

**ŠIAULIŲ UNIVERSITETAS
SOCIALINIŲ MOKSLŲ FAKULTETAS
VADYBOS KATEDRA**

Vaida BLANKAITĖ ir Vita NARUŠAITYTĖ

**EKOLOGIŠKŲ PRODUKTŲ (DARŽOVIŲ) RINKOS
PERSPEKTYVOS LIETUVOJE**

Magistro darbas

Šiauliai, 2009

**ŠIAULIŲ UNIVERSITETAS
SOCIALINIŲ MOKSLŲ FAKULTETAS
VADYBOS KATEDRA**

Vaida BLANKAITĖ ir Vita NARUŠAITYTĖ

**EKOLOGIŠKŲ PRODUKTŲ (DARŽOVIŲ) RINKOS
PERSPEKTYVOS LIETUVOJE**

**Magistro darbas
Socialiniai mokslai, vadyba ir verslo administravimas (03S1)**

Magistro darbo autorės.....
(vardas, pavardė, parašas)

Vadovas
(pareigos, vardas, pavardė, parašas)

Recenzentas
(pareigos, vardas, pavardė, parašas)

SANTRAUKA

Vaida Blankaitė ir Vita Narušaitytė

Ekologiškų produktų (daržovių) rinkos perspektyvos Lietuvoje. Magistro darbas, mokslinis vadovas doc. Dr. K. Ališauskas. Šiaulių universitetas, socialinių mokslų fakultetas, vadybos katedra. Šiauliai, 2009.

Magistro darbe yra pristatomos ekologiškų produktų (daržovių) rinkos perspektyvos Lietuvoje, atsižvelgiant į vartotojų požiūrį. Analizuojami ekologinio ūkininkavimo privalumai, trūkumai ir ekologinio ūkio sukuriamų produktų išskirtinumas. Darbe aprašytas ekologiškų produktų (daržovių) vartotojų požiūrio nuostatų tyrimas ir vertinimas. Tyrimo hipotezė, kad vartojimo kultūra, pasirinkimo galimybės ir kiti veiksniai turi įtakos ekologiškų produktų rinkos perspektyvai pasitvirtino.

Pateikiamos išvados ir numatytos rekomendacijos, kurios paskatintų ekologiškų produktų paklausą, o taip pat sudarytų prielaidas ekologiškų produktų augintojams toliau didinti ekologinių žemės ūkių plotus bei auginti ir tiekti rinkai užaugintus ekologiškus produktus nekenkiant aplinkai.

SUMMARY

Vaida Blankaitė and Vita Narušaitytė

Market perspectives for ecological products (vegetables) in Lithuania. Master Thesis, academic research. Supervisor: assoc. Professor, Dr. K. Ališauskas. Šiaulių University, faculty of social science, management department, Šiauliai, 2009.

Market perspectives for ecological products (vegetables) in Lithuania in regard to consumers opinion is presented in this master thesis. Pros and cons of ecological farming as well as distinctiveness of products produced by means of ecological farming are analyzed. Research hypothesis – consumption culture, variety of choices and the other factors having impact on ecological products market perspectives proved to be accurate.

Conclusions are presented as well as recommendations suggested on how to increase demand for ecological products in Lithuania which itself would create good climate for ecological product-farmers welfare by means of expanding ecological products producing farms and supplying market and consumers with ecological products which are produced without harm for environment.

TURINYS

ĮVADAS	7
1. EKOLOGINIO ŪKININKAVIMO ESMĖ IR REIKŠMĖ	10
1.1. Ekologinio ūkininkavimo samprata.....	10
1.2. ES parama ekologiniam ūkininkavimui.....	16
1.3. Ekologinių produktų sertifikavimas ir ženklimas	18
1.3.1. Ekologinės gamybos sertifikavimo reikšmė	19
1.3.2. Ekologinės gamybos sertifikavimo rezultatai	20
1.3.3. Ekologiškų produktų ženklimas	23
1.4. Ekologiškos produkcijos kokybė.....	26
1.5. Ekologiškų produktų realizacija.....	31
1.5.1. Ekologiškų produktų paklausa Lietuvoje ir kitose šalyse.....	31
1.5.2. Ekologiškų produktų (daržovių) pardavimas	37
1.5.3. Ekologiškų daržovių kainos	41
2. EKOLOGIŠKŲ PRODUKTŲ (DARŽOVIŲ) RINKOS PERSPEKTYVOS LIETUVOJE: TYRIMO METODOLOGIJA IR ORGANIZAVIMAS	44
3. EKOLOGIŠKŲ PRODUKTŲ (DARŽOVIŲ) RINKOS PERSPEKTYVOS LIETUVOJE: TYRIMO REZULTATAI.....	48
IŠVADOS	76
REKOMENDACIJOS.....	77
LITERATŪRA	78
PRIEDAI	83

PAVEIKSLŲ SĄRAŠAS

1 pav. Sinergetiniai ekologinės gamybos ryšiai.....	11
2 pav. Ekologinio žemės ūkio sistema padeda subalansuoti socialinius, ekonominius ir ekologinius faktorius.....	13
3 pav. Kaimo plėtros programos II krypties priemonės ir programos.....	16
4 pav. Ekologinių ūkių skaičius ir sertifikuoto ploto kitimas 2004-2008 m.....	21
5 pav. Ekologiškų augalų ploto (įskaitant pūdymus ir tvenkinius) struktūra 2008 m.....	21
6 pav. Ekologiškų maisto produktų ženklavimas Lietuvoje.....	23
7 pav. ES ekologinės gamybos logotipas.....	24
8 pav. Logotipas „Ekologiškas“.....	25
9 pav. Ekologiškų produktų rinka.....	31
10 pav. Ekologiškų produktų prekybos sistemos modelis.....	38
11 pav. Respondentų nuomonė apie maisto produktų kilmę (N=300).....	47
12 pav. Respondentų pasiskirstymas pagal tai, ar ekologiškas ženklas ant pakuotės reikšmingas (N=300).....	48
13 pav. Respondentų pasiskirstymas renkantis daržoves (N=300).....	48
14 pav. Daržovių pasirinkimas pagal respondentų pajamas.....	49
15 pav. Respondentų pasiskirstymas renkantis ekologiškas daržoves (pagal pajamas) (N=300).....	50
16 pav. Daržovių pasirinkimas pagal respondentų amžių (N=300).....	51
17 pav. Daržovių pasirinkimas pagal respondentų lytį (N=300).....	51
18 pav. Respondentų nuomonių pasiskirstymas pagal ekologiškų daržovių vartojimo ir auginimo skatinimą (N=300).....	52
19 pav. Svarbūs veiksniai, ribojantys ekologiškų daržovių pasirinkimą.....	53
20 pav. Svarbesni veiksniai, ribojantys ekologiškų daržovių pasirinkimą.....	53
21 pav. Svarbiausi veiksniai, ribojantys ekologiškų daržovių pasirinkimą.....	54
22 pav. Veiksniai, ribojantys ekologiškų daržovių pasirinkimą (N=300).....	55
23 pav. Svarbūs motyvai, skatinantys ekologiškų daržovių pasirinkimą.....	56
24 pav. Svarbesni motyvai, skatinantys ekologiškų daržovių pasirinkimą.....	56
25 pav. Svarbiausi motyvai, skatinantys ekologiškų daržovių pasirinkimą.....	57
26 pav. Svarbiausi ekologiškų daržovių pasirinkimo motyvai (N=300).....	59
27 pav. Ekologiškų produktų atpažinimo kriterijai (N=300).....	60
28 pav. Respondentų pasiryžimas mokėti daugiau už ekologiškas daržoves nei moka už įprastas (N=300).....	61
29 pav. Ekologiškų produktų pirkimo pasiskirstymas pagal kiekį (N=300).....	62

30 pav. Ekologiškų daržovių pirkimo vietos (N=300).....	63
31 pav. Respondentų požiūris apie informacijos gausumą atsižvelgiant į vietą (N=300).....	65
32 pav. Pirkimo dažnumas perkant ekologiškus produktus (N=300).....	65
33 pav. Ekologiškų produktų pirkimas pagal respondentų lytį (N=300).....	66
34 pav. Ekologiškų produktų pirkimas pagal respondentų amžių (N=300).....	67
35 pav. Ekologiškų produktų pirkimas pagal respondentų išsilavinimą (N=300).....	68
36 pav. Respondentų požiūris į ekologiškas daržoves (N=300).....	73
37 pav. Veiksniai padidinantys ekologiškų daržovių vartojimą (N=300).....	74

LENTELIŲ SĄRAŠAS

1 lentelė. Maisto produktų kokybinės kategorijos (Sicher, Oeverman, 1988).....	27
2 lentelė. Mažosios verslininkystės privalumai ir trūkumai (Andriuščenka, 2005).....	39
3 lentelė. Ekologiškų ir neekologiškų produktų kainų palyginimas (2008 m. gruodis).....	40
4 lentelė. Demografinio bloko analizė (pridėjau šitą prie lentelių sąrašo).....	45
5 lentelė. Tyrimo dalyvių (N=300) nuomonių pasiskirstymas pagal ekologiškų daržovių vertinimus.....	69
6 lentelė. Tyrimo dalyvių (N=300) pasiskirstymas pagal ekologiškų daržovių vartojimą skatinančių veiksnių vertinimą.....	72

IVADAS

Nuo primityvaus vaisių rinkimo ir medžioklės, pastangų nugalėti gamtą, siekiant maksimalizuoti augalų ir gyvūnų produktyvumą, žmogų poreikiai nuveda prie dabartinių ryšių tarp kaimo ir aplinkos, bei sąmoningumo, pradedant tausojančiai naudoti ribotus gamtinius resursus. Ekologinių ūkių savininkai išvystė žemės ūkio gamybos metodus, kurie yra apgalvoti ir palaiko ekosistemų funkcionavimą. Jie įrodo ekologinės žemės ūkio sistemos funkcionavimo galimybes patiekiant sveiką maistą dabartinėms ir ateities kartoms, sumažina neigiamus šalutinius efektus ekosistemoms. [57]

Darbo aktualumas. Ekologinių ūkių plotai Lietuvoje vis didėja, ir vis dar turi nemažas galimybes plėstis, nes didėja ekologiškų produktų rinka, taip pat ši ūkio šaka remiama ir skatinama valstybės, nes būtent toks žemės ūkis susijęs su aplinkos saugojimo aspektais. Įprastinės produkcijos gamybai būdingas neigiamas poveikis aplinkai: didelis teršalų poveikis aplinkos orui, dirvožemiui, vandenims, nykstančioms rūšims, be to, intensyvus ūkininkavimas keičia tradicinį kaimo vietovių kraštovaizdį, o ekologinis ūkininkavimas padeda išvengti šiuos neigiamus poveikius. Kad ekologinis žemės ūkis turėtų perspektyvas ir toliau plėstis, reikalingas šių produktų vartotojų požiūrio vertinimas, nes žinant vartotojų požiūrį galima numatyti priemones, kurios paskatintų šių produktų paklausą, o tai sudarytų prielaidą ekologiškų produktų augintojams toliau didinti ekologinių žemės ūkių plotus bei auginti ir tiekti rinkai užaugintus ekologiškus produktus nekenkiant aplinkai. Tai ypač svarbu, nes aplinkosaugos akcentavimas tapo ypač svarbus XX amžiuje, kai labai išaugo gamyba visame pasaulyje, nes išryškėjo stiprus neigiamas poveikis gamtai. Todėl visuomenėje dabar turi susiformuoti iš esmės naujas požiūris į mus supančią aplinką, mokslo ir technikos pažangą, žmogaus naujų vertybių akcentavimas. Labai svarbu dabartinių žmonių požiūris, noras ir galimybės stiprinti aplinkai ir sveikatai saugesnių produktų pirkimas, nes ūkininkai užsiims ekologiniu ūkininkavimu ir toliau, jei bus ekologiškų produktų pirkėjas, sutinkantis mokėti daugiau už šiuos produktus, nei įprastinius, nes šių produktų auginimas reikalauja didesnių ūkininkų pastangų.

Problemos. Ekologiškų produktų paklausa Lietuvoje nėra dar tvirtai susiformavusi. Šiuo metu dar nėra išryškėjusi ir populiariausia minėtų produktų prekybos forma. Be to, realizuojant ekologiškus produktus svarbi problema – didelis prekybinis atkainis ir ekologiškų produktų stygius, nes asortimentas nėra toks platus ir ne visada užtikrinamas šių produktų pastovus tiekimas. Užauginti ekologiškus produktus, ypač daržoves nėra lengva, nes jos reiklios maisto medžiagoms, be to, daugelis šios grupės augalų vegetacijos metu intensyviai puolami ligų ir kenkėjų, kurie ne tik sumažina derlių, bet pakenkia produkcijos kokybei ir jos prekienei išvaizdai. Taip pat reikėtų paminėti, kad menkos materialinės-ekonominės gyventojų galimybės kol kas neužtikrina pakankamo pirminių poreikių patenkinimo, todėl aukštesnio lygio poreikiams nepakanka finansinių

išteklį. Tokioje gyventojų socialinėje situacijoje vienu iš svarbiausių veiksnių ekologizavimo plėtrai yra švietimo ir mokymo įstaigų veikla, masinės informacijos priemonės.

Tyrimo tikslas: atskleisti vartotojų požiūrį į ekologiškų produktų (daržovių) vartojimą Lietuvoje.

Uždaviniai:

1. Informacijos šaltinių pagrindu įvertinti dabartinę ekologinio ūkininkavimo situaciją Lietuvoje ir apžvelgti perspektyvas ateityje.
2. Nustatyti ekologiškų produktų išskirtinumą, lyginant su įprastiniais produktais.
3. Išsiaiškinti ekologiškų produktų (daržovių) realizacijos privalumus problemas ir trūkumus.
4. Atskleisti visuomenės požiūrį į ekologiškų produktų (daržovių) rinką.
5. Numatyti perspektyvas ekologiškų produktų rinkai atsižvelgiant į vartotojų požiūrį, pateikti pasiūlymus.

Hipotezė: Ekologiškų produktų rinka Lietuvoje turi aiškia plėtros tendenciją, tačiau yra sąlygojama vartojimo kultūros, pasirinkimo galimybių ir kitų veiksnių.

Tyrimo metodologinį pagrindą sudaro socialiniuose moksluose susiklosčiusi ir visuotinai pripažinta empirinio atrankinio tyrimo metodika bei klasikinė anketų teorija.

Tyrimo objektas. Ekologiškų produktų rinka.

Tyrimo dalykas. Ekologiškų produktų (daržovių) rinkos perspektyvos Lietuvoje.

Darbe naudojami metodai. Rašant darbą, buvo naudojami keli tyrimo metodai:

Mokslinės literatūros analizė buvo taikoma, aprašant bendrą ekologinio ūkininkavimo bei ekologiškos rinkos ypatybes Lietuvoje, taip pat kitų valstybių patirtis susijusi su ekologiniu ūkiu ir jų išaugintų produktų realizavimu.

Internetinių svetinių duomenų analizė. Metodas suteikė galimybę išanalizuoti, apibendrinti bei pateikti naudingą, aktualią bei naujausią informaciją apie ekologiškų produktų rinką pasaulyje bei Lietuvos mastu.

Aprašomasis metodas naudojamas, aprašant ekologiškų daržovių rinkos sukūrimą ir įgyvendinimą, esamas problemas.

Gyventojų apklausa buvo naudojama įvertinti vartotojų nuomonę apie ekologiškų produktų (daržovių) rinką, nes atsižvelgiant į šią apklausą galima sudaryti prielaidas apie tolimesnes ekologiškų produktų perspektyvas rinkoje.

Teorinėje baigiamojo magistro darbo dalyje buvo atskleista, jog ekologinės gamybos produktai didesne ekologine verte pasižymi todėl, kad gaminami pagal griežtas ekologinio ūkininkavimo taisykles. Įprastinės produkcijos gamybai būdingas neigiamas poveikis aplinkai: didelis teršalų poveikis aplinkai ir orui, dirvožemiui, vandenims, nykstančioms rūšims, be to, intensyvus ūkininkavimas keičia tradicinį kaimo vietovių kraštovaizdį, o ekologinis ūkininkavimas padeda

išvengti šiuos neigiamus poveikius. Kad ekologinis žemės ūkis turėtų perspektyvas ir toliau plėstis, reikalingas šių produktų vartotojų požiūrio vertinimas, nes žinant vartotojų požiūrį galima numatyti priemones, kurios paskatintų šių produktų paklausą, o tai sudarytų prielaidą ekologiškų produktų augintojams toliau didinti ekologinių žemės ūkių plotus bei auginti ir tiekti rinkai užaugintus ekologiškus produktus nekenkiant aplinkai.

Magistro darbo struktūra. Ši magistro darbą sudaro: santrauka lietuvių kalba ir anglų kalba, įvadas, 3 skyriai, išvados, naudotos literatūros sąrašas (75 šaltiniai), priedai. Tyrimo duomenis iliustruoja 6 lentelė, 37 paveikslai. Prieduose pateikiamos ekologiškų maisto produktų tvarkymo įmonės duomenų lentelės, tyrimo anketos pavyzdys, reglamentas, sertifikuotų ūkių skaičius rajonuose 2007 m., sertifikuotų ūkių skaičius rajonuose 2006 m., ekologiškų produktų kainos Lietuvos mažmeninės prekybos centruose 2008 m. sausio – 2009 m. sausio mėn. lt. Darbo apimtis – 83 psl.

1. EKOLOGINIO ŪKININKAVIMO ESMĖ IR REIKŠMĖ

1.1. Ekologinio ūkininkavimo samprata

Visuomenėje vyraujantys požiūriai į gyvenimo būdą, pasaulėžiūra ir iš to gimstantys teisiniai aktai lemia įvairių krypčių ekologinės gamybos plėtrą. Šiandien žemės ūkis vis dar suprantamas kaip visuotinė problema, o ne kaip visuotinė nauda. Miesto gyventojams žemės ūkis siejasi su tomis problemomis, kurias jis gali sukelti, o kartais ir sukelti: vandens tarša, kraštovaizdžio niokojimu dėl dirvožemio erozijos, miškų naikinimu, nemaloniais kvapais ir pan. Dažnai jis suprantamas kaip grėsmė visuotinei sveikatai ir, sukeldamas įvairias ligas pradedant karvių kempinlige ir baigiant salmonelioze, alerginėmis ligomis, vėžiu bei endokrininiais sutrikimais. „Ekologinio pėdsako“, kurį mes šiandien paliekame, dydis yra toks, kad daugiau nebegalime ignoruoti žemės ūkio poveikio vietinėms ekosistemoms. Dėl to būtent dabar mums, kaip mažam dar žaliajam ir gražiam kraštui, turinčiam turtingą ir šlovingą istorinę praeitį, reikia kurti tokį žemės ūkį, kuris padėtų visuomenei apsirūpinti tinkamu, saugiu, maistingu ir skaniu maistu, saugotą aplinką, vietines augalų ir gyvūnų rūšis. Kiekvienas žmogus tikisi, kad žemės ūkis sudarys sąlygas sveikoms ekosistemoms egzistuoti, užtikrins gerą gyvenimą ir pragyvenimo šaltinius šeimoms ir ūkių darbininkams, užtikrins tinkamą aplinką bei gerovę žemės ūkio paskirties gyvūnams, prisidės prie Lietuvos bioįvairovės ir kultūrinio paveldo išsaugojimo. Toks turi būti – ekologinis žemės ūkis. [66]

Ekologijos istorija iki dabartinių laikų. Biosferos pokyčius lemia savaime vykstantys bei žmogaus ūkinės veiklos sukelti procesai. Žmogaus veikla per tūkstančius metų keitė aplinką, bet žemės sistemoms būdingas savireguliacinis sudarė galimybes neutralizuoti šiuos pokyčius. Tačiau akivaizdu, kad žmogus, plėsdamas ir intensyvindamas gamybą, gali negrįžtamai pažeisti egzistuojančias gamtoje pusiausvyras ir sukelti ekologines krizes. Tapo aišku, kad, norint išvengti globalinių ekologinių katastrofų, būtina tolesnę ekonomikos plėtrą derinti su poveikiu aplinkai, tausojančiu gamtinių resursų naudojimu ir aplinkos taršos mažinimu. [75]

Žemės ūkis yra viena iš glaudžiausių ryšių su gamta turinčių žmogaus veiklos sričių, todėl neigiamos žmogaus veiklos pasekmės čia ryškėja pirmiausia. Senovėje žmogus intuityviai jautė ryšį su gamta ir veikė vienybėje su ja. Žemės ūkio gamybos intensyvinimas ir beatodairiškas naujų technologijų taikymas žemės ūkio praktikoje suardė nusistovėjusią pusiausvyrą gamtoje, vis labiau buvo teršiamas dirvožemis, gamtiniai vandenys, žemės ūkio produktai, nyko biologinė įvairovė, vyko kraštovaizdžio degradacija.

