošniki ekološko pridelane hrane bolj naklonjeni slovenskim proizvodom in jim tudi precej bolj zaupajo. Zdi se jim pomembno, da poznajo izvor hrane, ki jo kupujejo, in celo, da imajo osebni stik s prodajalcem.

Poglejmo primer:

»Ko grem na tržnico, se men nekak zdi, da so že tisti ljudje zaupanja vredni. Zdej ne vem, a sm tok naivna al nism. Pa tut, ko vidš tisto zelenjavo pa sadje. Če pa kupujem recimo pr mojih sorodnikih al pa pr mojmu prjatlu, pa točno vem, kaj tm lahko dobim. /.../ Se mi zdi, da kar js kupm od človeka, da ga pogledam u oči, da vidm, da je to sam prdelu, ker ti bo z enim žarom dau ...« (Lana, 25 let, novinarka)

Pri nekaterih se večje zaupanje v slovenske izdelke povezuje tudi s skrbjo za razvoj slovenskega gospodarstva:

»Js kupujem slovenske izdelke sam zarad tega, ker delam rajš profit slovenski ekonomiji!« (Nina, 24 let, učiteljica)

Strinjali so se, da veliko bolj zaupajo slovenskim proizvodom, saj so menili, da tako vedo, na kakšen način so bili proizvedeni, čeprav ne poznajo proizvodnih postopkov ne v Sloveniji in ne v tujini. Hkrati so sicer menili, da imajo pridelovalci in proizvajalci ekološke hrane v tujini verjetno več izkušenj kot slovenski, kar bi utemeljevalo dajanje prednosti tujim ekološkim proizvodom, vendar pa so na drugi strani verjeli in zaupali v slovenski nadzor in kontrolo ekološko pridelanih živil.

Do podobnih ugotovitev sta prišli tudi Tivadar in Kamin (2003), in sicer da se med potrošniki poraja potreba po pomoči slovenskemu gospodarstvu z nakupovanjem slovenskih izdelkov. Višja stopnja zaupanja v slovenske proizvode je morda tudi posledica posameznikove potrebe

po osebnem samoupravljanju s tveganji, saj verjame, da na tak način ve, na kakšen način je hrana proizvedena in tako lahko zaupa, da je hrana, ki jo zaužije, resnično zdrava.

V ozadju potrošniškega etnocentrizma se morda skriva neofobija, v smislu strahu pred tujimi proizvodi. S pojmom neofobija označujemo strah pred novim, s to razlago pa ne moremo pojasniti, zakaj ljudje raje kupujejo slovenske ekološke izdelke pred tujimi, saj so tudi ti na slovenskem tržišču razmeroma novost. Strah pred ekološkimi izdelki tuje izdelave in blagovne znamke morda lahko pojasnimo s tem, da se je Slovenija, v primerjavi z drugimi državami Evrope, bolje izognila mesnim prehrabnim aferam (potrošniki so omenjali predvsem BSE). Neofobičnost pa lahko poganja tudi mit o neokrnjeni slovenski naravi in posledično manjši onesnaženosti kot v drugih razvitih evropskih državah.

### 3.6.6 »SKRB ZA OKOLJE«

Kot sem že omenila, uživanje ekološko pridelane hrane ni zgolj prehranjevalna navada, ki bi bila izolirana od posameznikovih navad ali pa njegova kaprica, ampak je način življenja. Kako trdno je uživanje ekološko pridelane hrane zasidrano v vsakdanjem življenju, pokaže naslednji citat:

»Če se že o ekološkem načinu življenja pogovarjamo, ne samo kot ekološka prehrana, ampak cel odnos do življenja, da ga gledamo z ekološkega stališča. Pazim tut na vodo, ne, razmišljam o tem, da jo bo mogoče zmanjkalo v naravi. Električna, ki je tudi povezana z vodo ... onesnaževanje narave ... da more bit celotno življenje nekje kompleksno usmerjeno.« (Ana, 38 let, arhivistka)

Udeleženci so govorili o številnih praksah, ki kažejo na visoko stopnjo skrbi za okolje. Skoraj vsi razvrščajo smeti, to se pravi razvrščajo kovine, steklo in papir v še vedno redko postavljene ekološke otoke. Nekateri ločujejo anorganske in organske odpadke, odklanjajo plastično embalažo, varčujejo z vodo in elektriko, mečejo papirčke v koše za smeti in ne na tla, uporabljajo kolo namesto avtomobila, deodorante brez potisnega plina, naravne tkanine (kot sta. npr. lan, bombaž), naravno kozmetiko in naravna čistila (npr. sol, vinski kis) oziroma eno univerzalno čistilo namesto veliko specialnih, in omenjali so tudi, da imajo odgovornejši odnos do hrane, da je ne mečejo stran. To pa tudi zato, ker je precej draga.