Nuo tolesnės ūkio plėtros krypties priklauso ne tik krašto gerovė, bet ir Lietuvos ekologinė situacija, todėl vis svarbesniu veiksmu tampa ūkio ekologizavimas. Įvertinant gamybos metodus, privalu suvokti gamtos dėsningumus, įvairių reiškinių tarpusavio priklausomybę, egzistuojančias

pusiausvyras bei įvairių gamybos būdų poveikį gamtai. Šios nuostatos lemia tausojančių žemės ūkio metodų, kurių tikslas yra išlaikyti darną gamtoje ir spręsti aplinkos išsaugojimo problemas, pasirinkimą.

Tarptautinio ekologinio judėjimo pradininkai, įkvėpėjai ir ekologinio ūkio mokslinių pagrindų kūrėjai buvo penki išymūs mokslininkai: Rudolfas Štaineris (Rudolf Steiner) Austrijoje, Hansas Miuleris (Hans Muller) Vokietijoje, Ledi Eve Balfaur (Leuty Eve Balfour) D. Britanijoje, J. L. Rodale (J. L. Rodale) JAV ir Masanobu Fukuoka (Masamobu Fukuoka) Japonijoje.

Ekologinio žemės ūkio pradininkai įvairiai vadino savo veiklą, todėl pasaulyje buvo pradėti vartoti skirtingi ekologinio žemės ūkio pavadinimai. Šis pavadinimas dažnai priklauso nuo šalies kalbos, pvz.: angliškai kalbančiose šalyse ūkis vadinamas organiniu, vokiškai ir prancūziškai – biologiniu ar bioorganiniu. Šiaurės šalyse, Lenkijoje – ekologiniu. Kiekvienas šių pavadinimų taip pat nusako svarbiausias tausojančio ūkio idėjas ir koncepcijas. Lietuvoje ši žemės ūkio sistema vadinama ekologiniu žemės ūkiu, o ūkiai – ekologinės gamybos ūkiais. Pavadinimo problema tapo mažiau svarbi, kai ekologinis judėjimas vieningai sutarė, kas yra ekologinis ūkininkavimas. Iš esmės tai buvo pasiekta Tarptautinės ekologinio žemės ūkio federacijos (IFOAM – International federation of Organic Agriculture Movements) pastangomis. [75]

Taigi svarbu išanalizuoti, kaip apibūdinamas ekologinis ūkininkavimas tiek minėtosios Tarptautinės ekologinės žemės ūkio federacijos ir kituose įvairiuose šaltiniuose.

Ekologinis žemės ūkis – tai ūkis, kuriame nenaudojamos sintetinės cheminės medžiagos (trąšos, pesticidai, vaistai, augimo skatintojai ir kt.) jas pakeičiant natūraliomis organinėmis ir mineralinėmis medžiagomis. Ekologinio ūkininkavimo sistema pagrįsta sėjomainomis, ūkyje sukauptomis organinėmis trąšomis (augalų liekanomis, gyvulių mėšlu, ankštiniais augalais, žaliaja trąša), kenkėjų, ligų ir piktžolių necheminės kontrolės metodais. Šioje ūkininkavimo sistemoje siekiama uždaro energijos ir maisto medžiagų apytakos ciklo. [75]

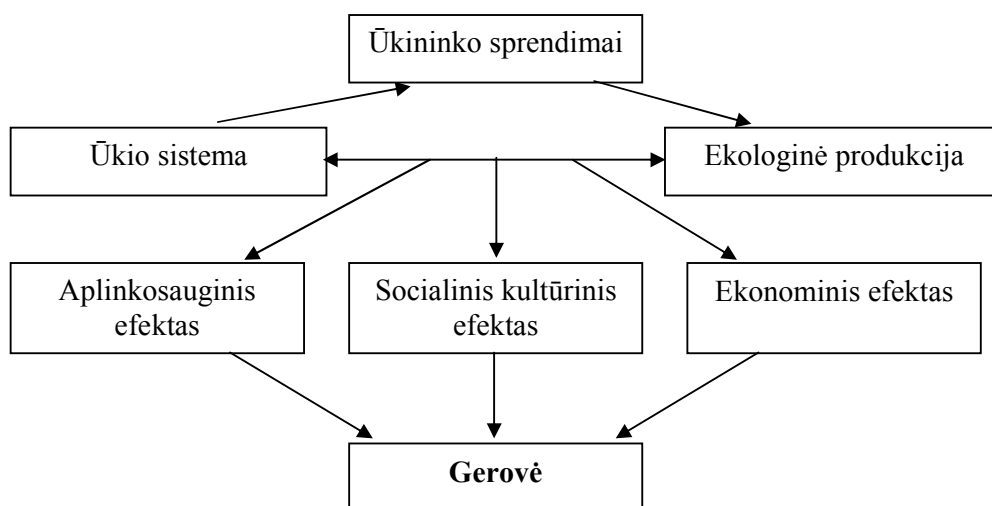
Ekologinis ūkininkavimas – apima visas žemės ūkio sistemas. Taip puoselėjama aplinka, socialinis ir ekonominis, maisto ir pramonės produktų ekologinis pilnavertiškumas. Šioje sistemoje produktyvumo pagrindu imamas dirvožemio gyvybingumas, augalų, gyvūnų bei landšafto genetinis paveldimumas. Taigi, ekologinis ūkininkavimas optimizuoja visų faktorių kokybės priklausomumą vieną nuo kito. [55]

Ekologinis (organinis, biologinis, bioorganinis) žemės ūkis – tai žemės ūkio sistema, pagrįsta ekologinių, socialinių ir ekonominių principų, užtikrinančių stabilią aukštos kokybės produktų gamybą, visuma, palaikanti gamtos pusiausvyrą, taupiai naudojanti gamtos resursus. Tai yra aukščiausia aplinkai palankaus ūkininkavimo forma.

Ekologinė žemdirbystė – tai tokia ūkininkavimo sistema, kai nenaudojamos sintetinės trąšos ir pesticidai, o taikomos technologijos pagrįstos augalų įvairove, sėjomainomis, natūralios kilmės

mineralinių ir organinių trąšų naudojimu, natūraliais piktžolių, ligų ir kenkėjų kontrolės metodais. [7]

Panašiai ekologinę žemdirbystę apibūdina S. Rosenov, U. Soltiesiak (1997), teigdami, jog „Ekologinė žemdirbystė – tai ūkininkavimo sistema, kuri remiasi: sėjomainomis ir jų rotacijomis, ūkyje sukaupiamomis organinėmis trąšomis: augalų liekanomis, gyvulių mėšlu, ankštiniais augalais, žaliaja trąša; kenkėjų, ligų ir piktžolių necheminės kontrolės metodų įvairove. Optimalu, kai sudaromas uždaras energijos apykaitos ciklas. Ekologinės žemdirbystės sistema pašalina ir didžia dalimi apriboja sudėtinių sintetinių trąšų, pesticidų, herbicidų, augimo reguliatorių panaudojimą, tuo padidindama maisto produktų ir pašarų gyvybingumą“.



1 pav. Sinergetiniai ekologinės gamybos ryšiai [67]

Taip pat analizuojant ekologinio ūkininkavimo esmę ir reikšmę reikia pastebėti, kad ekologinis žemės ūkis gyvuos tik tuomet, kai ūkininkas apsispręs užsiimti būtent tokia ūkininkavimo forma. Kaip matyti 1 paveiksle ūkininko apsisprendimas ekologiškai ūkininkauti sukuria aplinkosauginį, socialinį - kultūrinį ir ekonominį efektą. Tai veda prie visuotinės gerovės.

V. Rutkoviėnė ir kt. (2001) teigia, kad ilgai ekologinis žemės ūkis nebuvo vertinamas kaip perspektyvi tradicinio žemės ūkio alternatyva, tačiau vertinant žemės ūkio produktų gamybos įtaką aplinkos kokybei, produktų įtaką žmogaus sveikatai, rūpinantis dėl aplinkos taršos ir produktų saugumo situacija keitėsi. Tapo aišku, kad ateities žemės ūkio sistemos turi subalansuotai spręsti ekologinius, socialinius ir ekonominius klausimus ir įgyvendinti tausojamojo ūkininkavimo principus.

J. Simona, B. Studzinska (1997) ekologiniame ūkininkavime pabrėžia, kad augalinės kilmės produkcijos pagrindas yra apgalvotas dirvožemio struktūros ir derlingumo išlaikymas. Tai

pasiekama vykdant ekologinę politiką, siekiant išlaikyti rūšių įvairovę ir ekologinį balansą aplinkoje, tuo slopinant kenkėjų ir ligų antplūdžius.

Gyvulininkystės pagrindas yra atsižvelgimas į gyvulių fiziologiją, elgesį ir genetiškai paveldimus poreikius. Tai įgyvendinama apsirūpinant pakankamu kiekiu geros kokybės ekologiškai švarių pašarų, pritaikant augalininkystės produkcijos gamybos sistemas gyvulių genetiškai paveldimiems poreikiams ir pasirūpinant tinkama veterinarine priežiūra.

Natūralaus – gamtinio ekologinio balanso pagrindas yra harmoningas ryšys tarp augalininkystės ir gyvulininkystės. Tai pasiekama sureguliuojant ūkyje užauginamo pašaro kiekį ir gyvulių skaičių. Šios specifinės proporcijos turi būti išlaikomos neviršijant gyvulių skaičiaus ūkyje maksimumo. Ekologinis ūkininkavimas reikalauja nemažai pakeitimų ūkininkavimo sistemoje, todėl čia privalomas 2-3 metų pereinamasis laikotarpis. [65]

Aplinkos apsauga - mūsų aplinka teikia visus žemdirbystės sistemoms reikalingus išteklius, kurių prireikia gaminant žmonių vartojimui skanius ir kokybiškus produktus. Savo ruožtu, ekologiškai ūkininkaujantieji sugrąžina duoklę aplinkai, puoselėdami ją ir, jei įmanoma, praturtindami šiuos resursus bei gerindami jų kokybę. [9]

Gyvūnų gerovė - šiandienos vartotojai pagrįstai tikisi, kad maistui auginami gyvūnai sulaukia to paties rūpesčio, kuris būtinas ir mums, žmonėms: tai kokybiškas maistas, palankios gyvenimo sąlygos ir tinkama sveikatos priežiūra. Todėl ekologiškai ūkininkaujant ir tikintis kokybiškos produkcijos, pasitelkiami saviti ir patikrinti principai bei būdai. [30]

Vartotojų pasitikėjimas - vartotojai, tokie kaip jūs, yra paskutinė ekologinio ūkininkavimo sistemos grandis, tad ypatingai rūpinamasi, kad mus pasiektų kokybiški, švieži ir skanūs maisto produktai bei gėrimai, atitinkantys mūsų poreikius. [72]

Visuomenė ir ekonomika - ekologinis ūkininkavimas kuria tvirtus ryšius tarp Europos Sąjungos kaimo ir miesto bei suteikia didžiulę socialinę ir finansinę naudą jų bendruomenių nariams. Gausėjanti ekologiško maisto vartojimo paklausa visoms maisto tiekimo grandims atveria daug galimybių, todėl daugelyje ES kaimo vietovių plėtojama ekonomika ir plėtojamas socialinis gyvenimas. [74]

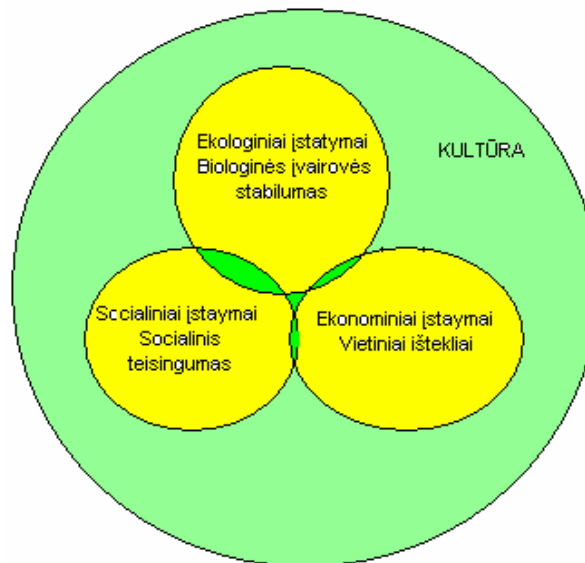
Gausėjanti ekologiško maisto vartojimo paklausa visoms maisto tiekimo grandims atveria daug galimybių, todėl daugelyje ES kaimo vietovių plėtojama ekonomika ir plėtojamas socialinis gyvenimas. Tokios tendencijos yra ekonomiškai naudingos, nes ne tik labiau užtikrina ekologiškai ūkininkaujančiųjų, perdirbėjų, platintojų ir mažmeninės prekybos finansinį saugumą, bet taip pat neišvengiamai, tiesiogiai ar netiesiogiai, turi įtakos kitiems kaimo verslams ir platesnei kaimo bendruomenei. [33]

Ekologinis žemės ūkis nėra vien filosofija, tai ir visapusiškai apibrėžti detalūs produkcijos gamybos technologijos standartai. Nuo dešimto dešimtmečio daugelio valstybių vyriausybės

pradėjo reguliuoti ekologinę žemdirbystę. Buvo apibrėžtas terminas „ekologinė produkcija“, pradėta kontroliuoti ekologiškai švarių produktų kokybę, kad vartotojai galėtų tikėti išskirtine jų kokybe. [55]

I. Skurdinienė ir kt. (2007) išskiria ekologinės žemdirbystės raidos Europoje tendencijas, kurios rodo, kad:

- Daugumoje ES šalių ekologiniai ūkiai vidutiniškai yra didesni už tradicinius ūkius, o darbo sąnaudos yra 10 – 20 % didesnės negu įprastuose ūkiuose, tai potencialiai leidžia sukurti naujas darbo vietas kaime, bet tai labai priklauso nuo ūkio tipo.
- Plėtojant organinę žemdirbystę, derliai bendru atveju yra mažesni negu ūkininkaujant tradiciniu būdu, bet derliaus skirtumas labai priklauso nuo žemės ūkio kultūrų.
- Svarbus ekologinių ūkių pelningumo aspektas; yra galimybė gauti didesnes ekologiškai pagamintų produktų kainas, lyginant su tradiciniu būdu pagamintais produktais.



2 pav. Ekologinio žemės ūkio sistema padeda subalansuoti socialinius, ekonominius ir ekologinius faktorius [55]

Paprastai tariant, ekologinis ūkininkavimas yra žemdirbystės sistema, kuri siekia pateikti vartotojui, šviežią, skanų ir natūralų maistą, pagamintą nepažeidžiant natūralių gamtos raidos ciklų.

Tipiški ekologinio ūkininkavimo būdai yra šie:

- ilgalaikė sėjomaina - būtina sąlyga, siekiant efektyviai panaudoti turimus ūkio išteklius;
- labai griežtas ribojimas cheminių sintetinių pesticidų, sintetinių trąšų, gyvuliams skirtų antibiotikų, perdirbimo – maisto papildų, perdirbimo priedų ir kitų pridėtinių medžiagų naudojimas;
- visiškas draudimas naudoti genetiškai modifikuotus organizmus;

- teikiamas pirmumas naudoti ūkyje esančius išteklius, tokius kaip gyvulių mėšlas, kuris naudojamas trąšai, arba pašarus gyvuliams išaugintus pačiame ūkyje;
- atrinkimas augalų ir gyvulių veislių, atsparių ligoms ir prisitaikiusių gyventi vietos sąlygomis;
- gyvulių auginimas laisvai aptvaruose, atvirame ore, šėrimas ekologišku pašaru;
- skirtingų gyvulių priežiūrai specializuotų gyvulininkystės technologijų naudojimas. [36; 6]

Norint labiau suprasti ekologinio ūkininkavimo esmę būtina aptarti pagrindinius ekologinio žemės ūkio principus:

- saugoti mus supančią aplinką (nenaudoti sintetinių pesticidų, trąšų, vaistų ir kitų cheminių medžiagų, tinkamai tvarkyti ir naudoti organines atliekas, prieš piktžoles, ligas ir kenkėjus naudoti agrotechnines priemones ir natūralius gamtoje gyvenančius jų priešus);
- kurti ir palaikyti uždarus maisto medžiagų (anglies, azoto ir kt.), apytakos ciklus apykaitinių procesų grandinėje – dirva – augalai – gyvūnai vystant mišrius augalininkystės – gyvulininkystės ūkius;
- išsaugoti ir didinti dirvožemio derlingumą (pasirinkti galimai didesnę augalų įvairovę, augalus auginti sėjomainoje, naudoti organines trąšas);
- taupiai naudoti materialinius ir energetinius išteklius (auginti ankštinius augalus, kaip azoto šaltinį, minimalizuoti žemės dirbimą ir kt.). [7]

Ekologines gamybos produktai didesne ekologine verte pasižymi todėl, kad gaminami pagal griežtas ekologinio ūkininkavimo taisykles. Įprastinės produkcijos gamybai būdingas neigiamas poveikis aplinkai: didelis teršalų poveikis aplinkos orui, dirvožemiui, vandenims, nykstančioms rūšims, be to, intensyvus ūkininkavimas keičia tradicinį kaimo vietovių kraštovaizdį. [65]

Taigi apibendrinant ekologinio žemės ūkio apibrėžimus, formuluotes, principus galima teigti, kad ekologinis žemės ūkis yra gana perspektyvi ūkininkavimo forma, kadangi jaučiamas ekologinis, ekonominis ir socialinis efektas. Šiais laikais nemažai kreipiamas dėmesio aplinkosaugos klausimams, todėl ekologinis žemės ūkis yra kaip alternatyva įprastiniam ūkininkavimui. Kadangi ekologinio ūkio nuostatos lemia tausojančių žemės ūkio metodų, kurių tikslas yra išlaikyti darną gamtoje ir spręsti aplinkos išsaugojimo problemas, pasirinkimą.

1.2. ES parama ekologiniam ūkininkavimui

Ekologinių ūkių Lietuvoje nuolat daugėja. Lietuvoje ekologiškai ūkininkaujantiems žemdirbiams teikiama parama yra viena didžiausių Europos Sąjungoje (ES). Lietuvai tapus (ES) nare, ekologinė žemdirbystė buvo remiama pagal Lietuvos Kaimo plėtros plano 2004–2006 metams priemonę „Agrarinė aplinkosauga“, kurios vieną dalį sudaro programa „Ekologinis ūkininkavimas“. [21]

Siekdama įgyvendinti 2005 m. rugsėjo 20 d. Tarybos reglamento (EB) Nr. 1698/2005 dėl Europos žemės ūkio fondo kaimo plėtrai (EŽŪFKP) paramos kaimo plėtrai ŪOL, 2005, L277, p.1) nuostatas ir tinkamai naudoti būsimą Europos žemės ūkio fondo kaimo plėtrai paramą, Žemės ūkio ministerija, vadovaudamasi Lietuvos kaimo plėtros 2007-2013 m. strategijos pagrindinėmis nuostatomis parengė Lietuvos kaimo plėtros 2007-2013 m. kaimo plėtros strategiją ir įgyvendinimo programą, pagal kurią numatyta palaipsniui įgyvendinti Europos sąjungos bendrąją žemės ūkio ir kaimo plėtros politiką (žr.1 priedas). [44]

Pasak prof. K. Prunskienės (2008), rengiant 2007-2013 m. programą, nebuvo daromi drastiški žingsniai, ilgai diskutuota, prieš priimant sprendimus: nustatytas minimalus technologinis augalų tankumas ploto vienetu, sertifikuojant plotus; sumažintas kompensacinių išmokų dydis ir jos susietos su produkcijos realizavimu; nustatytos minimalios produkcijos realizavimo vertės nuo 1 ha, taip pat nustatyta maksimali, ne didesnė kaip 150 tūkst. Lt, metinės išmokos suma valdai. Susiaurintas ir remtinų augalų rūšių sąrašas, laikantis nuostatos, kad tie augalai, kurie nėra būdingi Lietuvos klimato sąlygoms, neturėtų būti remiami. [11]

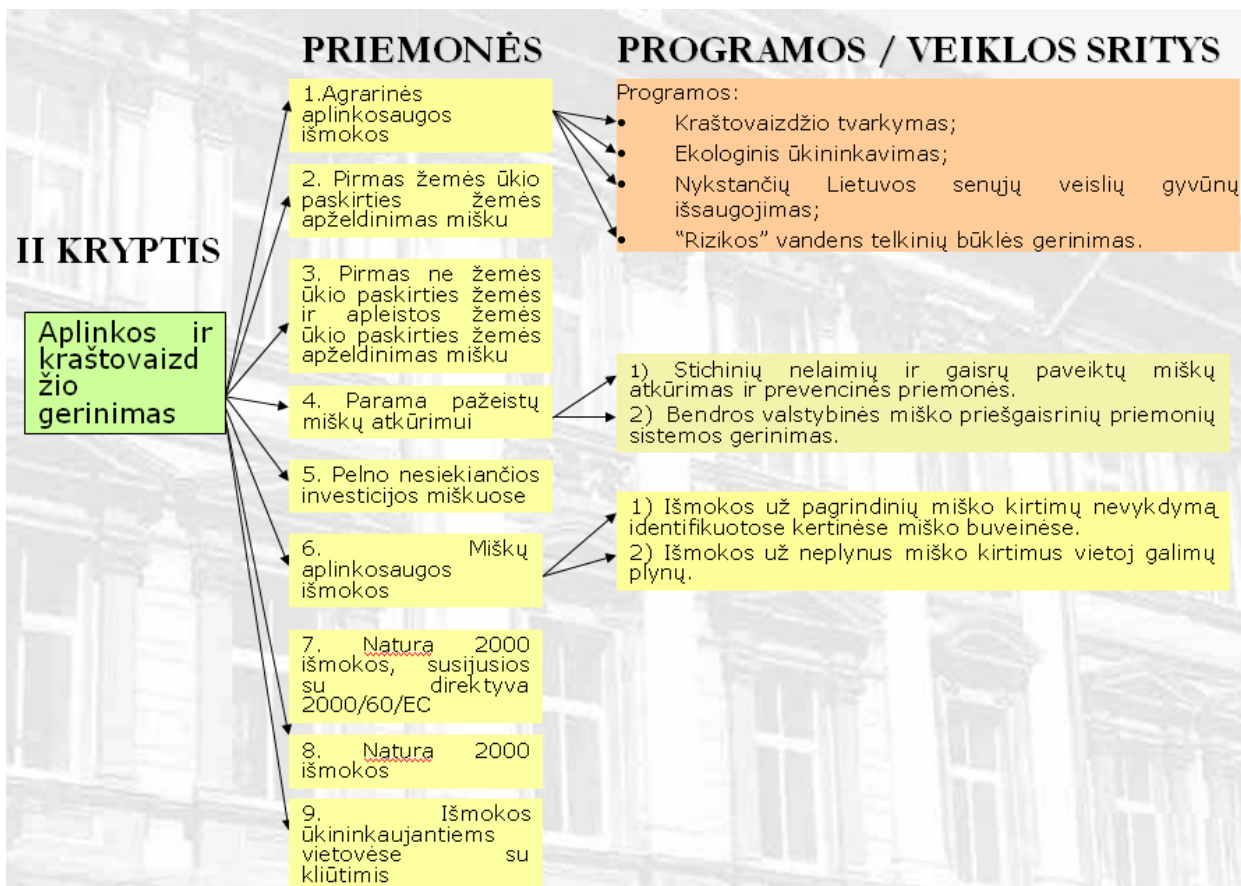
Pagal kaimo plėtros programą 2007-2013 m. yra numatytos trys plėtros kryptys, iš kurių viena – aplinkosaugos ir kraštovaizdžio gerinimas. (3 pav.). Šios krypties tikslas yra aplinkosaugos ir kraštovaizdžio puoselėjimas remiant žemės resursų valdymą. Šiai kryptčiai skirta 36,48 proc. visos programos skirtų pinigų, ir tai sudaro 2.847,15 mln. Lt. [42]

Septynerių metų laikotarpiui ekologiškai ūkininkaujantiems skirta 10 proc. (apie 800 mln. Lt) viso 2007-2013 m. KPP biudžeto. [11]

Naujieji pareiškėjai, <...>, paraiškas teikė jau pagal naująją Lietuvos kaimo plėtros 2007-2013 m. programą, kurioje viena iš priemonės „Agrarinės aplinkosaugos išmokos“ programų taip pat skirta ekologiniam ūkininkavimui remti. [13]

Analizuojant pateiktą paveikslą (žr. 3 pav.) matyti, kad Kaimo plėtros programos II-oje kryptyje numatytos 9 priemonės, tarp kurių yra anksčiau minėtoji – Agrarinės aplinkosaugos išmokos. Ši priemonė turi dar keturias programas: kraštovaizdžio tvarkymas; Ekologinis ūkininkavimas; Nykstančių Lietuvos senųjų veislių gyvūnų išsaugojimas ir „Rizikos“ vandens

telkinių būklės gerinimas. Taigi, ekologinis ūkininkavimas, kaip ir minėtosios kitos programos/veiklos sritys skirtos aplinkos gerinimui.



3 pav. Kaimo plėtros programos II krypties priemonės ir programos [43]

Ekologinio ūkininkavimo programos tikslas – remti ekologinį ūkininkavimą kaip gamybos sistemą, kuri užtikrina kokybiškų maisto produktų, turinčių geras perspektyvas rinkoje, gamybą.

Ekologinis ūkininkavimas visų pirma, yra svarbi agrarinės aplinkosaugos priemonė, nes padeda išlaikyti ir gerinti dirvožemio kokybę, mažinti vandens ir oro taršą, išsaugoti ekosistemų stabilumą ir biologinę įvairovę. Šis ūkininkavimo būdas padeda puoselėti senąsias, aplinkos nežalojančias ūkininkavimo tradicijas ir išsaugoti autentišką agrarinį kraštovaizdį. [52]

Pagal šią programą parama skiriama už sertifikuotą ir deklaruotą plotą, naudojamą ekologiškų žemės ūkio ir maisto. Paramos lygis: javai – 215 EUR/ha; daržovės, bulvės – 440 EUR/ha; vaistažolės – 487 EUR/ha; uogynai, sodai – 516 EUR/ha; daugiametės žolės – 127 EUR/ha.

Maksimali parama ekologiniam ūkiui negali būti didesnė kaip 43 478 EUR. [21]

Šioje programoje pagrindinės naujovės, siejamos su ekologiniu ūkininkavimu yra ta, kad:

- Parama siejama su produkcijos tiekimu į rinką.

Maksimali paramos suma valdai – 150 000 Lt. [43]

Norint gauti paramą ūkininkams užsiimantiems ekologiniu ūkininkavimu keliami tam tikri reikalavimai:

- Laikytis ekologinės žemės ūkio gamybos taisyklių, patvirtintų Europos Sąjungos ir nacionalinės teisės aktais, ne trumpiau kaip pareiškėjo įsipareigojimuose numatytą agrarinės aplinkosaugos laikotarpį.
- Pateikti ekologinio ūkio sertifikata, išduotą ekologinių ūkių sertifikavimo įstaigos;
- Kasmet deklaruoti žemės ūkio naudmenas.
- Bent dalį produkcijos parduoti ir teikti į rinką. Šio reikalavimo taikymo taisyklės patvirtintos žemės ūkio ministro įsakymu, kuriame nurodoma, kad šios programos dalyvis gaus išmokas tik tuomet, kai Nacionalinei mokėjimo agentūrai pristatys dokumentus apie parduotą produkciją. [41]

Ekologiškai ūkininkaujantiems teikiama parama, mokant tiesiogines išmokas už sertifikuotą, deklaruot žemės ūkio pasėlių plotą, naudojamą ekologiškų žemės ūkio produktų gamybą. Ūkininkai privalo užsiimti žemės ūkio veikla nuosavoje žemėje arba ją nuomotis mažiausiai 5 metus. Žemės valda turi būti įregistruota Žemės ūkio ir kaimo verslo registre, ne mažesnė kaip 1ha, nustatyta tvarka deklaruoti pasėliai, sertifikuoti ekologinei gamybai skirti plotai. Nacionalinės mokėjimo agentūros teritoriniuose skyriuose pildomos paraiškos paramai gauti. Prie paraiškos būtina pridėti ūkio planą su pažymėtais ekologinei gamybai skirtais plotais, ekologinės gamybos ūkio sertifikata, žemės nuosavybę įrodančius arba nuomos sutartį patvirtinančius dokumentus. [67]

Apibendrinant ES paramą, galima pastebėti, kad parama skiriama ekologiniam ūkininkavimui dėl kelių labai svarbių priežasčių. Visų pirma dėl to, kad tai aplinką tausojantis ūkininkavimas, antrą – šiame ūkyje užauginami kokybiški maisto produktai, turintys perspektyvą rinkoje. Taip pat reiktų pabrėžti, kad ES remia ekologiniu ūkininkavimu užsiimančius ūkininkus, kurie turi tam tikrą dalį užaugintos produkcijos nuo 1 ha. parduoti rinkoje, manau, tai neblogas sprendimas siekiant sumažinti ūkininkų piktnaudžiavimą vien tik gauti tiesiogines išmokas.

1.3. Ekologinių produktų sertifikavimas ir ženklimas

Nauda aplinkai ir maisto produktų kokybei gaunama gaminant ekologiškai švarius maisto produktus ne visada pasireiškia iš karto. Jeigu vartotojas tiesiogiai paremia ekologinę gamybą, nusprendamas ją pirkti, tai reikalingas ir tokios produkcijos žymėjimas. Patikimiems gamintojams reikėjo paramos, be kurios būtų buvęs neįmanomas įprastinės maisto produkcijos gamybos sumažinimas. Sertifikavimo programa yra būtina, kai ekoproductai parduodami naujoje rinkoje. Taip pat, turi būti užtikrinama, kad vietoj ekologinės produkcijos nebus parduota įprastinė produkcija.

Vartotojų ir gamintojų interesai - tiesiogiai palaikomi sertifikavimo programų, kurios remiasi standartais (taisyklėmis), inspektavimu (patikrinimu ar laikomasi nustatytų taisyklių) ir sertifikavimu (įvertinimu). Įvairiose valstybėse sertifikavimo programos turi skirtumų, kadangi yra skirtingos vietinės (aplinkos, klimato, kultūros socialinės) sąlygos. Pagrindiniai sertifikavimo procesai (privačių ar valstybinių organizacijų) turėtų būti vykdomi kompetentingai, tiksliai ir nepriklausomai. Ūkiai, perdirbėjai ir sertifikavimo organizacijos numato rinką šių ekologiškų ūkių produktams kaip „ekologiškai švariai pagamintiems“, o kaip prekės garantiją naudoja sertifikavimo organizacijos priimtą ženklimą. [55; 57]

Ekologiškų produktų sertifikavimas ir ženklimas lemia didžiulę jų paklausą rinkoje. Pagal Lietuvos ir tarptautines taisykles tik sertifikuoti ūkiai ir įmonės gali realizuoti ekologiškus produktus. Ekologinio ūkio inspektavimas ir sertifikavimas yra labai svarbus etapas ekologiškų produktų gamybos sistemoje. [40]

1.3.1. Ekologinės gamybos sertifikavimo reikšmė

Sertifikavimas – procedūra, kuri įrodo, kad produkcija (procesas, paslauga) atitinka standarto ar kito normatyvinio dokumento reikalavimus. [46]

Pagrindinis ekologinio ūkininkavimo Lietuvoje norminis dokumentas yra ekologinio žemės ūkio taisyklės: gamyba, perdirbimas, realizacija, ženklimas (nuolat peržiūrimos ir atnaujinamos), pakeitusios iki to laiko galiojusias „Bioorganinės žemdirbystės ir produktų perdirbimo taisykles“ [40]

Ekologinės gamybos ūkio sertifikavimas – tai viso žemės ūkio produkto gamybos proceso tikrinimas: nuo aplinkos sąlygų vertinimo, dirvos paruošimo, technologijų parinkimo iki produktų pateikimo vartotojui. Ekologinės gamybos žemės ūkio sertifikavimas skiriasi nuo kitų sertifikavimo rūšių tuo, kad tikrinamas visas gamybos procesas, o ne galutinis produktas. [17]

Lietuvoje ekologinį žemės ūkį sertifikuoja viešoji įstaiga „Ekoagros“. Įstaigos atstovai inspektuoja ir sertifikuoja ūkius, perdirbimo ir realizavimo įmones, taip pat atestuoja įmones, gaminančias arba prekiaujančias pagalbinėmis medžiagomis, kurios naudojamos ekologiniame ūkyje. [40]

Ekologiškos produkcijos sertifikavimo objektai yra šie:

- Gamintojai – jų žemė, gamybos pastatai;
- Gamybos sistema – gamybos ir perdirbimo metodai, procesai, dokumentacija;
- Produktai – jie ženklinami ekologinio žemės ūkio sertifikavimo programos ženklu.

Kontroliuojamas visas gamybos procesas – nuo pat produktų gamybos pradžios iki kol jie patenka vartotojui. [3]

P. Lazdauskas (2008) teigia, jog ekologiška produkcija sertifikuojama tokiais etapais:

1. Informacijos apie sertifikavimo tvarką suteikimas.
2. Prašymo sertifikuoti priėmimas.
3. Prašymo nagrinėjimas ir sprendimo priėmimas.
4. Priėmus teigiamą sprendimą: sutarties atlikti sertifikavimo darbus pasirašymas.
5. Ūkio, perdirbimo, prekybos ar kt. įmonės inspektavimas (jeigu reikia – tyrimų atlikimas).
6. Nutarimas dėl ekologinio ūkio/įmonės ar jos dalies statuso suteikimo.
7. Sertifikatų įforminimas ir išdavimas.
8. Sertifikuotos produkcijos kokybės, sertifikato ir sertifikavimo ženklo naudojimo tikrinimas.

Sertifikatas – pagal Ekologinio žemės ūkio taisyklės išduotas dokumentas, liudijantis, kad identifikuotas produktas ar gamybos procesas atitinka nustatytą Taisyklių reikalavimus. Sertifikatas suteikia teisę jame nurodytus produktus ženklinti atitinkamų produktų sertifikavimo ženklu.[40]

Tik sertifikuotas gamintojas turi teisę realizuoti savo pagamintą produkciją pagal reikalavimus kaip ekologišką. Ekologiškas produktas privalo būti paženklintas etikete, kurioje pateikiama pati svarbiausia informacija: ekologiškų produktų sertifikavimo ženklas, identifikuotas gamintojas, jo sertifikato numeris, sertifikavimo darbus atlikusi sertifikacijos įstaiga. [68]

Taigi, apibendrinant galima teigti, kad ekologinių ūkių sertifikavimas labai svarbus, kadangi tik taip galima pasitikėti, kad visi procesai ekologiniame ūkyje atitinka normas keliamus ekologiniams ūkiams. Be to, svarbus aspektas yra tai, kad sertifikuoti ūkiai gali naudotis išskirtiniu ekologiškų produktų ženklu kurį aptarsime plačiau 1.3.3. skyrelyje.

1.3.2. Ekologinės gamybos sertifikavimo rezultatai

Gamtinės, socialinės, ekonominės, tradicinės ir kitos aplinkybės lėmė ryškius Lietuvos regioninius skirtumus. Gyvulininkystės ir augalininkystės gamybos apimtys bei pajamų lygis tarp atskirų šalies regionų skiriasi keletą kartų. Geografiniu požiūriu ekologiškai ūkininkaujančių Lietuvoje daugiau yra pietrytinėje šalies dalyje, mažiau palankiose ūkininkauti vietose, tarp jų ir karstiniame regione, apimančiame dalį Biržų ir Pasvalio savivaldybių. 2005 m. ekologinis ūkininkavimas sudomino palankiose žemėse ūkininkaujančius – ekologinių žemės naudmenų plotas čia padidėjo 2,2 karto, o nepalankiose – tik 1,4 karto.

Lietuvoje 2007 m. pradžioje apie 4% visų deklaruotų žemės ūkio naudmenų yra sertifikuoti kaip ekologinės gamybos plotai. Pirmieji 9 ekologiniai ūkiai Lietuvoje buvo susertifikuoti 1993 m., 2000 m. jau veikė 230 ekologinių ūkių, 8 perdirbimo ir 11 prekybos įmonių, 2005 m. – 1811 ūkių, apimančių daugiau nei 69,4 tūkst. ha visuose šalies regionuose, o 2006 m. sertifikuoti 2340 ūkių (iš

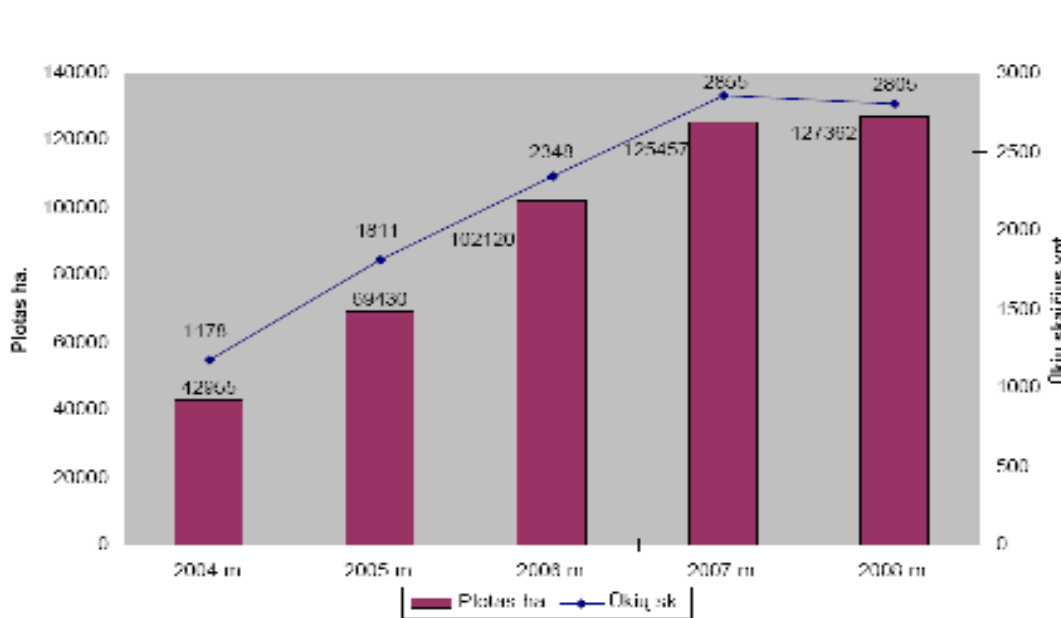
jų 14- žuvininkystės ūkių), 19 ekologiškų produktų tvarkymo įmonių, 11 pagalbinių medžiagų tvarkymo ir prekybos įmonių. Bendras sertifikuotas ekologinės gamybos plotas 2006 m., lyginant su 2005 m., padidėjo 68% ir sudarė 101720 ha. Atitinkamai turėtų būti pagaminama ir ekologiškos produkcijos, tačiau mūsų šalies rinka dar yra nedidelė, prekybos ekologiškais produktais sistema formuojasi per lėtai. [65]

2008 metais buvo sertifikuoti 2 805 ūkiai (iš jų -13 žuvininkystės ūkių), o sertifikuotas ekologinės gamybos plotas sudaro 127 362 ha – apie 5 % deklaruotų tiesioginėms išmokoms žemės ūkio naudmenų ploto. 2008 metais, palyginti su 2007 m., ekologinių ūkių skaičius sumažėjo 2 proc., o sertifikuoti plotai padidėjo 2 proc., nes vidutinis sertifikuoto ūkio dydis padidėjo iki 45,4 ha.