Poglejmo nekaj primerov:

»Pr ns smo uporabo najlonk pr naši hiši znižal na minimum, ker se kopuje praktično lan, bombaž, sintetika, če se le da, ne, razn tm k moraš. V trgovini, v lekarni, pa še marsikje odklanjamo plastične vrečke, za to uporabljamo papirnato ali embalažo za večkratno uporabo. Pa še premal se zavedamo tega. In to od mehčalca za perilo (naprej). Jst vam po resnic povem, da je to popolnoma nepotrebna stvar. Največja neumnost se mi zdi reklama za nek mehčalc, k kaže frutirasto brisačo: 'Kako prijetno nežno je, kupite ta mehčalc. To bo dišalo!' To je vse onesnaževanje okolja! Bistvo brisače je, da se sfrotiramo, zato ime frotirka! Z mehko brisačo se ne bomo nikol in nikdar sfrotiral!« (Janez, 60 let, pridelovalec ekološke hrane).

V povezavi s skrbjo do okolja so udeleženci raziskave izrazili tudi skrb za živali. Ne samo v smislu opuščanja mesnih proizvodov, ne strinjajo se tudi z gojenjem živali na velikih farmah in ravnanjem z njimi. Skrb za živali se pri nekaterih kaže tudi pri izbiranju oblačil in obutvi, ki jih kupujejo.

»Zarad ns potrošnikov ... Kuko živali trpijo! Jst priznam, da sem kot človk iz humanega vidika prvič takrt (ko sem zbolel) začel razmišlat, u kakšnih tovarnah se proizvajajo jajca, k jih kupiš u trgovini. U kakšnih tovarnah se proizvaja mleko, u kakšnih tovarnah se proizvaja tako svinjsko kot goveje meso. /.../ Sploh ni primerljiva razlika, kvaliteta, okus ... mesa, ki je ekološko pridelan, kjer se živali prosto pasejo...« (Janez, 60 let, pridelovalec ekološke hrane)

»Se zavedam, da je za vsak par čevljev ena žival umrla in to pač smotrno kupujem, čaprau mam zlo rada čeule ... /.../ Ne nosm pa kakih hlač al pa jakn (iz usnja ali krzna).« (Neli, 23 let, študentka)

Da je prehranjevanje z ekološko pridelano hrano res način življenja, so pokazali zgoraj navedeni rezultati. Skrb za okolje je pojem, ki se vedno pogosteje pojavlja v javnosti in se o njem vedno pogosteje govori. Zavest, da narava in njeni zakladi niso neskončen vir ljudem potrebnih elementov, se počasi preriva v glave agresivnih potrošnikov. Zdi se, da je potrošnja ekološko pridelane hrane trdno povezana s potrošnikovim ekološkim vedenjem tudi drugače. Do podobnih ugotovitev so prišli tudi drugi: Williams in Hammit, 2000; Titterington, Davies in Cochrane, 1995-1996; Truninger, 2001; Laroche in drugi, 2001; Titterington in drugi, 1996.

### 3.6.7 »ALTERNATIVNE METODE ZDRAVLJENJA«

Udeleženci so pokazali visoko stopnjo zanimanja za alternativne metode zdravljenja, le dve udeleženki sta izrazili dvom vanje. Velika večina je že preizkusila katero od alternativnih metod ali jih celo redno uporablja. Najpogosteje so navajali zdravljenje pri bioenergetiku, omenili pa so tudi izpostavljanje energijskim točkam v naravi, akupunkturo, refleksno masažo stopal, meditacijo in avtogeni trening, ajurvedo, reiki, kiroprakso, hojo po žerjavici ter celo zdravljenje s čebeljimi piki. Zaupanje v alternativne metode zdravljenja ponazarja naslednja izjava:

»Jes sn spomnem enkat, da sem bla tok slaba, da še do bioenergetika nism mogla prit iz Domžal do Ljubljane in je reku: 'Bom ti jes pomagu.' Sm rekla: 'Nimam nobenga, da bi me pelu do nega.' K sm pa šla tm mim Kolinske ... mene je začela toplota, prou čutila sm, kok me je začela obliivat, da sm tisto dobr dobila, da sm prpelala do Lublane in sm pršla u peto nadstropje (k bioenergetiku) peš. Pa tko sem bla prej, da tut po časopis nisem upala, tko sm bla slaba prej. Tkole že na daljavo lohk nardi marskej, če je ta prau.« (Sonja, 53 let, referentka)

Intervjuvarka: "Zanima me, ali ste kdaj poskusili zdravljenje z alternativnimi metodami zdravljenja?"

Janez, 60 let, pridelovalec ekološke hrane: "Glejte, da se smejim! Uporabljam! Hvala bogu, jest mam tko od oka ene tri milijone punc (čebel) doma, ki mi prinašajo darove narave. Prenektera mora zato umrt, ker protibolečinske terapije js iz strani uradne medicine praktično ne uporabljam več. Bil sem v takem slabem stanju, da sem celo holesterol inekcije mogu dobivat, pol že morfij, vidte kake roke mam ... (pokaže od artritisa prizadete roke). Če ti roke začne tko krivit, verjemite boli! Ampak dandanes smo situacijo tako saniral s pomočjo čebel ... grem pa prosim, da me pikajo. To je točno določeno, kok žihr, ampak to zelo zelo pomaga."