Lietuvos ekologiniame žemės ūkyje iki 2004 metų dominavo smulkūs ūkiai. Pastaraisiais metais į ekologinę gamybą pasuko didelių gyvulininkystės ūkių šeimininkai, todėl didžiausi sertifikuoti ūkiai yra Ignalinos, Kėdainių, Biržų, Rokiškio, Švenčionių rajonuose. Ignalinoje vidutinis ūkio dydis siekia net 69,49 ha. Mažiausi sertifikuoti ūkiai yra Elektrėnų savivaldybėje, ten vidutinis ūkis yra 12,15 ha. [25]

Analizuojant 4 paveikslą matyti, kad ekologinių ūkių skaičius nuo 2004 m. iki 2007 m. gana sparčiai augo, ir 2008 m. ekologinių ūkių skaičius sumažėjo, tačiau bendras plotas, kad ir nežymiai, bet padidėjo. Ekologinių ūkių skaičiaus sumažėjimas anot T. Demeikio, Rasos Jagaitės straipsnyje „Ekologinio ūkininkavimo entuziazmas nuslopo“, rodo, kad 2008 m. yra stabilizavimosi metai, kai ūkių skaičius ir plotas po daugelio metų spartaus augimo tempų nusistovėjo, be to T. Demeikis įvardija ir kelias priežastis tokios situacijos susiklostymui:

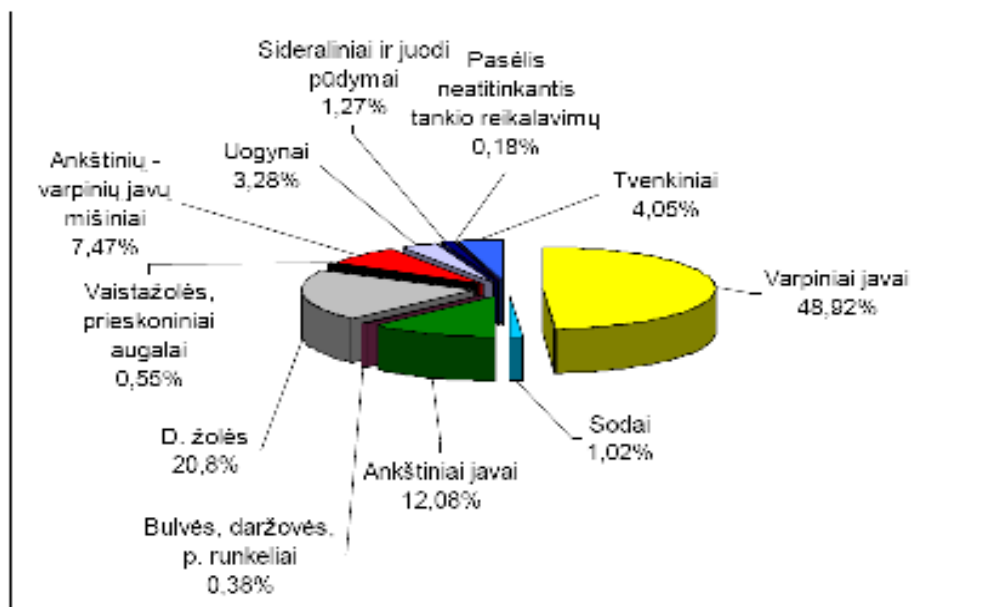
- daugeliui ūkininkų 2008 m. baigėsi įsipareigojimas užsiimti ekologiniu ūkininkavimu penkerius metus, ir jie nebesiryžta vėl dalyvauti naujoje penkerių metų programoje;
- sumažėjo išmokos už ekologinius plotus;
- reikalinga pateikti dokumentus, įrodančius, kad buvo realizuotas nustatytas ekologiškos produkcijos kiekis iš hektaro kiekis;
- griežtėja ekologinio ūkininkavimo taisyklės



4 pav. Ekologinių ūkių skaičius ir sertifikuoto ploto kitimas 2004 - 2008 m. (Šaltinis: Viešosios įstaigos „Ekoagros“ duomenys)

Lietuvoje ekologiškai ūkininkaujančių daugiau yra pietrytinėje šalies dalyje bei mažiau palankiose ūkininkauti vietovėse (žr. 2 priedas). [54]

Analizuojant 2 priede esančius paveikslus taip pat matyti, kad pagal pateiktus sertifikuotų ūkių skaičius įvairiose Lietuvos rajonuose 2006 m. ir 2007 m. didžiausi ekologinių ūkių skaičiai tiek 2006 metais tiek 2007 metais išliko tuose pačiuose vietose – Biržuose, Ukmergėje, Trakuose, Šalčininkuose ir Raseiniuose. Taip pat 2007 m. prie daugiausiai sertifikuotų ūkių skaičiaus prisidėjo Šalčininkų rajonas.



5 pav. Ekologiškų augalų ploto (įskaitant pūdymus ir tvenkinius) struktūra 2008 m. (Šaltinis: Viešosios įstaigos „Ekoagros“ duomenys)

Lietuvos ekologinių ūkių pasėlių struktūroje 2008-aisiais, kaip ir ankstesniais metais dominuoja varpiniai ir ankštiniai javai. Pasėlių struktūroje varpiniai javai sudaro 49 proc., ankštiniai - 12 proc., ankštinių – varpinių javų mišiniai – 7 proc., o daugiametės žolės – 21 proc. (žr. 5 pav.). [25]

Taip pat analizuojant 5 paveikslą matyti, kad daržovės, bulvės ir p. runkeliai sudaro 0,38 % viso ekologiškų augalų užimamo ploto.

Ekologiniai ūkiai Lietuvoje yra mišrūs: jie augina skirtingus produktus – grūdus, bulves bei gamina gyvulininkystės produktus. Tik keletas ūkių specializuojasi auginti vaisius, daržoves, uogas, vaistažoles ir gaminti medaus produktus. [65]

1.3.3. Ekologiškų produktų ženklėjimas

Pažymėtina, kad D. E. Schultz, E. B. Betz (1994), R. Virvilaitė (1997), LR Prekių ženklų įstatymas (2000), R. Kuvykaitė (2001), J. E. McCarthy (1990) vienodai teigia, jog prekės ženklas – tai pavadinimas, ženklas, simbolis, pakuotė, vardas, emblema, etiketė, devizas (spalva, forma, dizainas) arba jų derinys, naudojami atpažinti vieno pardavėjo ar jų grupės siūlomoms prekėms ir/arba paslaugoms atskirti nuo konkurentų paslaugų ar prekių. Be to, LR Prekių ženklų įstatyme (2000) pažymima, kad jis nustatyta tvarka turi būti užregistruotas ir teisiškai saugomas prekės žymuo.

Kaip teigia D. Aleliūnaitė, R. Urbanskienė (2000), prekės ženklo atliekama vertės funkcija – išskirtinės prekės savybės, susiformavusios vartotojo sąmonėje bei suteikiančios papildomą vertę prekei.

Kitas autorius D. A. Aaker (1995) teigia, jog prekės ženklo vertė – tai įmonės turto ir įsipareigojimų visuma, siejama su prekės ženklu, jo simboliu, kurie padidina arba sumažina vertę, sukurtą prekės ar paslaugos įmonės arba vartotojų naudai.

R. Urbanskienė, R. Vaitkienė (2006) prekės ženklo vertę nusako kaip įvairiapusį efektą – tam tikros prekės ženklo vartotojų dalies, paskirstymo kanalo dalyvių ir įmonės gamintojos asociacijų ir elgsenos visuma, kuri leidžia prekės ženklui uždirbti daugiau pajamų ir pasiekti didesnių pardavimo mastų, negu jų galima būtų pasiekti neturint prekės ženklo vardo. Beje ji suteikia prekės ženklui stiprų ir diferencijuotą pranašumą prieš konkurentus. Prekės ženklo vertė didina prekės ženklo paskirstymo tikimybę, formuoja lojalumą jam ir „izoliuoja“ prekės ženklą nuo konkurentų grėsmių.

Taigi, išanalizavus prekės ženklo apibrėžimus ir suteikiamą naudą, galima pastebėti, kad jis turi kelis elementus, kurie yra apčiuopiami ir neapčiuopiami. Apčiuopiami tai tokie kaip pavadinimas, simbolis ar ženklas, o neapčiuopiami – tai pridėtinė prekės vertė, išskirtinės savybės ir panašiai. Susipažinus su prekės ženklo sąvoka, būtina susipažinti su ekologiškų produktų ženklu, kuris taip pat naudojamas ir ekologiškų daržovių ženklėjimui.

Ekologiškų žemės ūkio ir maisto produktų paklausa ir pasiūla rinkoje didėja. Pirkėjui būtina suteikti galimybę suprasti, kad būtent tokie produktai yra pagaminti, laikantis ekologinei gamybai keliamų reikalavimų. Žemės ūkio ministerija siekia didinti žmonių pasitikėjimą ekologiškais produktais, skatinti ekologiškų produktų pardavimus tiek Lietuvos, tiek kitų ES šalių rinkose. [67]

Lietuvoje nuo šiol ekologiški žemės ūkio ir maisto produktai bus žymimi vienu ženklu - „Ekologinis žemės ūkis (žr. 6 pav. a). Tuo tarpu ženklo „Ekoagros“ nuo sausio 6 d. ant tokių produktų jau nebeturi būti (žr. 8 pav. b). Laikina išimtis taikoma tik tais atvejais, jei yra pagamintos pakuotės atsargų ir jei ekologiški produktai jau pagaminti ir (arba) supakuoti. Tuomet jie gali būti ženklinami pagal senąją tvarką ir tiekiami rinkai tol, kol baigsis šios pakuotės arba produktai, tačiau ne ilgiau kaip iki 2010 m. sausio 1 d. [37]



a) Ženklas „Ekologinis žemės ūkis“



b) Ženklas „Ekoagros“

6 pav. Ekologiškų maisto produktų ženklinimas Lietuvoje. [37]

Taip nuspręsta, atsižvelgiant į augančią ekologiškų žemės ūkio ir maisto produktų paklausą ir didėjančią rinkai tiekiamų šių produktų įvairovę. Pirkėjui turi būti suteikta galimybė suprasti, kad būtent šie produktai yra pagaminti, laikantis ekologinei gamybai keliamų reikalavimų.

Ženklinti produkciją šiuo ženklu neprivaloma tik tiems ūkio subjektams, kurie, tiekdami rinkai ekologiškus produktus, turi ūkininko ūkio registravimo pažymėjimą arba žemės ūkio valdymo ar naudojimo patvirtinimo dokumentus, ekologinio ūkio sertifikatą ir ekologiškus produktus patys tiekia rinkai galutiniam vartotojui. [37]

Tais atvejais, kai produktas ženklinamas ES ženklu (7 pav.), nurodytu 2008 m. rugsėjo 5 d. Komisijos reglamento (EB) Nr. 889/2008 kuriuo nustatomos išsamios Tarybos reglamento (EB) Nr. 834/2007 dėl ekologinės gamybos ir ekologiškų produktų ženklavimo įgyvendinimo taisyklės dėl ekologinės gamybos, ženklavimo ir kontrolės, ir ženklu „Ekologinis žemės ūkis“, abu šie ženklai turi būti pateikiami ant produkto pakuotės vienas šalia kito. [67]

ES ekologinės gamybos logotipas suteikia vartotojams galimybę pasitikėti jų vartojamo maisto ir gėrimų kilme bei kokybe, o kiekvieno ekologiško produkto ženklavimas logotipu užtikrina produkto atitikimą ES ekologinės gamybos Reglamento reikalavimams.

Šiuo metu ekologiškos produkcijos gamintojai gali pasirinkti, ar naudoti ES logotipą ant savo produkcijos pakuotės. Nuo 2010 m. liepos 1 d. jis taps privalomas. ES logotipo naudojimo privalumas yra tas, kad vartotojai visose šalyse narėse galės lengvai atpažinti ekologišką produktą, kad ir iš kur jis būtų atvežtas. [48]



7 pav. ES ekologinės gamybos logotipas

Ženklavimas ES logotipu šiuo metu yra savanoriškas, tačiau jis bus privalomas ženklaviant fasuotus maisto produktus, kai 2009 m. pradžioje įsigalios naujasis ES ekologinės gamybos reglamentas. Iš trečiųjų šalių importuotiems produktams ir po šios datos logotipo naudojimas nebus privalomas. Įsigaliojus naujam Reglamentui, ženklaviant produktus kartu su ES logotipu, turės būti nurodoma, kurioje vietoje buvo išaugintos pagrindinės produkto sudėtyje esančios žemės ūkio kilmės žaliavos. Šioje nuorodoje gali būti nurodoma: „ES“, „ne ES“ arba konkrečios šalies, kurioje produktas ar pagrindinė produkto žaliava buvo išauginta, pavadinimas.

Jei gamintojai nori parduoti savo produktus kitoje ES šalyje, jiems gali naudoti papildomą tos šalies logotipą, kuris yra pažįstamas toje rinkoje. ES logotipo naudojimas, suteikiantis pripažinimą visoje ES, gali padėti išvengti šio dvigubo ženklavimo. [48]

A. Gutkauskas (2005) išskiria dar šį ekologiškų maisto produktų pakuočių ženklavimo logotipą, garantuojantį produkto ekologiškumą [31] :

Užrašas „Ekologiškas“. Jei ant pakuotės etiketės yra toks užrašas, tai maisto produktas yra ekologiškas. Į jo sudėtį įeina ne mažiau kaip 95 proc. ekologiškų sudėtinių dalių, bei jis yra išaugintas ar pagamintas ekologiniame ūkyje (8 pav.).



8 pav. Logotipas „Ekologiškas“ [26]

Apibendrinant galima teigti, ekologinis ūkis turi savo specialų ženklą, kuriuo gali ženklinti ekologiniame ūkyje užaugintą produkciją. Pirmą ekologinę produkciją buvo ženklinama keliais išskirtiniais ženklais, tačiau nuo šiol, kad būtų galima lengviau atpažinti ekologiškus produktus šie bus ženklinami vienu ženklu „Ekologinis žemės ūkis“. Taip pat su „Ekologinis žemės ūkis“ ženklu gamintojas gali kartu naudoti ES logotipą, kuris yra bendras visuose Europos šalyse. Be to ES ekologinio žemės ūkio logotipas bus privalomas nuo 2010m. liepos 1d.

1.4. Ekologiškos produkcijos kokybė

Ekologinio žemės ūkio tikslas yra gaminti pakankamą kiekį aukštos kokybės, didelės maistinės vertės saugių maisto produktų. Produktai, pagaminti ekologinio žemės ūkio sistemoje pagal Ekologinio žemės ūkio taisykles, vadinami ekologiškais žemės ūkio produktais. Ekologiški produktai nuo kitų žemės ūkio produktų skiriasi tuo, kad visoje produktų gamybos sistemoje nuo lauko (tvarto) iki vartotojo stalo laikomasi griežtų Ekologinio žemės ūkio taisyklių reikalavimų, gamyba yra tikrinama, o produkcijai taikoma produktų kilmės sertifikacija. [56]

Lietuvoje, kaip ir visame pasaulyje, vis didesnis dėmesys yra skiriamas maisto produktų kokybei. Tai lemia LR vyriausybės agrarinė politika, kurios viena iš prioritetinių krypčių yra geros kokybės maisto produktų gamybos ir rinkos sukūrimas. Tai sąlygoja ir naujas pirkėjų požiūris į maistą bei žmonių susirūpinimas didėjančia aplinkos tarša bei įtaka sveikatai, o taip pat, galimybė pasirinkti produktus esant didelei produktų gausai ir įvairovei. Maisto produktų kokybė – tai savybių, sąlygojančių jo tinkamumą tenkinti tam tikrus vartotojo poreikius pagal išreikštą ar numanomą paskirtį, visuma. <...> Produktų kokybė reiškia ne tik maistinių savybių (fizinių, cheminių, mikrobiologinių) charakteristikomis, bet ir maisto saugą nusakančiais rodikliais. Bendrieji maisto produktų saugos rodikliai ir didžiausios leidžiamos teršalų koncentracijos normos yra nustatytos Lietuvos higienos normose. [60]

Žmonijos raidoje maistas – svarbiausias bioenergetinis šaltinis, atspindintis regiono ir tautos Kultūrą. Maistas yra kiekvienos valstybės valdymo mechanizmo svarbi reguliavimo sritis, nusakanti valdančių institucijų požiūrį į ekonominių, ekologinių ir socialinių klausimų sprendimą.

Lietuvoje kaip ir visame pasaulyje didėja dėmesys maisto produktų kokybei. Maisto produktų kokybė išreiškiama maistinių savybių bei produkto saugos rodiklių visuma. <...> Palyginus ekologiniuose ūkiuose išaugintą produkciją su įprastine, nustatyta, kad ekologiškuose produktuose teršalų yra mažiau, tačiau statistiškai patikimo skirtumo nėra. Tikslesnius rezultatus galima gauti tik atlikus daugiau tyrimų. [60]

Ekologiškų žemės ūkio produktų paklausa didėja, nes pirkėjai įsitikinę jų pranašumu prieš įprastinius. Vartotojai, besirūpinantys maisto saugumu bei aplinkos apsauga, teikia pirmenybę ekologiškiems produktams. Produktų kokybę pirmiausia lemia jų gamybos būdas. Ekologinis gamybos būdas skiriasi nuo įprastinio tuo, kad siekiama išauginti ekologiškus žemės ūkio produktus nenaudojant sintetinių trąšų, pesticidų ir augimo stimuliatorių. Ekologiškų produktų kokybės garantas griežtos gamybos taisyklės ir kontrolė viso proceso metu nuo lauko iki stalo. [2]

Ekologiškiems produktams keliami dideli reikalavimai. Ekologiškų produktų kokybės samprata turi būti bendra ir gamintojui, ir perdirbėjui, ir ypač vartotojui, kurie dažnai turi skirtingą kokybės supratimą. Kokybės apibrėžimas turi dvi puses – tai gyvybinių procesų ir produkto sudėties apibūdinimai. Kokybės apibrėžimas turi būti labai susietas su gydytojo požiūriu į produkto įtaką žmogaus sveikatai. Visi šie reikalavimai kartu apibrėžiami kaip kompleksinė (vitalinė, visumos) produkto kokybė, pagrįsta įvairiapusiu produkto kokybės vertinimu ir galima naudojant naujus kokybės vertinimo metodus. Maisto produktų kokybės – tai nustatytų ir nustatomų savybių visuma, priskirta atitinkamai kokybės kategorijai. Ši sąvoka yra kompleksinė, tačiau dažnai susiduriame su objektyviu įvertinimu bei mokslinėje literatūroje nurodytais dalinės kokybės apibrėžimais arba jų sinonimais (žr. 1 lentelė). [67]

Kaip matyti 1 lentelėje maisto produktų kokybinės kategorijos gali būti išreiškiamos per įvairias prizmes. Kokybė gali būti vertinama pagal tam tikros atitikties vertę, skoninę vertę, maistinę vertę. Dažnai kokybė gali būti susijusi ir su psichologine išraiška, kai vartotojai naudojant įvairius maisto produktus, tarp jų ir ekologiškus produktus, turi tam tikrus lūkesčius ar pan. Išreiškiant maisto produktų kokybę gali būti vertinamos tokios kategorijos, kaip ekologinė ar politinė vertė. Ekologiniame ūkyje auginant maisto produktus atsižvelgiama į aplinkos tausojimą, todėl svarbu, kad žmonės suprastų, jog perkant ekologiškus produktus prisidedama prie gamtos saugojimo.

1 lentelė

Maisto produktų kokybinės kategorijos (Sicher, Oeverman, 1988)

ĮPRASTINĖ KATEGORIJA	SINONIMAI KULTŪROS ŠALTINIUIOSE
Atitikties vertė	Naudingumo vertė, rinkos vertė, naudos vertė, naudojimosi vertė.
Skoninė vertė	Sensorinė kokybė, organoleptinė vertė
Maisto vertė	Mitybinė vertė, sveikatingumo vertė, maistingumas, biologinė vertė, mitybinė – fiziologinė vertė
PAPILDOMOS KATEGORIJOS	
Psichologinė vertė	Idealioji vertė, lūkesčiai, prestižas, apdovanojimas,
Socialinė vertė	Pripažinimas
KITOS KATEGORIJOS	
Ekologinė vertė	Aplinkos apsauga, energetinės sąnaudos
Politinė vertė	Perprodukcija, humanitarinė pagalba, eksportas – importas

Produkto kokybės sąvokos prasmė priklauso nuo paties žmogaus įvertinimo ir esamų mokslo laimėjimų toje srityje. Žinoma, maisto kokybė tik iš dalies atspindi mūsų mitybą, nes reikia atkreipti dėmesį į maisto ruošimą, vartojimo būdą ir dažnumą, tų pačių maisto medžiagų kiekio per laiko vienetą sunaudojimą, tenkinant individualius žmogaus poreikius.