Zdravljenje z alternativnimi metodami se je razširilo po svetu in po Evropi. To lahko vidimo kot posledico individualizacije skrbi za zdravje. Tuje študije so pokazale, da se zanimanje za alternativne metode zdravljenja povečuje in da se ljudje poslužujejo vedno več različnih alternativnih metod. V Sloveniji še nimamo sistema, ki bi urejal in povezoval osnovno zdravstveno službo z zdravilci, ki uporabljajo alternativne metode. Zanimanje pri nas, kot je

razvidno iz rezultatov, je vsaj med potrošniki ekološko pridelanih živil veliko, saj je večina preizkusila vsaj eno izmed njih. Tukaj se še enkrat potrdi ugotovitev, da je prehranjevanje z ekološko pridelanimi živilni način življenja, saj so le-ti bolj odprti do alternativnih metod zdravljenja in za svoje zdravje skrbijo ne samo z zdravim načinom prehranjevanja. Njihova skrb pa ni samo zdravo telo, ampak skrbijo tudi za zdravo življenjsko okolje.

### 3.6.8 »SVETOVNI NAZOR«

Rezultati raziskave so pokazali, da so prehranjevalne prakse potrošnikov ekološko pridelane hrane tesno povezane z njihovim svetovnim nazorom in filozofijo življenja, ki upravlja njihov način delovanja v družbi.

Naslednji citat dobro pojasni njihov način razmišljanja:

»Pri nas se teži k temu ... k bolj zdravemu načinu življenja. /.../ Pa potem ta filozofija, da je treba živeti zdravo, zdrav način življenja. /.../ ... drgačn odnos do narave in do dela.«  
(Klarisa., 24 let, študentka)

»Ne vem, a sem se rodil s tem, a mam to gensko pogojen al kaj, način razmišljanja je zlo pomembn!« (Janez, 60 let, pridelovalec ekološke hrane)

O sebi menijo, da so bolj povezani z naravo kot drugi, že samo njihov trud za okolje in trud pri iskanju in nakupovanju ekološko pridelanih živil sta dejavnika, ki jih z okoljem trdneje povezujeta. V njihovem vračanju k naravi odseva nostalgija po idilični ruralni preteklosti, kjer naj bi bilo življenje bolj preprosto, predvsem pa počasnejše.

»Mogoče sama vidim, opažam, da se vračam nazaj k naravi. Prej mi je blo vseeno, al se zapiram v stanovanje al sem bla u stavbi notr al kakorkoli, zdej pa opažam, da mi daje neko energijo narava ...« (Zvonka, 42 let, medicinska sestra)

Iz rezultatov raziskave lahko sklepamo, da gre pri potrošnikih ekološko pridelane hrane za koherenten splet različnih področij življenja v smiselno enovitost. V želji do pozitivne spremembe v svojem življenju najprej spremenijo prehrabene navade, skrbneje se vedejo do okolice in ljudi, postanejo samozavestnejši ... Gre za harmonično usklajevanje domnevno

zdravega načina prehranjevanja, vedenja do okolice, miselnosti in ne nazadnje tudi športne aktivnosti:

»Se mi zdi, da se ti res mišljenje spremeni, če ti spremeniš prehrano. To je ...maš res u glavi vse. In se zdi, da človek čisto drugačji zaživi, da ma drugačen odnos do ljudi on do narave in do vsega.« (Sonja, 53 let, referentka)

»Je pa vse pogojeno pa prepleteno med sabo. Si najdeš neki, kjer se sprostiš, pa to povežeš s prehranjevanjem, pa obnašanje u družbi, /.../ da veš, kaj počneš!« (Lana, 25 let, novinarka)

Precej potrošnikov ekološko pridelane hrane verjame v t. i. modrost telesa. Prepričani so, da jim telo na nek način pove, kaj lahko pojejo in kaj je za njihovo telo bolje. Tudi številni drugi raziskovalci so prišli do prepričanja, da ima telo svojo modrost (npr. Lupton, 1996; Keane, 1997; v Kamin in Tivadar, 2003):

»Sigurno je mal zdrave pameti zraven, treba je poslušat tut svoje telo, kaj ti pove. Kar velja za nekoga, mogoče za kakšnga družga ne. Mislim, da je to zelo pomembno.« (Ana, 38 let, arhivistka)

Ena od domnev raziskave je bila tudi, da imajo potrošniki ekološko pridelane hrane tudi podobna politična prepričanja, zlasti sem predvidela levičarsko držo. Raziskave namreč kažejo, da je sprejemanje novih živil (npr. živil iz tujih, eksotičnih kuhinj) ponavadi povezano s posameznikovo odprtostjo za spremembe in tolerantnostjo do različnih načinov življenja in razmišljanja. A ugotovila sem, da udeležencev ni mogoče enotno politično opredeliti. Morda so politično različni tudi zato, ker so prvotni motivi za spremembe njihovih prehranjevalnih navad zdravstveni, ne pa vrednotni.