Ekologinės gamybos produktai didesne ekologine verte pasižymi todėl, kad gaminami pagal griežtas ekologinio ūkininkavimo taisykles. Įprastinės produkcijos gamybai būdingas neigiamas poveikis aplinkai: didelis teršalų poveikis aplinkos orui, dirvožemiui, vandenims, nykstančioms rūšims, be to, intensyvus ūkininkavimas keičia tradicinį kaimo vietovių kraštovaizdį. [66]

Ekologiški produktai pasižymi maistingumu bei geromis skoninėmis savybėmis. Auginant ir gaminant ekologiškus žemės ūkio ir maisto produktus nebuvo naudota sintetinių cheminių medžiagų, hormonų ar antibiotikų. Be to ekologiški žemės ūkio ir maisto produktai nėra genetiškai modifikuoti. [28]

Ekologiški maisto produktai neužteršti kenksmingomis cheminėmis medžiagomis – sunkiaisiais metalais, pesticidų likučiais, nitratų pertekliumi, antibiotikais, hormonais, jų sudėtyje nėra sintetinių maisto priedų – dažiklių, saldiklių, konservantų, emulsiklių ir kt. Ekologiški maisto produktai pranašesni ir tuo, jog vitaminų ir mineralų kiekiai juose, palyginus su neekologiškais, yra didesni. Ekologiškame maiste nėra genetiškai modifikuotų organizmų. Ekologiškų produktų standartai draudžia juos naudoti šių produktų gamybai, net gyvuliams duodamuose pašaruose jų negali būti. [8]

Taip pat ir R. Baltinaitė (2005) teigia, kad kiekvienais metais vis populiarnesni pasaulyje, o taip pat ir Lietuvoje, tampa ekologiški produktai, kurie auginant augalus ar gyvulius ir gaminant ekologiškus žemės ūkio ir maisto produktus nenaudojant sintetinės cheminės medžiagos, hormonai ar antibiotikai, jie nėra genetiškai modifikuoti. Specialistai pripažįsta, kad ekologiški produktai yra sveikesni ir saugesni, pasižymi maistingumu bei geromis skoninėmis savybėmis. Jie neužteršti sunkiaisiais metalais, pesticidų likučiais, nitratų pertekliumi, jų sudėtyje nėra sintetinių maisto priedų. Produktų kokybę garantuoja griežti ekologiškiems žemės ūkio ir maisto produktams keliami reikalavimai bei kontrolė.

Ekologiškų produktų sertifikatas liudija, kad produktai pagaminti pagal Ekologinio žemės ūkio taisyklių reikalavimus, t. y. nusako produktų kilmę. Kilmė negali būti nustatyta įvairiais produktų analizės metodais, kaip tai daroma kitose produktų kokybės sertifikavimo sistemose. Ekologiškų produktų gamybos procesas pagal nustatytas taisykles, produktų kilmę garantuoja jų kokybę. Gamybos proceso sertifikavimas yra kartu produktų ir kokybės sistemų sertifikavimas, nes yra tikrinamas visas gamybos procesas nuo aplinkos sąlygų, dirvos paruošimo, technologijų parinkimo iki produktų pateikimo vartotojui. [10]

Kasdien perskaitome ant etikečių maisto produktų sudėtis, kuriose gausu E raidžių – tai įvairūs dažikliai, konservantai, antioksidantai, spalvos fiksatoriai, emulsikliai, stabilizatoriai, saldikliai. Maisto priedai naudojami tam, kad būtų prailgintas produkto vartojimo laikas, suteikta patrauklesnė spalva, kvapas, jis taptų kietesnis ar tirštesnis. Tačiau šitaip „pagerinta“ kokybė yra pavojinga žmogaus sveikatai. Gali sukelti alergiją, virškinimo ir šlapimo sistemos sutrikimus, netgi vėžinius susirgimus.

Ekologiški žemės ūkio ir maisto produktai pasižymi maistingumu bei geromis savybėmis. Juose yra daugiau vitamino C ir būtinausių mineralų: kalcio, magnio ir chromo taip pat priešvėžinių antioksidantų. <...> Maistas tuo sveikesnis, kuo arčiau ir natūraliau jis pagamintas, todėl geriausia jį pirkti tiesiai iš ūkininkų. Galima įsigyti ekologiškai užaugintų javų, daržovių, uogų, vaisių, vaistažolių, prieskonių bei perdirbtų produktų - miltų, pieno ir kt. Ekologiškas maistas yra sveikesnis ir saugesnis, daugeliui netgi skanesnis. Tiesa, sertifikuoti ekologiški maisto produktai kainuoja brangiau, o jų galiojimo laikas irgi neretai trumpesnis. Tačiau tai geriausia investicija į pačių sveikatą, gerą savijautą ir saugią aplinką. [8]

Taip pat T. Demikis (2008) teigia, kad lietuviški ekologiški produktai atitinka aukščiausius gamybos standartus. „Ekologiškuose produktuose yra daugiau vitamino C ir būtinausių mineralų: kalcio, magnio, chromo, taip pat priešvėžinių antioksidantų“.

Kaip teigia V. Rutkoviėnė (2007) Lietuvoje, kaip ir užsienyje didėjant ekologiškų produktų paklausai ir gamybai, labai aktualūs tampa ekologiškų maisto produktų kokybės tyrimai produktų gamintojams ir vartotojams.

Perspektyviausios ekologiškų produktų gamybos sritys yra grūdų ir daržovių produktų gamyba. Ekologiškų pasėlių struktūroje Lietuvoje dominuoja javai, jų pasėliai sudaro 70 proc. Bendro sertifikuoto pasėlių ploto. Perdirbimo įmonės daugiausia superka ir nudoja perdirbimui ekologiškus kviečius ir rugius, jų kokybė ne visada atitinka kokybės reikalavimus ir sudaro problemų perdirbimui. Šviežių produktų grupėje populiariausios yra ekologiškos daržovės, jų auginimas sezoninis, o vartojimas trunka ištikus metus, vadinasi, didesnę išaugintos produkcijos dalį tenka kurti laiką išlaikyti ar perdirbti.

Gyventojų aprūpinimo kokybiškais ir saugiais produktais problema yra aktuali. Mokslo institucijos užsienyje ir Lietuvoje šį klausimą sprendžia jau seniai.

LŽŪU vykdomi tyrimai susiję su ekologiškų augalinių žaliavų sudėtimi, kokybės bei saugos gerinimo klausimais, tačiau nauji alternatyvūs maisto kokybės vertinimo metodai iki šiol taikomi mažai. Aplinkos instituto mokslininkai ir doktorantai pirmieji pradėjo alternatyvių elektrocheminių, popieriaus chromatografijos, biokristalizacijos kokybės metodų taikymą. Nemažą patirtį šioje srityje jau sukaupe Vokietijos, Danijos, Švedijos mokslininkai. <...> Įvertinus kitų šalių mokslininkų patirtį, būtina vykdyti Lietuvoje auginamų ekologiškų žaliavų ir perdirbtų produktų kokybės ir saugos rodiklių tyrimus, rengti rekomendacijas ūkininkams, perdirbėjams užauginamų ekologiškos produkcijos kokybės gerinimui. Praktinę naudą duos ekologiškų žaliavų ir produktų kokybės ir saugos rodiklių, šių produktų specifinių savybių, priimtimumo vartotojams nustatymas, naudojant kompleksinius standartinius ir alternatyvius perspektyvius kokybės vertinimo metodus.

Danijoje buvo atliekami ekologiško ir įprastinio pieno, natūralių, šviežiai išspaustų sulčių, iš koncentrato ruoštų sulčių popieriniame tetrapake, įvairaus rupumo kvietinių miltų tyrimai. Gauti biokristalizacijos metodu tyrimo rezultatai aiškiai parodė produktų gyvybingumo skirtumus – ekologiškų produktų paveikslų struktūra buvo daug turtingesnė, tankesnė ir gausesnė kristalų šakos nusako produkto oksidacinių – redukcinių savybių suderinamumą. <...> tyrimai parodė, kad ekologiški produktai pasižymi didesni gyvybingumu ir geresnėmis antioksidacinėmis savybėmis. [62]

Maisto produktų sauga – viena svarbiausių vartotojo teisių. Vartotojas maisto produktų saugą suvokia per tam tikras jo savybes, pvz., šviežumą, skonį ir aromatą, naudingųjų medžiagų kiekį ir kt. [15]

Išanalizavus maisto produktų kokybės kriterijus galima teigti, kad ekologiški produktai pakankamai aukštos kokybės, pasižymintys didele maistine verte ir saugesni sveikatai, kadangi juos auginant ir gaminant nenaudojami sintetinės cheminės medžiagos, hormonai ar antibiotikai. Be to, ekologiškuose produktuose nėra genetiškai modifikuotų produktų. Pats ekologiškų produktų gamybos procesas pagal nustatytas taisykles, produktų kilmė garantuoja jų kokybę. Reikia paminėti

ir tai, jog ekologiškai auginant ir gaminant produktus reikia atsižvelgti į ekologę vertę, kadangi auginant ekologiškus produktus atsižvelgiama ir į aplinkos apsaugą.

1.5. Ekologiškų produktų realizacija

Ekologinio ūkininkavimo plėtra yra viena svarbiausių Lietuvos žemės ūkio strateginių krypčių. Tai įtvirtinta Žemės ūkio ir kaimo plėtros strategijoje iki 2006 m., taip pat ilgalaikėje strategijoje iki 2015 m. Lietuvos integracija į ES sukelia būtinumą gaminti tik konkurencingas prekes, t.y. konkurencingus žemės ūkio produktus. Dėl to išlaidų požiūriu būtina taikyti efektyvius ūkininkavimo metodus, aplinkai tinkamą ir socialiai priimtina įrangą. Tai leidžia kompleksiskai spręsti ekonomines, ekologines ir socialines problemas. Ekologinis ūkininkavimas tampa ir tampa dar svarbesnis Lietuvos žemės ūkio plėtros nacionalinėje strategijoje, nes sukuria reikalingas sąlygas stiprinti vietos rinką, didinti šalies eksporto potencialą bei spręsti kaimo socialines problemas.

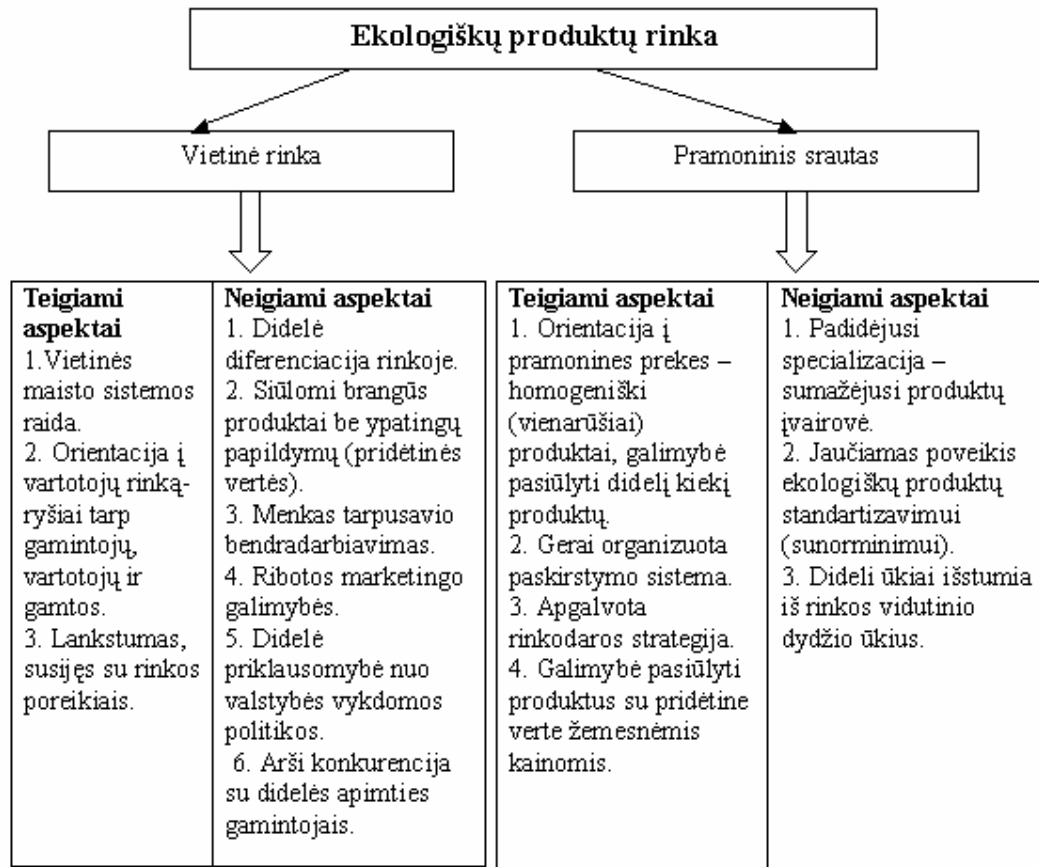
Ekologiškų produktų gamybai Lietuvoje yra visos prielaidos:

1. palanki ekologinė situacija;
2. valstybės parama;
3. besiplečianti vietos ir užsienio rinka ekologiškiems produktams;
4. tarptautinį pripažinimą turinti ekologinių ūkių sertifikavimo įstaiga „Ekoagros“.

Svarbūs ekologiško ūkininkavimo rinkodaros laimėjimai yra sertifikavimo sistemos bei Lietuvos ekologiškų produktų ženklo sukūrimas. Europos ekologiško ūkininkavimo veiksmų plane jau yra numatytas privalomas ES ekologiškos produkcijos ženklas. Vėl „Ekoagros“ sertifikuotą lietuvišką produkciją galima parduoti ir ES bendrojoje rinkoje. Lietuva yra vienas iš 18 pasaulio valstybių, gavusi IFOAM (Tarptautinės ekologinio žemės ūkio judėjimo federacija) akreditaciją ir priimta į UKROFS (Jungtinės Karalystės ekologiškų maisto produktų standartų registras). Taigi lietuviški ekologiški produktai atitinka aukščiausius standartus. [67]

1.5.1. Ekologiškų produktų paklausa Lietuvoje ir kitose šalyse

Anot B. Martinkaus ir V. Žilinsko (2001), rinka - tai visuma mainų santykių, pasireiškiančių pirkimo - pardavimo aktu tarp pardavėjų ir pirkėjų, kurių sprendimai bei perkamoji galia formuoja pasiūlą ir paklausą, bei jų tarpusavio ryšį. Ekologiški produktai yra integruojami į bendrą maisto produktų rinką, tačiau funkcionuoja ir kaip atskira sistema. Ekologiškų produktų rinka yra skirstoma į vietinę rinką ir pramoninę srautą. Abi šios kryptys turi ir pozityvius, ir negatyvius aspektus, kurie nulemia ekologiškų produktų tiekėjų pasirinkimą, kaip parduoti savo produkciją. (žr. 9 pav.) [49]



9 pav. Ekologiškų produktų rinka [53]

Nors sukurti tvirti teisiniai rinkodaros pamatai, ekologiškų produktų realizavimo sistema kol kas dar nėra susiformavusi. Nepakankamai dėmesio skiriama rinkos tyrimams bei rinkodarai. Skatinama produkcijos gamyba, o rinkos dar nesurastos. Viena iš mažo ekologiškų produktų rinkos augimo priežasčių – dar nesukurtos šių produktų prekybos struktūros. Tik 45% sertifikuotos produkcijos perduodama kaip ekologiška, už ją gaunamas 20 - 40% kainos priedas. Tai lemia kita (bene svarbiausia) nedidelės ekologiškų produktų paklausos priežastis – mažos gyventojų pajamos. [27]

Ekologiškų produktų pasiūlą formuoja perdirbėjai ir prekybininkai, kurie yra orientuoti į ekologiškų produktų vartotojus, todėl didėjant ekologinių ūkių skaičiui, daugėja norinčių perdirbti ir paruošti rinkai ekologiškus produktus. Ekologinė gamyba šalyje didėja greitai, o ekologiškų produktų rinkos plėtra nėra tokia greita, tačiau geros kokybės sveikatą tausojančių ekologiškų produktų paklausa rinkoje auga.

Lietuvos ekologiškų produktų paklausa daugiausia koncentruojama dideliuose miestuose, kur paprastai veikia didžiausi paskirstytojai. Atsižvelgiant į gana žymų ūkių išsisklaidymą, gamintojams pasiekti specializuotus pardavimo kanalus yra problemiška, o pavieniai ūkiai praktiškai neturi

faktiškai tiek finansinių išteklių, kad galėtų imtis efektyvių rinkodaros veiksmų. Tad ekologiniai ūkiai pirmiausia palaiko tiesioginį produktų pardavimą. Didelis šio pardavimo būdo privalumas – gamintojo galimybės kontroliuoti kainas ir pardavimą, greitas grįžtamosios informacijos srautas, tad ir galimybės derinti pasiūlą prie paklausos, trumpas pristatymo laikas ir jokių sutrikimų atsiskaitant. Tačiau gamintojas turi prisiimti visas pardavimo išlaidas ir riziką.

Prasidėjusi ekologiškų daržovių realizacija prekybos centruose turėtų pagreitinti šių produktų rinkos augimą. Sertifikuotais ekologiškais žemės ūkio produktais prekiauja VP MARKET prekybos centrai. Stambesni prekybos tinklai turi galimybes realizuoti nemažas ekologiškų daržovių partijas užsienio miestuose. VP MARKET turi rinkas Latvijoje, Lenkijoje, jų prekybos tinkle ekologiškų produktų dairosi ir verslininkai iš Vokietijos. Tačiau ne visi prekybos centrų užsakymai patenkinami dėl ekologiškų daržovių stygiaus, nors ūkininkui sumokama du - keturis kartus brangiau nei už produktus, užaugintus tradiciniuose ūkiuose. Šiuo metu į Lietuvą importuojamos įvairios ekologiškos daržovės iš Prancūzijos, Nyderlandų ir kitų šalių. Svarbiausios problemos, realizuojant ekologiškus produktus stambiuose prekybos centruose, yra gana didelis prekybinis antkainis bei aiškaus ekologiškų produktų paženkinimo trūkumas. Ekologiškų produktų stygius (menkas ekologiškų produktų asortimentas, nepastovus jų tiekimas) stabdo ir specialių ekologiškų produktų parduotuvių tinklo plėtrą bei riboja ekologiškų produktų reklamą. Ekologiškų daržovių paklausa Lietuvoje didėja, tačiau dar nesuformuota jų prekybos infrastruktūra. Šiuo metu dar nėra išryškėjusi populiariausia minėtų produktų prekybos forma. [27]

Ekologiniuose ūkiuose išaugintos daržovės dažniausiai realizuojami šviežios. Iš perdirbimo procesų šiuo metu plačiausiai taikomas džiovinimas. Tai vienas iš paprasčiausių perdirbimo būdų. Išauginami nemaži kiekiai ekologiškų pomidorų, todėl numatoma pradėti gaminti pomidorų bei daržovių padažus. Ekologiškų produktų perdirbama nedaug, nors jų paklausa didėja, ypač šaldytų daržovių. Asortimente laba mažai yra produktų, skirtų vaikų mitybai: daržovių tyrelių, sulčių.

Taigi Lietuvoje ekologiškų žemės ūkio produktų gamyba vis didėja, tačiau jų kiekis netenkina vidaus rinkos. Šalyje būtina plėsti ekologiškų žemės ūkio ir maisto produktų perdirbimą ir prekybos tinklą didinant asortimentą. [71]

Kiekvienais metais ekologiškas maistas įgauna vis didesnį populiarumą Europoje ir visame pasaulyje. Didžiausios, žvelgiant pasauliniu mastu, ekologiškų produktų rinkos yra Europos Sąjungoje, JAV ir Japonijoje. Ekologiškų produktų pasiūla rinkoje per pastaruosius 10 metų padidėjo iki 10 %. [23] Tokia sparti plėtra – nearti dirvonai ne tik ūkininkams, maisto perdirbėjams, prekybininkams, bet ir tyrinėtojams bei vartotojams.