#### 4. SKLEP

Trend, ki je v ozadju naraščajoče popularnosti ekološko pridelane hrane, je individualizacija. »Individualizacija je širok proces reforme modernih družb, ki vsebuje dinamizacijo in pluralizacijo življenjskih pogojev, življenjskih vzorcev in stilov« (Nastran Ule.: 2000: 322). Posamezniki sprejemajo odgovornost za lastno zdravje in dobro počutje nase. Sposobnost ljudi, da znajo sami poskrbeti zase, zahteva njihovo večjo pripravljenost za sprejemanje tveganih odločitev v vsakdanjem življenju. Nenehna težnja k ravoju individualizacije se kaže tudi v »iskanju identitete in v težnji po obvladovanju pluralnih sebstev v posamezniku« (Nastran Ule: 2000: 19).

Ljudje svoje odnose oblikujejo v skladu s svojimi osebnimi interesi, željami, hotenji in seveda z življenjskim stilom. Na ta način v družbi nenehnih tveganj in izgubi zaupanja v vodilne družbene norme in družbene gotovosti vzpostavljajo nadzor nad lastnim življenjem in življenjskim stilom. Individualizacija je vidna v tem, da potrošniki ekološko pridelane hrane zelo dejavno jemljejo odgovornost za svoje zdravje nase. Velika osredotočenost ljudi na lastno zdravje in telo ni kot pravi Lasch (v Giddens, 1991:171) nič drugega kot zasebna preživetvena strategija, s katero poskušamo iz svojega vsakdanjega življenja izločiti globalna tveganja, kot so na primer: planetarna onesnaženost, negotova gospodarska prihodnost in mnoga druga. Ker menimo, da na družbene razmere ne moremo vplivati, si poskušamo ustvariti občutek, da nadzorujemo svoje življenje tako, da poskušamo nadzorovati svoje telo. Drugi vzrok individualizacije odgovornosti za zdravje pa je v krčenju socialne države. Javni govor o individualni odgovornosti za zdravje se je v Sloveniji začel krepiti od začetka devetdesetih let naprej, ko smo s kapitalizmom državljani začeli izgubljati zdravstvene pravice.

Skupinski pogovori, ki sem jih opravila v obliki treh fokusnih skupin, so potrdili vse štiri hipoteze, ki sem jih postavila v uvodu svoje raziskave. Moji sogovorniki so potrdili hipotezo, da je potrošnja ekološko pridelanih živil povezana s siceršnjim načinom življenja in življenjskim stilom. Vseh 16 udeležencev se, poleg tega, da se prehranjujejo z ekološko pridelanimi živili, aktivno udelestvoje pri varovanju okolja in se zanima za alterantivne metode zdravljenja. Vsi udeleženci so prepričani, da so zaradi sprememb prehranjevalnih navad postali boljši ljudje in da je pomembno, da imajo nadzor nad svojim zdravjem, telesom in

življenjem. Rezultati moje raziskave so precej podobni rezultatom drugih raziskovalcev, ki sem jih predstavila v teoretičnem delu svoje naloge.

Udeleženci raziskave so najpogosteje omenjali nakup sadja in zelenjave, ker so najlažje dostopni med ekološko pridelanimi živili. Druga najpogostejša živila, ki so jih omenjali, so mlečni izdelki (jogurti, siri, namazi), nekoliko manj nakupujejo meso in mesne izdelke, žitarice, moko. Našteli pa so še kruh, kosmiče, olje, začimbe, jabolčni sok in razne dodatke k prehrani. Ena izmed udeleženk, lastnica ekološke kmetije, je omenila še nakup ekoloških semen in sadik.

Ekološko pridelana živila najpogosteje nakupujejo na ekološki tržnici, predvsem sadje in zelenjavo, v večjih trgovinah ali supermarketih, najbolj predani pa nakupujejo tudi na ekoloških kmetijah. Zanimiva je visoka stopnja samooskrbe z ekološko pridelano hrano (pridelovanje sadja in zelenjave brez uporabe umetnih gnojil in škropiv), ki pa je na drugi strani v skladu s siceršnjo visoko stopnjo samooskrbe z zelenjavo v Sloveniji. Dve udeleženci sta omenili tudi, da sami vlagata hrano brez konzervansov in tako rešujeta problem sezonskosti ekološko pridelanega sadja in zelenjave. Ekološko pridelana živila udeleženci večinoma uživajo nekaj let, nekaj pa jih je omenjalo celo 10 let.

Raziskava je pokazala, da se ekološko prehranjujejo vsi člani družin udeležencev. Z ekološko pridelano hrano so se najpogosteje seznanili preko družine in prijateljev, znancev ali sodelavcev. Rezultati raziskave so potrdili tudi hipotezo o tem, da je potrošnja ekološko pridelane hrane »ženski pojav«. V družinah udeležencev raziskave so bile ženske, žene, matere tiste, ki so uvedle tovrstni način prehranjevanja zaradi lastnih zdravstvenih težav ali težav družinskega člana ali pa zaradi skrbi za prihodnost otrok in družine.

Glavna ovira, ki so jo udeleženci raziskave najpogosteje omenili pri oskrbi z ekološko pridelano hrano, je cena. Vsi so se strinjali, da je ta hrana precej draga, kar predvsem odvrča od nakupa mlajše potrošnike ekološko pridelane hrane. Nekateri so omenili, da zaradi visokih cen zmanjšujejo količino porabe živila.

Pri potrošnji ekološko pridelane hrane udeleženci raziskave vidijo, poleg cene, še precejšnje število drugih ovir. Moti jih slaba dostopnost hrane v Sloveniji in slaba založenost oziroma izbira izdelkov po trgovinah. Ena izmed udeleženk je izpostavila problem gostinske ponudbe



(alternativni meni). Udeleženka je bila ena izmed treh, ki so prakticirali alternativne režime prehranjevanja: ena je bila makrobiotičarka - vegetarijanka, ena veganka, udeleženec pa je bil vegetarijanec. Kritizirali so politiko Ministrstva za kmetijstvo in Ministrstva za zdravje, da premalo naredita za področje ekološko pridelane hrane. Strinjali so se, da je nujno potrebno osveščati tako potrošnike kot proizvajalce in prodajalce ekološko pridelane hrane, saj je ozaveščenost obojih pri nas še vedno precej nizka.

Spoznanja o ovirah, ki jih navajajo potrošniki ekološko pridelane hrane, so pomembna za trgovce s hrano. V Sloveniji pričakujemo povečano ponudbo ekoloških izdelkov in najuspešnejša bi lahko bila tista podjetja, ki bi upoštevala, da se potrošnikom ekološko pridelane hrane ne zdi pomembna samo skrb zase in za svojo družino, ampak tudi za vse, ki so vključeni v prehransko verigo, torej za okolje, živali in za proizvajalce.

Rezultati raziskave so pokazali, da je uživanje ekološko pridelane hrane osrednji, celo konstitutivni element posameznikovega življenja in ne zgolj osamljena praksa. Najpogostejši dejavnik opuščanja konvencionalno pridelanih živil, ki sem ga identificirala, so bile različne (osebne) zdravstvene težave (npr. sladkorna bolezen, artritis). Nekateri izmed udeležencev raziskave so omenjali tudi psihične težave in tudi depresivne stiske, ki so nastopile skupaj z drugimi zdravstvenimi težavami (prevelika telesna teža) ali pa samostojno. Le-te so jih vodile v razmislek o korenitejših spremembah v življenju. Večina udeležencev je prepričana o izboljšanju svojega počutja in zdravstvenega stanja potem, ko so spremenili prehranjevalne navade. Omenjali so boljšo samopodobo, večjo samozavest, povečano skrb za lastno zdravje in lastno telo. Govorili so o bolj pozitivnem odnosu do sveta in soljudi ter o strpnejšem delovanju v družbi.

Motivi za opuščanje konvencionalno pridelanih živil so torej najprej zdravstveni, šele nato jih posameznik osmisli z etičnimi ali političnimi motivi, kot so npr. skrb za okolje, skrb za prihodnost njih samih ter njihovih otrok, skrb za živali ter boljše senzorične lastnosti hrane. Potrošniki ekološko pridelanih živil so, preden so se začeli prehranjevati z njimi, najprej začeli opuščati meso ali pa so ga povsem opustili, povečali so količino sadja in zelenjave, zaužili so manj maščob itn., šele potem so začeli posegati po ekološko pridelanih živilih.

Še en rezultat se povezuje z uživanjem ekološko pridelane hrane, in sicer potreba po upravljanju s tveganji, kot je npr. planetarna onesnaženost. Potrošniki so izrazili dvom v

popolno neoporečnost ekološko pridelanih živil, njihovo uživanje pa so pojasnili s tem, da je ekološko pridelana hrana vseeno manj onesnažena, saj ne vsebuje dodatnih umetnih substanc. Poleg dvoma v neoporečnost ekološko pridelanih živil zaradi planetarne onesnaženosti so omenjali tudi afere, ki so v zadnjem času izbruhnile pri nas in v Evropi. Omenili so mlečno afero, vsebnost kloramfenikola v mleku, ter BSE.

Rezultati raziskave so potrdili zadnjo hipotezo, da so potrošniki ekološko pridelane hrane bolj naklonjeni slovenskim proizvodom in jim tudi precej bolj zaupajo. Zdi se jim pomembno, da poznajo izvor hrane, ki jo kupujejo, in da imajo osebni stik s prodajalcem. Pri nekaterih se večje zaupanje v slovenske izdelke povezuje tudi s skrbjo za razvoj slovenskega gospodarstva.