Ekologiškų daržovių rinka Baltijos šalyse žengia pirmuosius žingsnius: dažniausiai čia prekiaujama neperdirbtomis daržovėmis. Tokia situacija susiklostė dėl to, kad ūkininkai dažnai užaugintą ekologišką produkciją parduoda kaip įprastinę – tik apie 10 % ekologiškos produkcijos

yra ženklinama tam tikrais ženklais. Daugiausia ekologiškų daržovių Baltijos šalyse parduodama tiesiog ūkininkų ūkiuose, turguje, didesniuose miestuose – įvairių mugių ir švenčių metu; šių produktų galima rasti nedidelėse parduotuvėse ir (labai retai) didžiuosiuose prekybos centruose. Dažniausiai esantys parduotuvėse produktų kiekiai yra nepakankami, tiekiami neperiodiškai.

Estijoje, pačioje šiauriausioje iš trijų Baltijos respublikų, ekologiškai įdirbami plotai sudaro 8 %. Tai didžiausias ekologinio ūkio procentas tarp naujų ES šalių. Estijoje registruoti 1173 ekologiniai ūkiai, kurių pusė verčiasi gyvulių auginimu. Populiariausi tarp ekologiškų gaminių yra grūdinių kultūrų produktai (avižių ar kukurūzų dribsniai) bei pieno produktai (jogurtas, sūriai). Didžiausias eksporto potencialas siejamas su pieno ir mėsos gaminiiais. Estijos rinka dar tik pradeda vystytis. Viena iš neišvystytos ekologinės rinkos priežasčių – perdirbtų ekologiškų produktų stoka. Prieš kurį laiką keli ekologiniai ūkiai įsteigė gamintojų bendriją „Esti Mahelina“, kad galėtų palengvinti ekologiškų mėsos produktų platinimą. Vienas svarbiausių ekologiškų pieno gamintojų Estijoje yra „Saidafarm“, kuri gamina kelias sūrių, grietinės ir jogurto rūšis. Gaminiais ūkis aprūpina 120 klientų (prekybos centrai, turgūs, mažesnės parduotuvės, kepyklos, vaikų darželiai), kurie užsakymus siunčia telefonu ar elektroniniu paštu. Estijoje vartotojai vertina ekologiškus produktus kaip sveikus ir nekenkiančius aplinkai. Tai geras pagrindas tolesnei ekologinio ūkio raidai.

Žvelgiant į ES šalis, galima teigti, kad Austrijoje yra daugiausiai ekologinių ūkių bei labai gerai organizuota vietinė ekologiškų daržovių rinka. Šioje šalyje parduodami ekologiški produktai sudaro 5 % visų parduodamų maisto produktų ir, tikimasi, kad per ateinančius 5 - 10 metų padidės iki 10 %. Į Austriją įvežama 30 % ekologiškų daržovių. Manoma, kad ateityje šis kiekis didės, nes vartotojai pageidauja vis įvairesnių maisto produktų. [28]

Austrijoje ekologiškai ūkininkauja 20,1 tūkst., arba beveik 9 % visų šalies ūkių, užimančių 345 tūkst. ha. Šiai šaliai būdingi stambūs ūkiai: 37 % ekologinių ūkių yra nuo 10 iki 20 ha. dydžio, o 44% - per 20 ha.

Ekologiškų produktų tiekimo rinkai srityje šiuo metu gerokai yra pažengusios tos šalys, kuriose plėtojamas šių produktų viešojo maitinimo įstaigų tinklas. Ekologiškų produktų viešosios maitinimo įmonės veikia daugelyje šalių, tarp jų ir kaimyninėje Latvijoje. Ypač tai populiariau Austrijoje, kurioje ekologiškų produktų galima paragauti įvairiuose restoranuose bei kitose viešojo maitinimo įstaigose, sodybose, kurios pažymėtos specialiu ženklu. [67]

Vokietijoje yra pati didžiausia ES ekologiškų produktų rinka, iš kurios 50 % sudaro importuojami produktai.

Kaip rašo Estijos žemės ūkio ir prekybos rūmų marketingo skyriaus vedėja P.Liivaaak (1999), pradedant ekologiškų daržovių rinkos paiešką ES, reikia atkreipti dėmesį į šiuos dalykus: kiekviena šalis turi savo maisto pramonės bei ekologinio žemės ūkio vystymosi pobūdį, savitas vartojimo

tradicijas bei specifinius vartotojų poreikius. Tikimasi, kad ekologiškų produktų paklausa dar bent 5-10 metų viršys pasiūlą, tačiau net ir esant tokiai situacijai, kai kuriose šalyse yra produktų, kurių pasiūla atitinka paklausą. Autorė mano, kad nepaisant įvairių minėtų kliūčių, ekologiškų daržovių rinka plėsis, nes pirkėjai rūpinasi vartojamų produktų kokybe, vis dažniau kreipiamas dėmesys į produkto kilmę. Ne mažiau svarbus ir vartotojų pasitikėjimas ekologiniu ženklu, skirtu ekologiškų daržovių ženklavimui, garantuojančiam produkto kilmę.

Ekologiškų daržovių paklausa Lietuvoje auga, tačiau iki šiol nėra suformuota ekologiškų produktų prekybos struktūra. Šiuo požiūriu reikia atkreipti dėmesį į dar vieną ekologinės produkcijos rinkos problemą, – kol kas tik apie 45 % sertifikuotos ekologiškos produkcijos yra parduodama kaip ekologiška, už kurią gaunamas 20 - 40 % kainos priedas (palyginti su įprastine produkcija). [28]

Lietuvoje svarbiausia iki šiol yra grūdinių kultūrų gamyba, sudaranti 60 % ekologiškų produktų apyvartos. Daržovės, ypač bulvės, morkos, burokai, kopūstai ir svogūnai, sudaro 35 % ekologinės apyvartos. Rinkoj siūlomas avių ir ožkų pienas, sūriai, jogurtas, mėsa, triušiena ir žuvis, jautiena. Neperdirbtų gaminių šiuo metu galima nusipirkti tik turguose, mugėse ar specializuotose parduotuvėse, kurių šiuo metu yra 108. Perdirbtos prekės parduodamos dažniausiai prekybos centruose, kur asortimentas apima 200 gaminių. Ekologiška produkcija prekiaujama ir parodose bei mugėse, kurios vis labiau populiarėja didžiuosiuose šalies miestuose. Didesnė ekologiškų gyvulininkystės ūkių produkcijos dalis eksportuojama į užsienį.

Vis daugiau Lietuvos gyventojų renkasi ekologiškus produktus. Lietuvoje vartotojai rinkosi produktus pagal šias tendencijas: 70 % vartotojų buvo labai svarbi maisto kokybė, 55 % - kaina, 19 % - kilmės šalis, 16 % vartotojų – teikė pirmenybę žinomam gamintojui, 15 % - maisto produkto tinkamumui sveikai mitybai. Kokybę labiausiai vertino vartotojai iki 40 metų, Tarnautojai ir specialistai, gaunantys vidutines pajamas, ir didžiųjų šalies miesto gyventojai. Į kainą daugiau dėmesio kreipė vyresnio amžiaus žmonės. Sveikai mitybai besidominčių moterų buvo dvigubai daugiau nei vyrų. Daugiau kaip pusė Lietuvos vartotojų pirmenybę skyrė vietinės kilmės pienui ir jo gaminiams, mėsei ir jos gaminiams. Daugiau nei 60 % vartotojų buvo svarbu anksčiau išvardytų gaminių skonis, apie 60 % vartotojų pasisakė už švarios aplinkos, kur produktai gaminami, svarbą, 55 % apklaustųjų vartotojų buvo svarbu, kad nenaudojami maisto priedai, ribojami hormonai, modifikuoti pašarai. Tai rodo, jog vidutinis lietuvis yra išprusęs ir sveika savo bei šeimos mityba besirūpinantis vartotojas, atidus aplinkos apsaugos problemoms Lietuvoje bei vertinantis šalies įmonių gaminamus ir į rinką tiekiamus gaminius.

Be to, reikia ieškoti įvairesnių ir patrauklių ekologiškų žemės ūkio produktų pateikimo vartotojui formų, pavyzdžiui, tokių, kurios sietųsi su poilsiu ir turizmu kaime. Ekologinis turizmas – vienas sparčiausiai žengiančių į priekį pasaulinio turizmo verslų. Lietuva – viena iš nedaugelio

Europos šalių, galinčių panaudoti tam savo gamtos turtus. Žinoma, kad ekologinis turizmas gali prisidėti prie jų išsaugojimo. Svarbiausi ekologinio turizmo principai:

- Rekreacinių gamtos teritorijų biologinės įvairovės išsaugojimas;
- Ekologinio turizmo veiklą įtrauktų regionų ekonominio stabilumo gerinimas;
- Ekologinio turizmo veiklos dalyvių ekologinės kultūros kėlimas;
- Rekreacinių teritorijų etnografinio statuso išsaugojimas.

Ekologiniuose ūkiuose auginant daržoves ar kitus augalus, labai svarbu apsirūpinti organinėmis arba natūralios kilmės mineralinėmis trąšomis. Šiuo požiūriu daug perspektyvesni mišrios gamybos ekologiniai ūkiai, kur gyvulininkystė derinama su augalininkyste. Ekologiniuose ūkiuose, kurie nelaiko gyvulių ir perka šias trąšas iš ekologinių ūkių, pelnas sumažėja 35%. Didžiausią ekologinę paramą gauna ūkiai, auginantys daugiau grūdinių kultūrų. Šiuose ūkiuose ekologiniam ūkininkavimui skirta parama sudaro beveik 70% visos gaunamos paramos, o pienininkystės ir galvijų auginimo ūkiuose – 60%. Išmokų dydis turi įtakos ekologinių ūkių gaunamų piniginių pajamų dydžiui. Vienas darbuotojas, dirbantis visą darbo dieną, didžiausias pajamas per metus gali gauti ūkiuose, kuriuose naudojama mažiau rankų darbo: javų ir kiaulininkystės, pienininkystės ir galvijų auginimo; kiek mažesnės pajamos bus – daržininkystės; ir mažiausios – vaistinių augalų auginimo ūkiuose. Remiamas ekologinis ūkininkavimas, plėtojamas didesniuose kaip 10 – 25 ha ūkiuose, duoda pakankamas pajamas, užtikrinančias vidutinės (trijų asmenų) šeimos pragyvenimą ir 1,5 – 2 darbuotojų užimtumą. Smulkesnių ūkių savininkai turėtų orientuotis į netradicinę ekologinę veiklą: vaistinių, prieskoninių augalų auginimą, uogų, retųjų paukščių auginimą. Mažiau palankiose ūkininkauti vietovėse, patraukliose rekreaciniu požiūriu, ekologinį ūkininkavimą perspektyvu derinti su kaimo turizmo paslaugomis (remtasi Lietuvos agrarinės ekonomikos institute atliktų tyrimų duomenimis). [67]

Svarbus etapas Lietuvos ekologinės žemdirbystės tolimesnei plėtrai buvo sertifikacijos įstaigos “Ekoagros” gauta IFOAM akreditacija, kuri atvėrė kelią Lietuvos ekologiškoms daržovėms į ES ir pasaulio rinkas. Įvairios pasaulio firmos norėtų pirkti tūkstančius tonų ekologiškų daržovių. Ekologiški produktai pasaulyje pripažįstami aukščiausios kokybės produkcija, todėl net Europos Sąjunga jų įvežimo nelimituoja. Atrodytų, kad rinkos problema lyg ir išspręsta, tačiau čia pat atsiranda ir kitos kliūtys, kurių ūkininkai vieni įveikti negali. P. Lazdauskas (1999) išskiria kelias kliūtis:

1) neužtenka vien atsisakyti naudoti sintetinių pesticidų ir mineralinių trąšų, reikia juos pakeisti alternatyviomis priemonėmis, o tam reikia ir supratimo, ir žinių;

2) nėra ekologiškos produkcijos rinkos struktūros, nėra organizacijų, kurios būtų tarpininkai tarp ūkininkų ir prekybos įmonių, padėtų surinkti, pakuoti, pateikti pirkėjams Lietuvoje ir užsienyje šią produkciją;

3) bene didžiausia problema – per mažas išauginamas ekologiškų daržovių kiekis.

Naujus ekologiškų produktų vartotojus patraukė didelis prekių asortimentas, pastovus tiekimas, aiškus ženklavimas ir kita. Kitose šalyse, pvz. Vokietijoje, Olandijoje, dažniausiai ekologiškais produktais prekiaujama specializuotuose ekologiškų produktų ar sveiko maisto parduotuvėse. Tačiau Vokietijos specialistai teigia, kad norint toliau didinti ekologiškų produktų prekybos apimtį, reikia galvoti apie prekybą prekybos centruose. [28]

Lietuvoje vietinėje rinkoje 21 % ekologiškų produktų parduodama tiesiogiai iš ūkių, 40% - mugėse, turguose, 14 % - parduotuvėse, 25 % - kitur. Kokia prekybos forma bus pati populiariausia ir parankiausia ūkininkams, parodys ateitis. Tikimasi, kad prasidėjusi ekologiškų produktų realizacija “VP Market” parduotuvėse paspartins gamybos plėtrą. [58]

Pasak P.Lazausko (2000), V.Pauliko (2001) ir V.Rutkoviienės (2001) yra susidariusios visos prielaidos - ekonominė ir ekologinė situacija, vietinė ir užsienio ekologiškų produktų paklausa, nacionalinis ir tarptautinis sertifikacijos įstaigos “Ekoagros” pripažinimas ir kt. - spartesniam ekologiškų produktų gamybos didėjimui, o taip pat ir tolimesnei ekologinių ūkių plėtrai Lietuvoje.

1.5.2. Ekologiškų produktų (daržovių) pardavimas

Lietuvoje iki šiol didžiausią dalį ekologiniuose ūkiuose išaugintų daržovių ūkininkai realizavo šviežius tiesiog iš namų, prekyvietėse, mugėse, prekybos įmonėse ir tik nedidelė dalis šių produktų buvo perdirbami.

Pastaruju metu pradėta prekiauti ekologiškais daržovėmis specializuotose parduotuvėse. Nepaisant, kad transporto išlaidas į specializuotas parduotuves paprastai patiria ūkininkai, bet, jų nuomone, šis pardavimo būdas užtikrina santykinai aukštas kainas ir yra gana pelningas. Dažnai pavieniai ūkininkai pristato savo produktus į kelias specializuotas parduotuves viename mieste, tai sumažina vietines išlaidas. Gana gerai yra vertinamas pardavimas tarpininkams, kurie nors ir neužtikrina aukščiausios kainos, bet prisiima sau transportavimo išlaidas ir garantuoja nuolatinį pardavimą.

Ūkininkų ekologiškos daržovės parduodamos ir perdirbėjams, užtikrinantiems nuolatinį kontaktą. Ši susitarimo rūšis naudinga abiem šalims, nes ūkininkai turi galimybę iš lanksto nustatyti, kokie daržovių kiekiai ir kokiomis kainomis bus parduotos perdirbėjams. Perdirbėjas taip pat turi užtikrintą produktų tiekimo ritmingumą ir geresnę žaliavos kokybę, todėl gali planuoti gamybos organizaciją ir mąstus. Tai padeda redukuoti ir tiekėjo, ir gavėjo riziką. [71]

Formuojasi ir prekybos ekologiškais produktais struktūros. Lietuvos Miestuose (Biržuose, Vilniuje ir Kaune) veikia specializuotos parduotuvės, nuo 2001 m sudaromos sutartys ir su stambiausiais prekybų centrais, kuriuose įsteigti ekologiškų produktų skyriai.

Šviežių daržovių pristatymo į parduotuves ar perdirbėjams būtinybė lemia pardavimo išlaidas ir mažina ekologinės gamybos pelningumą. Dauguma parduotuvių turi ribotas sandėliavimo galimybes, todėl pirkėjai preferuoja dažną mažesnių produktų partijų pristatymą, tai papildomai didina išlaidas. Šią problemą spręsti padėti gali ūkininkų integracija (kooperacija). Organizuota gamintojų grupė sukuria geresnes galimybes bendrai veiklos strategijai rengti pardavimo srityje. Tokia grupė pirmiausia turi didesnę derėjimosi galią ir galimybes užtikrinti nuolatinį geros kokybės produktų pristatymą, tai gali turėti įtaką pardavimo kainų lygiui, ypač pristatant ekologiškas daržoves į didesnius mažmeninių parduotuvių tinklus. [71]

Ekologiškų produktų paklausa Lietuvoje auga, bet nepakankamai, kad būtų galima prognozuoti rinkų plėtrą. Viena iš mažo ekologinių produktų rinkos augimo priežasčių – dar nesuformuotos šių produktų prekybos struktūros. Tik 45 proc. sertifikuotos produkcijos parduodama kaip ekologiška, už kurią gaunamas 20 – 40 proc. kainos priedas. 21 proc. ekologiškų produktų parduodama tiesiogiai iš ūkių, 40 proc. – mugėse ir turguose, 14 proc. – parduotuvėse, 25 proc. – kitur (dalį suvartoja augintojo šeima). Dalis šių produktų perdirbama. 2003 m. rugsėjo mėn. duomenimis jau yra sertifikuota 16 ekologiškų produktų perdirbimo įmonių, kurios gamina apie 130 pavadinimų įvairių ekologiškų produktų. [64]

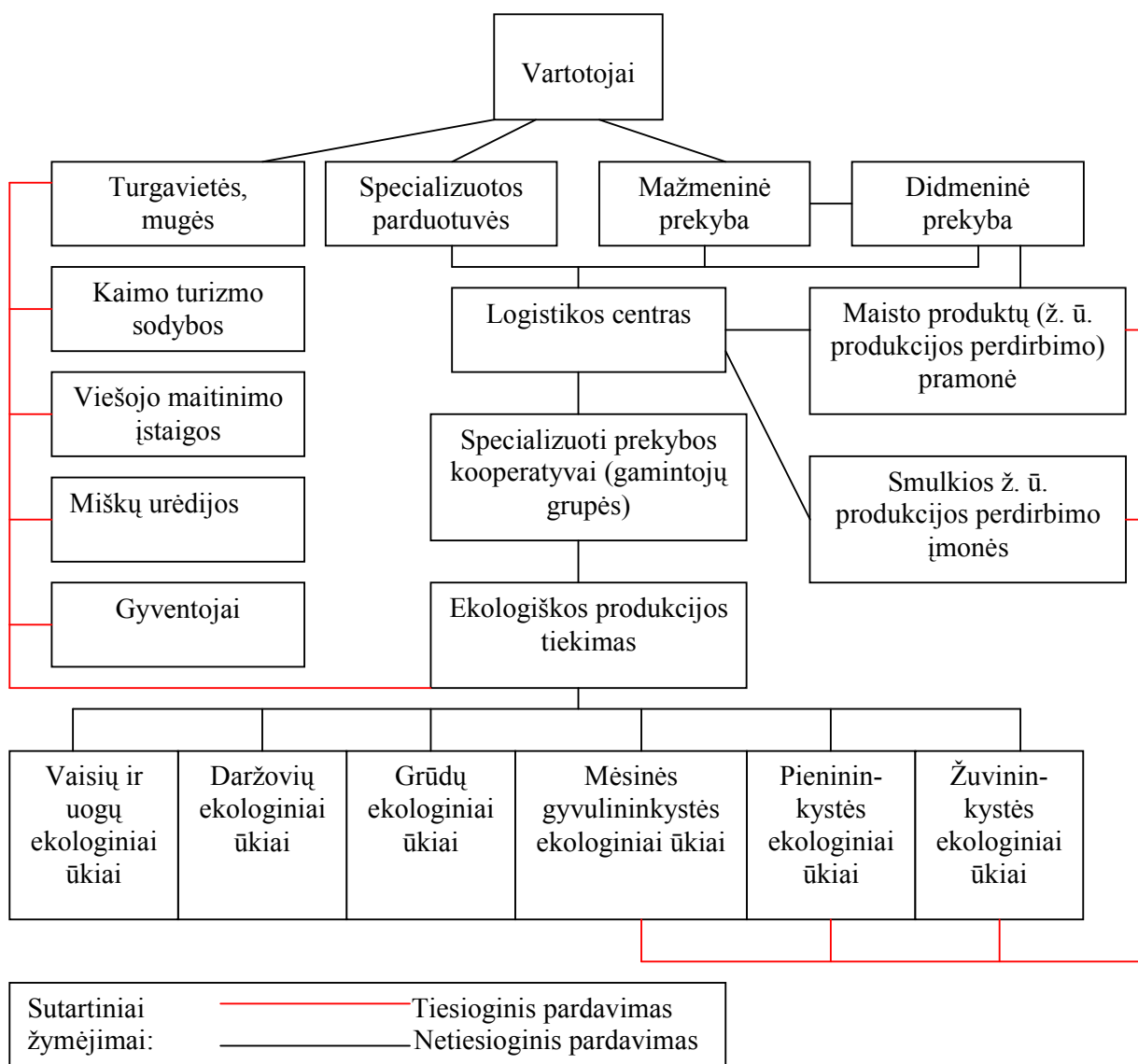
Ekologiškų daržovių prekybos modelis. Siekiant sukurti palankią ekologiškos produkcijos gamybos ir prekybos sistemą rekomenduojama: 1) steigti specializuotus prekybos kooperatyvus (gamintojų grupes); 2) naudotis logistikos centrų paslaugomis; 3) taikyti tradicinę prekybą – ir didmeninę, ir mažmeninę.