Udeleženci so govorili o številnih praksah, ki kažejo na visoko stopnjo skrbi za okolje. Ta rezultat potrjuje hipotezo, da je prehranjevanje z ekološko pridelano hrano način življenja. Skoraj vsi sortirajo smeti, to se pravi razvrščajo kovine, steklo in papir v ekoloških otokih. Nekateri ločujejo anorganske in organske odpadke, odklanjajo plastično embalažo, varčujejo z vodo in elektriko, mečejo papirčke v koše za smeti in ne na tla, uporabljajo kolo namesto avtomobila, deodorante brez potisnega plina, naravne tkanine (kot sta npr. lan, bombaž), naravno kozmetiko in naravna čistila (npr. sol, vinski kis) oziroma eno univerzalno čistilo namesto veliko specialnih, in omenjali so tudi, da imajo odgovornejši odnos do hrane, da je ne mečejo stran. V povezavi s skrbjo za okolje so udeleženci raziskave izrazili tudi skrb za živali, kar se kaže tudi pri izbiranju oblačil in obutve, ki jih kupujejo.

Udeleženci so pokazali visoko stopnjo zanimanja za alternativne metode zdravljenja, le dve udeleženci sta izrazili dvom vanje. Velika večina je že preizkusila katero od alternativnih metod ali jih celo redno uporablja. Najpogosteje so navajali zdravljenje pri bioenergetiku, omenjali pa so tudi izpostavljanje energijskim točkam v naravi, akupunkturo, refleksno masažo stopal, meditacijo in avtogeni trening, ajurvedo, reiki, kiroprakso, hojo po žerjavici ter celo zdravljenje s čebeljimi piki.

Iz rezultatov raziskave lahko sklepam, da gre pri potrošnikih ekološko pridelane hrane za koherenten splet različnih področij življenja v smiselno enovitost. V želji do pozitivne spremembe v svojem življenju najprej spremenijo prehrabene navade, skrbneje se vedejo do okolice in ljudi, postanejo samozavestnejši ... Gre za harmonično usklajevanje domnevno

zdravega načina prehranjevanja, vedenja do okolice, miselnosti in ne nazadnje tudi športne aktivnosti.

Ena od domnev raziskave je bila tudi, da imajo potrošniki ekološko pridelane hrane tudi podobna politična prepričanja, predvidela sem predvsem levičarsko držo. Raziskave namreč kažejo, da je sprejemanje novih živil (npr. živil iz tujih, eksotičnih kuhinj) ponavadi povezano s posameznikovo odprtostjo za spremembe in s tolerantnostjo do različnih načinov življenja in razmišljanja. Ugotovila sem, da udeležencev ni mogoče enotno politično opredeliti. Politično različni so morda tudi zato, ker so prvotni motivi za spremembe njihovih prehranjevalnih navad zdravstveni, ne pa vrednotni.

Kvalitativna raziskava, ki sem jo opravila v obliki fokusnih skupin, je verjetno ena prvih takšnih raziskav pri nas, ki zajema področje potrošnje ekološko pridelane hrane in prepozna lastnosti ekološkega potrošnika. Resda je bilo število udeležencev raziskave sorazmerno majhno, kar je posledica majhne odzivnosti na javna povabila in majhno število ekoloških potrošnikov, pa vendar menim, da lahko izsledki te raziskave predstavljajo dobre smernice za nadaljnje študije potrošnje ekološko pridelane hrane.

## 5. VIRI

1. Bartlam, M. J. (1993): Healthy and light foods: understanding the consumer. *British Food Journal*, 95, 3 str. 3-9.
2. Beardsworth, A. in Keil, T. (1992): The vegetarian option: varieties, conversions, motives and careers. *The sociological review*, 40, 2, str. 226-293.
3. Beardsworth, A. in Keil, T.: *Sociology on the menu: An invitation to the study of food and society*. London and New York, 1997.
4. Beck, U.: *World Risk Society*. Polity press, 1999.
5. Best, J. (2002): Organic Nation. *Onearth*, 24, 3, str. 12-13.
6. Bhate, S. (2002): One world, one environment, one vision: Are we close to achieving this? An exploratory study of consumer environmental behaviour across three countries. *Journal of Consumer Behaviour*, 2, 2, str. 169-184.
7. Bratuša, A. (2002). Kaj menijo kupci na ljubljanski ekološki tržnici? *Biodar: Revija za varstvo okolja in kmetijstvo*, 2, str.19-20.
8. Chan, R. Y. K. (1999): Environmental attitudes and behaviour of consumers in China: Survey findings and implications. *Journal of International Marketing*, 11, 4, str. 25-52.
9. Chinnici, G., D'Amico, M. in Pecorino, B. (2002): A multivariate statistical analysis on the consumers of organic products. *British Food Journal*, 104, 3-5, str.187-198.
10. David, A. (2000): Taylor Nelson Sofres: 'UK grannies go organic' – survey findings. *M2 Presswire*, Copyright Academy of Management Nov 2, 2000.
11. Davies, A., Titterington, A. J. in Cochrane, C. (1995): Who buys organic food? A profile of the purchasers of organic food in Northern Ireland. *British Food Journal*, 97, 10, str. 17 – 26.
12. DeMaye-Caruth, B. (2000): Complementary medicine: Health care trends for the new millenium. *Hospital material Management Quarterly*, 22, 2, str. 18-22.
13. Donovan, R. J. in Henley, N. (2002): Identifying Appropriate Motivations to encourage people to Adopt Healthy and Nutrition Physical Activity Behaviours. *JR Consumers.com*, 4.
14. Dryer, J. (2002): Insights: Organic Lessons. *Dairy Foods*, 103, 11, str. 21.
15. Eisenberg, D. M., Davis, R. B., Ettner, S. L., Appel, S., Wilkey, S., Van Rompay, M. in Kessler, R. C. (1998): Uporaba alternativne medicine v Združenih državah, 1990-1997. *Izsledki pregledne raziskave v državi. Jama*: 280, str. 1569-1575.