Pagrindinis ekologiškų daržovių gamintojų integracijos tikslas – produkcijos perdirbimas prie rinkos sąlygų, gamybos apimtys planavimas ir koncentravimas pagal paklausą, ūkininkavimo efektyvumo gerinimas, taip pat pardavimo organizavimas ir aplinkosauga. Specializuotų prekybos kooperatyvų (gamintojų grupių) įkūrimas sudarytų galimybes pasiūlos ir paklausos pusiausvyrai išlaikyti, kainoms stabilizuoti, produkcijos kokybės normoms diegti, prekybos tarpininkų skaičiui sumažinti. Nutolę nuo prekybos vietų ekologiniai ūkiai savo produkciją gali tiekti kaimo turizmo sodyboms, viešojo maitinimo įstaigoms, darželiams, mokykloms ir sanatorijoms.

Specializuoto prekybos kooperatyvo (gamintojo grupės) funkcijos būtų: garantuoti ekologinių ūkių produkcijos supirkimą; teikti logistikos paslauga; formuoti produktų asortimentą ir atsargas nenutrūkstamai prekybai užtikrinti; pirminis produkcijos dorojimas (plovimas, rūšiavimas, svėrimas, fasavimas ir pan.); rinkos tyrimai; rinkodaros priemonių taikymas; eksporto partnerių paieška.

Ekologiniai ūkiai teritoriniu požiūriu yra išsidėstę netolygiai, todėl specializuotų prekybos kooperatyvų (gamintojų grupių) tinklo efektyviam funkcionavimui užtikrinti reikėtų pasinaudoti veikiančių logistikos centrų paslaugomis arba įkurti naują, kurio pagrindinė funkcija būtų

ekologiškų daržovių srautų sudarymas ir valdymas, transportavimas šalies viduje, pirkėjų paieška, eksporto srautų valdymas. [71]



10 pav. Ekologiškų produktų prekybos sistemos modelis

(Šaltinis: Mokslo darbai. Akademija 12(1))

Apibendrinant galima teigti, kad ekologinių ūkių integracija leistų konsoliduoti gamintojų galias ir įgyti konkurencinį pranašumą, be to, tokiu būdu galima vietinės gamybos produkcijai sukurti didesnę rinkos dalį. Vadinasi, ekologiškų produktų kiekis šalies prekybos sistemoje turėtų didėti. Vartotojų preferencijų diversifikavimas ir pasiūlos galimybių išplėtimas leistų formuoti vartotojų galias. Lietuvoje formuotąsi ekologinių ūkių specializacija, kuri leistų taikyti ekologinės produkcijos gamintojams modernias žemės ūkio technologijas ir pagaminti reikiamą kiekį geros kokybės produkcijos.

Tiesioginio pardavimo galimybės. Šiandien Lietuvoje dar nėra taisyklių, reglamentuojančių ekologiškų produktų maitinimo įstaigų veiklą. Tačiau jau dabar kaimo turizmo sodybose galima organizuoti prekybą ekologiškais produktais, o ateityje – tiekti ekologiškus produktus viešojo maitinimo įstaigoms. Gerai būtų įtraukti į bendrą veiklą Lietuvos įmones, kurios verčiasi natūralios produkcijos supirkimu. [65]

Tiesiogiai iš ūkių parduodama 21% ekologiškų produktų, mugėse ir turguose – 40% , parduotuvėse – 14%, kitur (dalį suvartoja augintojo šeima) – 25%. Lietuvoje labai populiarios ekologiškų produktų mugės, rengiamos Vingio parke Vilniuje, Vilniaus Jono Basanavičiaus vidurinėje mokykloje, S. Daukanto gatvėje Kaune.

2 Lentelė

Mažosios verslininkystės privalumai ir trūkumai (Andriuščenka, 2005)

Privalumai	Trūkumai
Didesnė verslininko veiksmų nepriklausomybė	Aukštas rizikos lygis, sąlygojantis nestabilią padėtį rinkoje
Operatyvesnių ir lankstesnių sprendimų priėmimo ir įgyvendinimo galimybės	Priklausomybė nuo stambių įmonių, įstatymų, norminių aktų
Spartesnis prisitaikymas prie vietinių ūkininkavimo sąlygų	Padidėjęs jautrumas ekonominiams pokyčiams dėl ribotų finansinių išteklių
Didelės asmens galimybės įgyvendinti savo idėjas ir atskleisti gabumus	Vadybinės patirties stoka ir nepakankama vadovaujančių darbuotojų kompetencija
Gebėjimas gamybos metu greitai atlikti produkcijos pakeitimus pagal vietos rinkų reikalavimus	Papildomų finansinių išteklių skolinimosi sunkumai dėl žemų patikimumo reitingų
Disponavimas žymiais konkurenciniais pranašumais dėl mažesnių kapitalo sąnaudų, plačiau naudojamų vietinių materialinių ir darbo išteklių	Partnerių pasitikėjimo stoka ir atsargumas sudarant sutartis
Mažesnis pradinio kapitalo poreikis	Kvalifikuotų ir patyrusių darbuotojų paieškos sunkumai
Mažesnės veiklos organizavimo išlaidos	Ekspertų potencialo stygius
Aukštesnis nuosavo kapitalo apyvartumas	Visuomeninė verslininko atsakomybė už ūkininkavimo išlaidas
Verslumo dvasios išsaugojimas, ypač perspektyviose verslo srityse	Įsipareigojimo vykdymo nuolatinės kontrolės būtinumas
Stipri visuomenės atjauta mažajai verslininkystei	
Prisideda prie didesnio gyventojų užimtumo	
Įgyjami pranašumai specifinėje rinkoje	

Tiesioginiam pardavimui galima priskirti ir mažąją verslininkystę, todėl reikia aptarti mažosios verslininkystės privalumus ir trūkumus (žr. 2 lentelė).

Estijoje tik 2% vartotojų apsiperka ekologiniuose ūkiuose. Estijos rinkos instituto tyrimo duomenimis 54% apsiperka prekybos centruose, 25% - nedidelėse parduotuvėse, 15% - turguose, 4% - sandėliuose.

Anglijos ekologiškos produkcijos vartotoją išugdė mažos specializuotos ekologiškų, sveikų produktų parduotuvės. tik vėliau, išaugus apyvartai, ekologiškais produktais susidomėjo stambūs prekybos tinklai.

Padidėjus gaminamų ekologiškų produktų kiekiams, pradėjo formuotis prekybos struktūros, o ekologiniai ūkiai jungiasi į kooperatyvus. Šiaurės Lietuvoje veikia ekologinės gamybos ūkių savivalda, viešoji įmonė „Tatulos programa“, Molėtų rajone įsikūrė ekologinių ūkių bendruomenė „Gojelis“ ir kooperatyvas „Padeksnyš“, Raseinių rajone veikia kooperatyvas „Ekokraštas“ ir kt. Dėl kooperacijos galimybių, mažosios įmonės naudojami rinkos privalumais. Mažosios įmonės paprastai jautriai reaguoja į vartotojiško poreikio svyravimus, priklausomai nuo mados tendencijų, suspėdamos tenkinti vis naujus, neretai individualius, pirkėjų poreikius. [66]

1.5.3. Ekologiškų daržovių kainos

Labai svarbus ekologinio ūkio pelningumo veiksnys yra galimybė gauti didesnę kainą už ekologiškus produktus, palyginti su chemizuotų ūkių produktais. Tačiau perėjimas į ekologinį ūkininkavimą bus sėkmingas tada, kai prarastos pajamos dėl mažėjančio derlingumo bus kompensuojamos aukštesnėmis produkcijos kainomis. Kainų lygis priklausys nuo produkto tipo, paklausos bei prekybos būdo. Daugelio augalininkystės produktų, išaugintų tradiciniuose (chemizuotuose) ir ekologiniuose ūkiuose, V.Rutkoviėnės ir R.Zemeckio teigimu, kainos labai skiriasi. Pavyzdžiui, ekologiškų kviečių kaina, kurią gauna augintojai vidutiniškai yra 0,5-2 kartus, o bulvių – 0,5-5 kartus aukštesnė nei chemizuotų ūkių. Gyvulininkystės produktų kainos skiriasi daug mažiau, pavyzdžiui, ekologiško pieno kaina yra 8-30, jautienos – 30, kiaulienos – 20-70 % didesnė nei chemizuotų ūkių. Mažmeninės ekologinių ir chemizuotų ūkių produktų kainos skiriasi daug mažiau. Vartotojai didžiausią kainų priedą moka už daržoves (60-70%), mažesnę už grūdus (31 %), mažiausią už sūrius (20 %). [28]

Vartotojai pripažįsta ūkininkų pasiekimus ir vis labiau reikalauja ekologiškai švaraus maisto. Jie sutinka mokėti aukštesnę kainą už ekologinius produktus, ir tai yra teisinga, nes neigiamų efektų mažinimo kaina ekologinėje žemdirbystėje įskaičiuojama į maisto produktų kainą. Taigi, ekologiškai ūkininkaujantys ūkininkai ir vartotojai savanoriškai kooperuojasi plėtojant ekologinę žemdirbystę. [57]

Pasak E. Kairytės (2004), Lietuva - viena iš 18 pasaulio valstybių, gavusi IFOAM (Tarptautinės ekologinio žemės ūkio judėjimo federacija) akreditaciją ir priimta į UKROFS (Jungtinės Karalystės ekologiškų maisto produktų standartų registras). [34]

Norint išauginti ekologiškus produktus reikia didesnių žmogaus ir technikos darbo sąnaudų, specialių medžiagų. Gaminant ekologiškus produktus, reikalingos tik natūralios medžiagos, kurių savikaina yra žymiai didesnė už įprastus maisto priedus. Tai nulemia aukštas šių produktų kainas, nes tik jos gali iš dalies finansuoti patiriamus nuostolius. Žemės ūkio informacijos ir kaimo centras pranešė, kad daugelio produktų kainos prekybos centruose šių metų rugpjūtį, palyginus su praėjusiu metų rugpjūčiu, išaugo ketvirtadaliu. Apskaičiuota, jog ekologiški produktai yra 20-30% brangesni už įprastus produktus. Produktų kainų palyginimai pateikti 3 lentelėje.

3 Lentelė

Ekologiškų ir neekologiškų produktų kainų palyginimas (2008 m. gruodis)

Produktas	Ekologiškas produktas, kaina(Lt/kg.), gamintojas	Neekologiškas produktas, kaina (Lt/kg.), gamintojas
Raikyta duona, šviesi	7,38Lt, Lietuva	5,36Lt, Lietuva
Raikyta duona, tamsi	7,18 Lt, Lietuva	5,28Lt, Lietuva
Šaltai rūkyta dešra	34,00 Lt, Lietuva	35,99Lt, Lietuva
Miltai	2,20 Lt, Lietuva	2,25Lt, Lietuva
Fermentinis sūris	35,24 Lt, Lietuva	21,39Lt, Lietuva
Varškės sūris	34,99Lt, Lietuva	19,49Lt, Lietuva
Pomidorai	25,98Lt, Lietuva	4,99Lt, Lietuva
Apelsinai	16,24Lt, Ispanija	4,99Lt, Ispanija
Arbata (žalia)	258Lt, Japonija	103,80Lt, Šri Lanka
Šokoladas (juodas)	69,90Lt, Vokietija	29,44Lt, Lietuva

(Šaltinis: sudaryta autorių, pagal <http://www.alfa.lt/alfa/straipsnis/187388>)

Anot E. Kairytės (2004), neretai neekologiškų produktų kainos prekybos centruose yra didesnės net už ekologiškų, parduodamų ūkiuose ar turguose. Tai sąlygoja prekybininkų didžiuliai antkainiai. Atitinkamai prekybos centruose parduodama 14%, iš ūkių – 21%, turguose – 40%, bei kitur 25% ekologiškų produktų.

Nors visi žmonės yra girdėję apie ekologiškus produktus, tačiau ne visi supranta ekologiško produkto naudą. Kol kas žmonėms yra svarbu maža produkto kaina, o ne kokybė, tačiau situacija ženkliai gerėja. Anot S. Burinsko (2004) „Vakarų Lietuvoje buvo atliktas rinkos tyrimas - apklaustos 23 įmonės ir 300 paprastų vartotojų. Paaiškėjo, kad 55 proc. moterų ir perpus mažiau vyrų už ekologiškus produktus sutiktų mokėti brangiau. Didžiausia ekologiškų produktų paklausa

yra maitinimo įstaigose, nes turistai dažnai pageidauja patiekalų iš lietuviškų ekologiškų produktų“.

[14]

Taigi galima teigti, jog vartotojai, ypatingai moterys, domisi savo sveikata ir renkasi ekologišką maistą, nors šių produktų kainos yra žymiai aukštesnės.

Apibendrinant teorinę dalį, galima išskirti šias pagrindines išvadas:

- Ekologinis žemės ūkis yra kaip alternatyva įprastiniam ūkininkavimui, kadangi kompleksiskai sprendžia ekologinius, ekonominius ir socialinius kaimo plėtros klausimus.
- ES parama ekologiniam ūkininkavimui skiriama dėl kelių svarbių priežasčių: tai aplinką tausojantis ūkininkavimas; šiame ūkyje užauginami kokybiški maisto produktai, turintys perspektyvą rinkoje.
- Ekologinių ūkių sertifikavimas yra svarbus veiksnys leidžiantis patikrinti ir kontroliuoti normų laikymąsi ekologiniuose ūkiuose, o tuo pačiu patvirtinti arba paneigti ekologinių produktų ar ekologinių ūkių atitikimą nustatytų taisyklių reikalavimams.
- Ekologinių ūkių skaičius nuo 2004 m. iki 2007 m. gana sparčiai augo, o 2008 m. ekologinių ūkių skaičius sumažėjo, tačiau bendras plotas, kad ir nežymiai (2%), bet padidėjo. Ekologinių ūkių ploto didėjimą lėmė 2004 – 2006 m. ir 2007 – 20013 m. Kaimo plėtros programos.
- Atsižvelgiant į augančią ekologiškų žemės ūkio ir maisto produktų paklausą ir didėjančią rinkai tiekiamų šių produktų įvairovę Lietuvoje ekologiški žemės ūkio ir maisto produktai žymimi vienu ženklu - „Ekologinis žemės ūkis“.
- Ekologiški maisto produktai yra aukštos kokybės, pasižymintys didele maistine verte ir saugesni sveikatai. Jų saugumą garantuoja produkto kilmė.
- Ekologinio žemės produktų gamyba suteikia potencialą eksportui ir konkurencingumui.
- Ekologinių ūkių problema – Lietuvoje dar nesusikūrusi pakankamai patikima ekologiškų produktų prekybos sistema.

2. EKOLOGIŠKŲ PRODUKTŲ (DARŽOVIŲ) RINKOS PERSPEKTYVOS LIETUVOJE: TYRIMO METODOLOGIJA IR ORGANIZAVIMAS

Kiekvienais metais ekologinių ūkių plotai Lietuvoje vis didėja, o tai reiškia, kad didėja ir jų užauginama produkcija. Ekologiniuose ūkiuose užauginta produkcija, tarp jų ir ekologiškos daržovės, turi būti realizuojamos rinkoje, todėl svarbu išsiaiškinti vartotojų požiūrį į šiuos produktus. Svarbu išsiaiškinti, kokiais motyvais vartotojai vadovaujasi pirkdami ekologiškus maisto produktus, kokie rinkodaros veiksniai skatina ir stabdo vartotojo apsisprendimą juos pirkti.

Teorinėje šio baigiamojo magistro darbo dalyje buvo atskleista, jog ekologinės gamybos produktai didesne ekologine verte pasižymi todėl, kad gaminami pagal griežtas ekologinio ūkininkavimo taisykles. Įprastinės produkcijos gamybai būdingas neigiamas poveikis aplinkai: didelis teršalų poveikis aplinkai ir orui, dirvožemiui, vandenims, nykstančioms rūšims, be to, intensyvus ūkininkavimas keičia tradicinį kaimo vietovių kraštovaizdį, o ekologinis ūkininkavimas padeda išvengti šiuos neigiamus poveikius. Kad ekologinis žemės ūkis turėtų perspektyvas ir toliau plėstis, reikalingas šių produktų vartotojų požiūrio vertinimas, nes žinant vartotojų požiūrį galima numatyti priemones, kurios paskatintų šių produktų paklausą, o tai sudarytų prielaidą ekologiškų produktų augintojams toliau didinti ekologinių žemės ūkių plotus bei auginti ir tiekti rinkai užaugintus ekologiškus produktus nekenkiant aplinkai.

Taigi, iškyla būtinybė įvertinti Lietuvos vartotojų požiūrį apie ekologiškus produktus, kadangi praktinių tyrimų šia tema Lietuvoje atlikta nedaug.

Visas tyrimas atliekamas keliais etapais: 1) parenkama tyrimo tikslui įgyvendinti tinkama ir praktikoje patvirtinta tyrimo metodika; 2) atrenkama tyrimo imtis; 3) anketuojami Lietuvos vartotojai; 4) atliekama anketavimo metodu gautų tyrimo rezultatų analizė.

Šiame skyriuje aptariamas pagrindinis tyrimo metodas, kuris buvo panaudotas, siekiant šio darbo tikslo. Šiuo atveju panaudota vartotojų apklausa raštu (anketa).

Tyrimo tikslas – nustatyti vartotojų požiūrį į ekologiškų produktų (daržovių) vartojimą Lietuvoje.

Gerai parengtas ar pritaikytas metodas žymiai palengvina tyrimą. Teigiama, kad nuo metodo parinkimo priklauso viso tyrimo sėkmė, o remdamasis tinkamai parengtais tyrimo metodais net ir nelabai gabus žmogus gali daug padaryti, kai tuo tarpu netinkamai parengti tyrimo metodai nepadės ir genialiam mokslininkui.

Pasak G. Merkio (1995) apklausa raštu – vienas populiariausių socialiniuose tyrimuose naudojamų metodų, kuriuo tiriamos nuostatos, nuomonės, žinios. Šio metodo populiarumą lemia santykinis apklausos atlikimo paprastumas, pigumas, galimybė greitai ir lengvai surinkti daug duomenų. Apklausos būdu gaunama informacijos apie respondentų nuomones.

K. Kardelis (2002), G. Merkys (1995), aprašydami šį metodą išskiria pagrindines apklausos raštu taisykles bei anketos (klausimyno) sudarymo metodiką. Apklausoje raštu lemiamą įtaką turi klausimų formuluotė, jų kompozicija. Teigiama, kad bet kokių atveju parengus anketą, būtini žvalgomieji tyrimai, padedantys patikrinti anketos klausimų kokybę, aprobuoti pagal nustatytus kriterijus bei nustatyti imties tūrį, jeigu iki tol jis dar nebuvo žinomas. Išskiriami keturi klausimų tipizavimo atvejai: atviri ir uždari, tiesioginiai ir netiesioginiai klausimai.

Mūsų tyrimo anketinės apklausos raštu metodo pasirinkimą lėmė tyrimo tikslo atskleidimo galimybės, ekonomiškumas, taupumas, galimybė vienu metu apklausti daug respondentų. Šį metodą pasirinkome, nes jis leidžia susirinkti ganėtinai daug mūsų tyrimui reikalingos informacijos, tyrimo rezultatus nėra sunku susisteminti ir apdoroti statistiškai.