16. Featherstone, C., Godden, D., Gault, C., Emslie M. in Took-Zozaya, M. (2003):  
Prevalence study of concurrent use of complementary and alternative medicine in  
patients attending primary care services in Scotland. *American Journal of Public  
Health*, 93, 7, str. 1080-1082.
17. Fitzgerald, R., Campbell, H., Sly, C. in Finlay, S. (2002): The flight to nature? An  
ethnographic study and consumption of organic food. Paper to be presented at Centre  
for study of Agriculture Food and Environment, University of Otago. Centre for the  
Study of Agriculture Food and Environment, School of Social Science, University of  
Otago.
18. Fotopolous, C. in Krystallis, A. (2002): Organic product avoidance: reasons for  
rejection and potential buyer's identification in countrywide survey. *British Food  
Journal*, 104, 8/9, str. 233-260.
19. Fotopoulus, C. in Krystallis, A. (2002): Purchasing motives and profile of the Greek  
organic consumer: A countrywide survey. *British Food Journal*, 104, 8/9, str. 730-765.
20. Giddens, A. (1991): *Modernity and Self-Identity: Self and Society in the Late Modern  
Age*. Stanford University Press, Stanford.
21. Goldman, S. (2002): Organic: Beyond the seal. *Beverage World*, 121, 1720, str. 49.
22. Harper, G. C. in Makatouni, A. (2002): Consumer perception of organic food  
production and farm animal welfare. *British Food Journal*, 104, 3-5, str. 287-299.
23. Harris, B.J. (2000): Favourite green products. *In business*, 22, 5, str. 28-29.
24. Howell, D. (2003): Organics demonstrate mass appeal. *DSN Retailing Today*, 42, 4,  
str. S8.
25. Prehrana – vir zdravja. Dan obiska: 28.2.2004  
[http://www.med.over.net/literatura/knjiga\\_prehrana\\_vir\\_zdravja/stran\\_224\\_297.htm](http://www.med.over.net/literatura/knjiga_prehrana_vir_zdravja/stran_224_297.htm)
26. Jacoby, J., Johar, G.V. in Morrin, M. (1998): Consumer behaviour: A quadrennium.  
*Annual Review of Psychology*, 49, str. 319-344.
27. Johnson, R. J. in Scicchitano, M. J. (2000): Uncertainty, risk, trust and information:  
Public perception of environmental issues and willingness to take action. *Policy  
Studies Journal*, 28, 3, str. 633-647.
28. Kai Kreuzer, L.: *Bio Vermarktung: Vermarktung für Lebensmittel aus ökologischer  
Erzeugung*. Impressum, 1996: str. 32-33.
29. Krueger, R. A.: *Focus groups, additions: A practical guide for Applied Research*.  
Sage Publication 1994, International Educational and Professional Publishers  
Thousand oaks, London, New Delhi. Str. 127-183.

30. Laroche, M., Bergeron, J. in Barbaro-Forleo, G. (2001): Targeting consumers who are willing to pay more for environmentally friendly products. *The Journal of Consumer Marketing*, 18, 6, str. 503-518.
31. Laroche, M., Tomiuk, M. A., Bergeron, J. in Barbaro-Forleo, G. (2002): Cultural differences in environmental knowledge, attitudes, and behaviours of Canadian consumers. *Canadian Journal of Administrative Science*, 19, 3, str. 167-183.
32. Lawn, J. (2002): An era of informed food consumers. *Food Management*, 37, 11, str. 8.
33. Lubieniechi, S. A. (2002): Romanian consumers' behaviour regarding organic food. *British Food Journal*, 104, 3-5, str. 337-343.
34. MacNicol, S. A. M., Murray, S. M. in Austin, E. J. (2002): Relationship between personality, attitudes and dietary behaviour in a group of Scottish adolescents. *Personality and Individual Differences* 35 (2003), str. 1753-1764.
35. Magnusson, M. K., Arvola, A., Koivisto Hursti, U. K., Aberg, L. in Sjoden, P. (2001): Attitudes towards organic goods among Swedish consumers. *British Food Journal*, 103, 3, str. 209-226.
36. Makatouni, A. (2002): What motivates consumers to buy organic food in the UK? Results from qualitative study. *British Food Journal*, 104, 3-5, str. 345-352.
37. Marcontell, D. K., Laster, A. E. in Johnson, J. (2000): Cognitive-behavioral treatment of food neophobia in adults. *Anxiety Disorders* 17 (2003), str. 243-251.
38. Marvin, N., Bavec, M., Repič, P., Golež, M. in Aleksič, V. (2002 [2003]): Vodnik po ekoloških kmetijah. Maribor: KGZS Kmetijsko gozdarski zavod Maribor.
39. McCarty, J. A. in Shrum L. J. (2001): The influence of individualism, collectivism, and locus control on environmental beliefs and behaviour. *Journal of Public Policy & Marketing*, 20, 1, str. 93-104.
40. McFarland, B., Bigelow, D., Zani, B., Newsom, J. in Kaplan, M. (2002): Complementary and alternative medicine use in Canada and the United States. *American Journal of Public Health*, 92, 10, str. 1616-1618.
41. Nastran Ule, M. (2000): Sodobne identitete v vrtincu diskurzov. *Znanstveno in publicistično središče*, Ljubljana.
42. Oeffa: 12 Reasons to Eat Local and Organic. Dan obiska: 2.3.2003  
<http://www.oeffa.org/12.html>
43. O'Donovan, P. in McCarthy, M. (2002): Irish consumer preferences for organic meat. *British Food Journal*, 104, 3-5, str. 353-361.

44. Ottman, J. A. (2002): Green marketing: Wake up to the truth about green consuming. In Business, 24, 3, str.31.
45. Palinkas, L. A. in Kabongo, M. L. (2000): The Use of Complementary and Alternative Medicine by Primary Care Patients: A SURF\*NET Study. Journal of Family Practice, 49, str. 1121-1130.
46. Prescott, J., Young, O., O'Neill, L.O., Yau, N.J.N. in Stevens, R. (2001): Motives for food choice: a comparison of consumers from Japan, Taiwan, Malaysia and New Zealand. Food Quality and Preference 13 (2002), str. 489-495.
47. Roddy, G., Cowan, C. A. in Hutchinson, G. (1996): Consumer attitudes and behaviour to organic food in Ireland. Journal of International Consumer Marketing, 9, 2, str. 41-63.
48. Schneirov, M. in Gezik, J. D. (1998): Technologies of the self and the Aesthetic project of alternative health. The Sociological Quarterly, Vol. 39, No.1, str. 435-451.
49. Shrum, L. J., McCarty, J. A. in Lowrey, T. M. (1995): Buyer characteristics of the green consumers and their implications for advertising strategy. Journal of Advertising, 24, 2, str. 71-80.
50. Sonaravno pridelovanje hrane. Dan obiska:2.3.2003  
<http://www.gea-on.net/clanek.asp?ID=148&Poglavje=1>
51. Squires, L., Juric, B. in Cornwell, T. B. (2001): Level of market development and intensity of organic food consumption: Cross-cultural study of Danish and New Zealand consumers. The Journal of Consumer Marketing, 18, 4/5, str. 392-409.
52. (1998) Spotlight: Organic food. Marketing week, 21, 32, str. 40-41.
53. Thorn, B. (2002): From ethnic food to ethics, ACF panel focuses on food services. Nation's restaurant News, 36, 40, str.38.
54. Titterington, A. J., Davies, A. in Cochrane, C. (1996): Forty shades of green: A classification of green consumerism in Northern Ireland. Journal of Euro – Marketing, 5, 3, str. 43-53.
55. Tivadar, B. in Kamin, T. (2002): Moram? Smem? Naj? Skrb za hrano. Socialna pedagogika, 6, 3, str. 279-308.
56. Tivadar, B. (2003): Prihraniš čas, zapraviš ljubezen: ambivalentni odnos do kupljene (pol)pripravljene hrane. Annales, 13, 1 str. 87-102.
57. Tivadar, B. in Luthar, B. (delo v tisku). Food, ethics and aesthetics.

58. Truninger, M. (2001): Organic farming in Portugal: Consumption attitudes and practices. Paper to be presented at Department of Sociology, Williamson Building, The University of Manchester.
59. Val 202: Sobotna akcija, maj 2003. Posnetek ankete, izvedene na ekološki tržnici v Ljubljani
60. Vindigni, G., Janssen, M. A. in Jager, W. (2002): Organic Food consumption. *British Food Journal*, 104, 8/9, str. 624-642.
61. Williams, P. R.D. in Hammit, J. K. (2000): A Comparison of Organic and Conventional fresh Produce Buyers in the Boston Area. *Risk Analysis*, 20, 5, str. 735-746.
62. Wilson, B. (2002): Food. *New Statement*, 15, 731, str. 58.
63. Zanolli, R. in Naspetti, S. (2002): Consumer motivations in the purchase of organic food. *British Food Journal*, 104, 8/9, str. 643-653.