Galima paminėti ir tai, kad apklausos rezultatai turi ir kelis trūkumus. K. Kardelis (2002) nurodo, kad informacija gauta iš respondento atspindi realią padėtį pagal tai, kaip tą realybę priėmė kiekvienas individualiai. G. Merkys (1995) teigia, kad pagrindinis šio metodo trūkumas tas, kad apklausa visada reaktivi. Ne visada žmonių nuomonės atspindi realią padėtį.

Tyrimo instrumentas. Tyrimui naudota anoniminė anketinė apklausa raštu. Kaip teigia Dikčius V. apklausa yra tinkamiausias ir populiariausias apibūdinamosios informacijos rinkimo metodas. Be to šis duomenų rinkimo metodas, aiškinantis žmonių nuomones bei elgseną, patogus tuo, jog respondentai gali atsakyti į pateiktus klausimus jiems tinkamu laiku. Taip pat svarbu tai, kad anonimiškumas padeda surinkti išsamesnę bei tikslesnę informaciją. Apklausa atlikta 2009 m. Vasario – Balandžio mėnesiais. Anketa buvo dalinama įvairiose Lietuvos miestuose, miesteliuose ir kaimuose.

Sudarant tyrimo anketą laikėmės šių reikalavimų (Tidikis, 2003):

- klausimai ir atsakymai turi būti gerai visiems suprantami, parašyti taisyklinga kalba;
- klausimai neturi būti per daug abstraktūs ir per daug tiesmukiški, primityvūs;
- klausimai ir atsakymai neturi įžeisti respondento;
- atsakymai turi atspindėti realią tikrovę, tiriamos problemos turinį;
- atsakymai turi būti išsamūs, aprėpti visus galimus variantus; kiekvienas respondentas turi rasti tarp jų priimtinajam atsakymą;
- neturi būti vienašalių klausimų, kurie galėtų sukelti nereikalingą išankstinį nusistatymą;
- klausiamojo neturi varginti anketos klausimų skaičius, klausimai neturi būti monotoniški;
- reikia numatyti respondento kompetenciją atsakyti į klausimus, rinktis iš pateiktų atsakymų;
- neteikti klausimų, kurie skatintų respondentą „pataikauti“ anketuotojui, arba atsakyti pagal susidariusius viešosios nuomonės standartus;
- anketa turi turėti pažintinę reikšmę, turi dominti respondentą, žadinti jo norą atsakyti į visus klausimus, skatinti analizuoti ir objektyviai vertinti save ir aplinkinius, reiškinius ir įvykius.

Gautų duomenų analizei buvo naudotas SPSS statistinis paketas bei Microsoft Office Excel programa. Šios programinės įrangos yra integruotos sistemos, realizuojančios greitą ir patogų darbą su duomenimis, turinčios išvystytas duomenų įvedimo, valdymo, analizės ir generavimo priemones, grafinį duomenų ir analizės rezultatų pateikimą. SPSS sistema leidžia naudoti visas įprastas statistines priemones nuo paprasčiausių skaičiavimų iki kompleksinių priemonių, kaip įvairios statistinės analizės.

Tyrimo imtis. Tyrimo metu iš viso buvo apklausta 300 respondentų.

Šis vartotojų nuomonės tyrimas – tai statistinis tyrimas, kurį sudarė dvi dalys: aprašomoji ir analitinė. Aprašomoji dalis leido susipažinti su duomenimis, skaičiuojant įvairias statistines charakteristikas, darant grafikus bei histogramas. Analitinę dalį sudarė duomenų interpretavimas, išvelgiant dėsningumus, faktoriai įtakoję tiriamas nuomones. Klausimynas pateiktas Priede Nr. 3.

Klausimai skirti respondentų demografiniams duomenims identifikuoti buvo pateikti anketos paskutiniuose klausimuose nuo 16 iki 22 klausimo imtinai. Demografiniai klausimai leido sužinoti respondentų: lytį, amžių, gyvenamąją vietą, šeimyninę padėtį, pajamas per mėnesį, išsilavinimą bei socialinę padėtį.

4 lentelė

Respondentų demografinis pasiskirstymas

Respondentai vartotojai (N=300)	
Lytis:	<ul style="list-style-type: none"> <input type="checkbox"/> 64% moterų; <input type="checkbox"/> 36% vyrų.
Amžius:	<ul style="list-style-type: none"> <input type="checkbox"/> 6,7% <20 metų; <input type="checkbox"/> 27,7% 21-30 metų; <input type="checkbox"/> 21% 31-40 metų; <input type="checkbox"/> 30% 41-50 metų; <input type="checkbox"/> 14,7% >51 metai.
Gyvenamoji vieta:	<ul style="list-style-type: none"> <input type="checkbox"/> 70% mieste; <input type="checkbox"/> 21,3% miestelyje; <input type="checkbox"/> 8,7% kaime.
Šeimyninė padėtis:	<ul style="list-style-type: none"> <input type="checkbox"/> 57% vedęs (ištekejusi); <input type="checkbox"/> 32,3% nevedęs (netekėjusi); <input type="checkbox"/> 4,3% našlys (-ė); <input type="checkbox"/> 6,3% išsiskyęs (-usi).

4 lentelės tęsinys

Pajamos per mėnesį (vienam šeimos nariui):	
<input type="checkbox"/>	22,3% <500 Lt;
<input type="checkbox"/>	27,7% 501-1000 Lt;
<input type="checkbox"/>	27,3% 1001-1500 Lt;
<input type="checkbox"/>	14,3% 1501-2000 Lt;
<input type="checkbox"/>	8,3% > 2000 Lt.
Jūsų išsilavinimas:	
<input type="checkbox"/>	12,3% pagrindinis;
<input type="checkbox"/>	30,3% vidurinis;
<input type="checkbox"/>	23% aukštesnysis;
<input type="checkbox"/>	33,3% aukštasis;
<input type="checkbox"/>	1% kita.
Socialinė padėtis:	
<input type="checkbox"/>	77% dirbantis (-i);
<input type="checkbox"/>	10,3% bedarbis (-ė);
<input type="checkbox"/>	5,7% pensininkas (-ė);
<input type="checkbox"/>	13,3% mokausi.

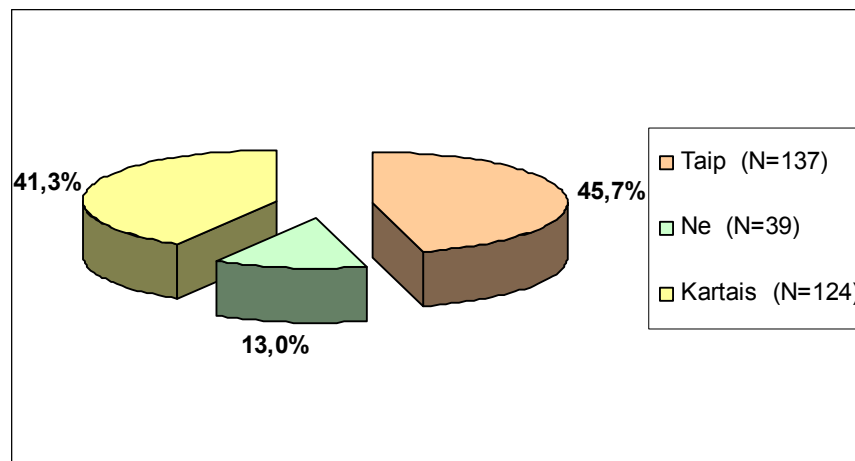
Matome (žr. 4 lentelė), jog iš apklausoje dalyvavusių 300 respondentų yra žymiai daugiau moterų (64%), nei vyrų (36%). Pagal amžių respondentai pasiskirstė į penkias grupes. Iš jų mažiausią grupę sudaro respondentai iki 20 metų (6,7%), didžiausią - 41-50 metų respondentai (30%). Taip pat nemažą respondentų dalį (27,7%) sudaro 21-30 metų respondentai. Pažvelgus į gyvenamos vietos skiltį, matosi, kad didžioji dalis respondentų yra iš miesto (70%). Labai mažai respondentų yra iš kaimo (8,7%), o vidutinioji dalis - iš miestelių (21,3%). Pažvelgus į šeimyninės padėties skiltį, matosi, kad didžioji dalis respondentų yra vedę (ištekęjusios) (57%). Nemaža dalis respondentų yra nevedę (neištekęjusios) (32,3%). Maža dalis respondentų yra našlių (4,3%) ir išsiskyrusių (6,3%). Vienas iš apklausos tikslų buvo išsiaiškinti vartotojų nuomonę apie ekologiškų produktų kainą. Šios nuomonės susiformavimui turėti įtakos gali respondentų pajamos, todėl svarbu buvo įvertinti respondentų mėnesinį uždarbį tenkančias vienam šeimos nariui. Respondentai buvo suskirstyti į penkias kategorijas: uždirbantys mažiau nei 500 Lt (vienam šeimos nariui) per mėnesį (22,3%), 501-1000 Lt (27,7%), 1001-1500 Lt (27,3%), 1501-2000 Lt (14,3%) ir uždirbantys daugiau nei 2000 Lt (8,3%). Vienas iš demografinio bloko klausimų buvo apie respondentų išsilavinimą, nes yra manoma, kad žmogaus sąmoningumas, požiūris ir supratimas apie aplinkos apsaugos problemas priklauso nuo jo išsilavinimo. Didžioji dauguma respondentų turi aukštąjį išsilavinimą (33,3%). Mažesnę dalis turi vidurinį (30,3%), aukštesnįjį (23%) ir pagrindinį (12,3%) išsilavinimus. Pažvelgus į socialinę respondentų padėtį, matosi, kad daugiau nei pusė respondentų yra dirbantys (-čios) (77%). Kita dalis respondentų mokosi (13,3%), yra bedarbiai (-ės) (10,3%), pensininkai (-ės) (5,7%).

3. EKOLOGIŠKŲ PRODUKTŲ (DARŽOVIŲ) RINKOS PERSPEKTYVOS LIETUVOJE: TYRIMO REZULTATAI

Šiandien vis aktualesnis tampa sveikas gyvenimo būdas. Iki šiol rinkoje buvę produktai tenkino mūsų poreikį komfortui, tačiau už tai mes mokėjome ne tik pinigus, bet ir savo sveikatos ir natūralios aplinkos kokybės kaina. Ekologiški produktai yra alternatyva nusistovėjusiai sistemai. Šiandien jie apima beveik visą prekių asortimentą ir yra nežalingi tiek mums, tiek aplinkai. Vakarų šalys jau senokai pradėjo akcentuoti ekologiškos produkcijos svarbą. Išsivysčiusiose šalyse jie sudaro kelis procentus bendros rinkos. Procentais tai nėra išpūdingas skaičius, tačiau pinigine išraiška šis nedidelis kiekis atitinka kelis milijardus eurus.

Norint apžvelgti ir mūsų šalies vartotojų požiūrį apie ekologiškus produktus, apie tai ar jiems svarbus ekologiškų produktų vartojimas respondentų buvo prašoma atsakyti į kelis klausimus, tokius kaip: ar jiems svarbi maisto produktų kilmės šalis; ar svarbus ekologiškas ženklas ant pakuotės; ar pirkdami daržovės vartotojai atsižvelgia į tai, kad daržovės būtų ekologiškos. Be to, tikslesniam vartotojų požiūriui nustatyti, respondentai buvo paprašyti pateikti nuomonę apie ekologiškų produktų vartojimo ir auginimo skatinimą.

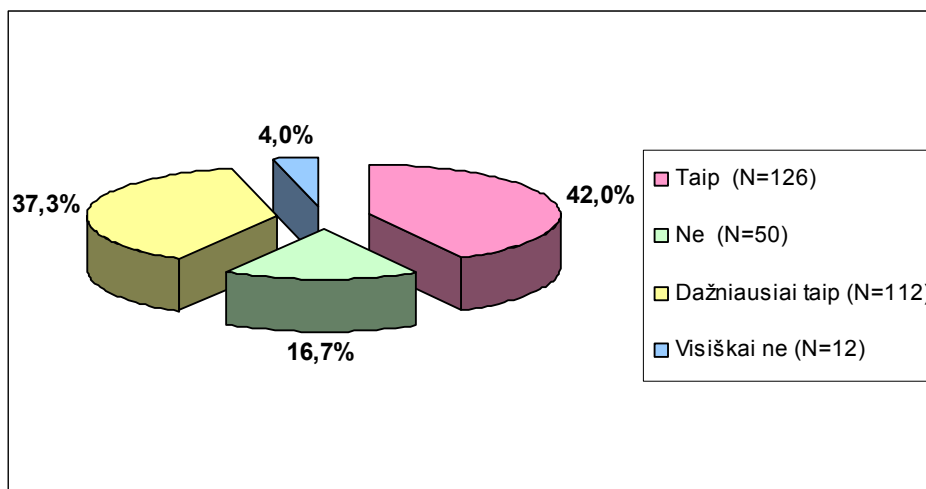
Atliekant respondentų pasiskirstymą pagal tai, ar jie pirkdami maisto produktus domisi iš kur šie produktai yra kilę, procentinis jų pasiskirstymas pateiktas 11 paveiksle. Minėtame paveiksle matyti, kad didžioji dalis respondentų produktų kilmės šalimi domisi – 45,7 %, šiek tiek mažiau – 41,3 % respondentų teigia, jog kilmės šalis jų nedomina, nes į šį klausimą atsakė neigiamai, o likusi dalis – 13,0 %, kilmės šalimi domisi tik kartais.



11 pav. Respondentų nuomonė apie maisto produktų kilmę (N=300)

Taip pat buvo analizuojama ar respondentams svarbus, perkant maisto produktus, ekologiškas ženklas ant pakuotės. Atsakant į šį klausimą respondentų procentinis pasiskirstymas pateiktas 12 paveiksle, kuriame matyti, jog 42,0 % respondentų šis ženklas yra reikšmingas, 37,3 % respondentų

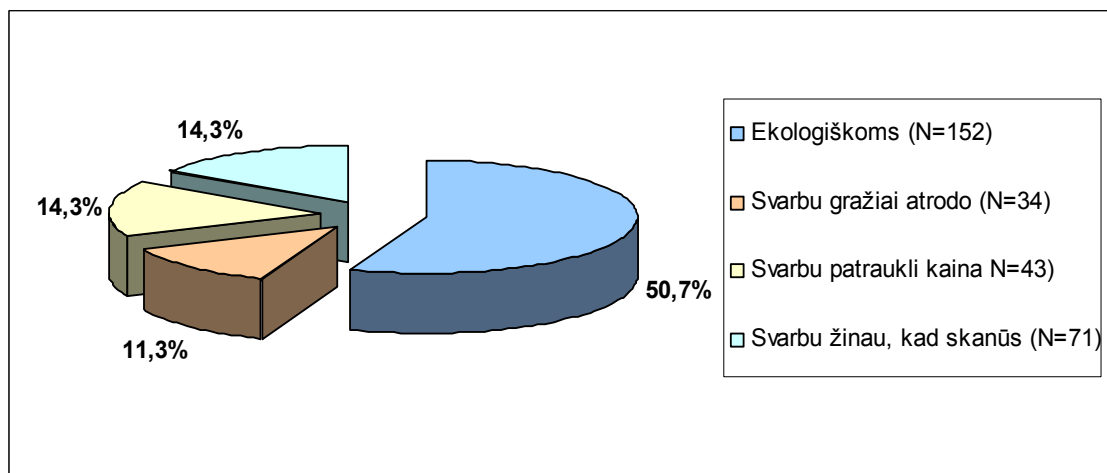
šis ženklas taip pat dažniausiai turi reikšmės. Likusiems respondentams ekologiškas ženklas neturi reikšmės 16,7 % ir visiškai neturi reikšmės 4,0 % respondentų.



12 pav. Respondentų pasiskirstymas pagal tai, ar ekologiškas ženklas ant pakuotės reikšmingas (N=300)

Didžioji dalis respondentų, šiek tiek daugiau nei puse visų respondentų (50,7 %) teigia, kad perkant daržoves pirmenybę teikia ekologiškoms, kita dalis (23,7 %) respondentų pirmenybę teikia daržovėms, kurios yra skanios, o likusi dalis pasiskirstė atitinkamai į 14,3 % ir 11,3 % teikiantys pirmenybę daržovėms atsižvelgiant į patrauklią kainą ir į ekologiškos daržovės išvaizdą. Respondentų pasiskirstymas renkantis daržoves pavaizduotas 13 paveiksle.

Atlikus šį respondentų pasiskirstymą matyti, kad ekologiškos daržovės respondentų tarpe yra gana paklausios, nes jas renkasi daugiau nei puse apklaustųjų.

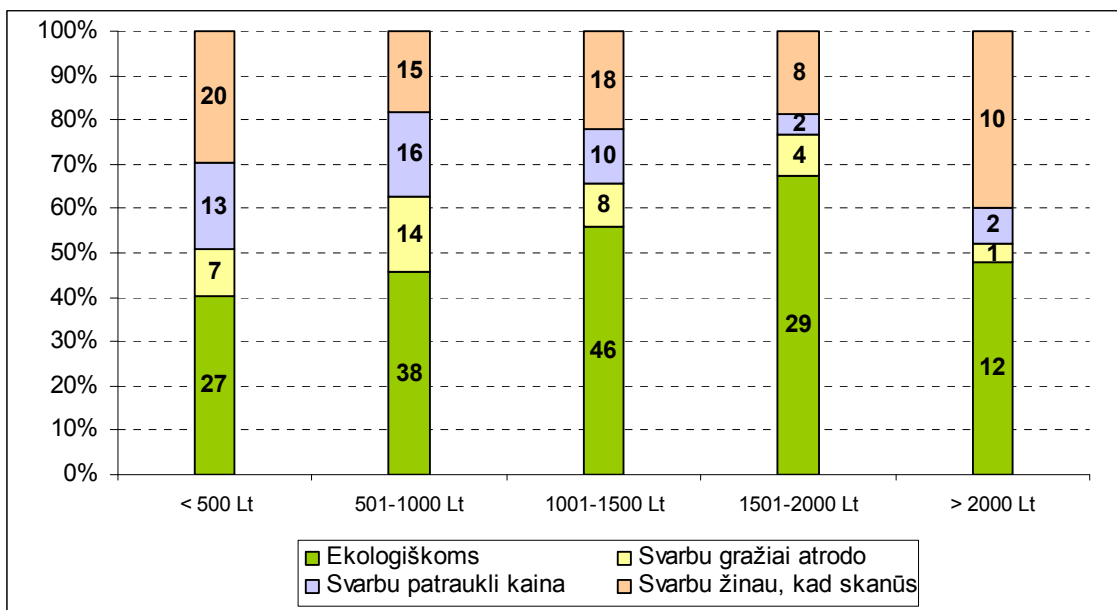


13 pav. Respondentų pasiskirstymas renkantis daržoves (N=300)

Ištyrus tai, jog vartotojams respondentams ekologiškos daržovės yra svarbios, buvo tikslinga išanalizuoti, kaip skiriasi šių produktų pasirinkimo motyvai atsižvelgiant į kelis faktorius, tokius kaip respondentų pajamos (vienam šeimos nariui per mėnesį), respondentų išsilavinimas ir amžius.

Tyrimai atskleidė, jog pajamos, renkantis ekologiškas daržoves, turi pakankamai didelę įtaką. Didėjant pajamoms atitenkančioms vienam šeimos nariui per mėnesį, kartu didėja ir motyvas rinktis ekologiškas daržoves (išskyrus pajamas viršijusias 2000 Lt), nei daržoves pagal patrauklią, kainą, išvaizdą ar skonį (žr. 14 pav.).

Esant vartotojų pajamas <500 Lt/mėn. renkantis daržoves pagal tai, kad jos būtų ekologiškos išskiria 40% respondentų. Tarp respondentų, kurių pajamos siekia nuo 501 Lt./mėn. iki 1000 Lt./mėn. ekologiškas daržoves renkasi 45% respondentų, esant pajamoms nuo 1001 Lt./mėn. iki 1500 Lt./mėn. respondentų noras pirkti ekologiškas daržoves didėja iki 55% ir daugiausiai 67 % respondentų renkasi ekologiškas daržoves tuomet, jei jų pajamos sudaro nuo 1500 Lt./mėn. iki 2000 Lt./mėn.

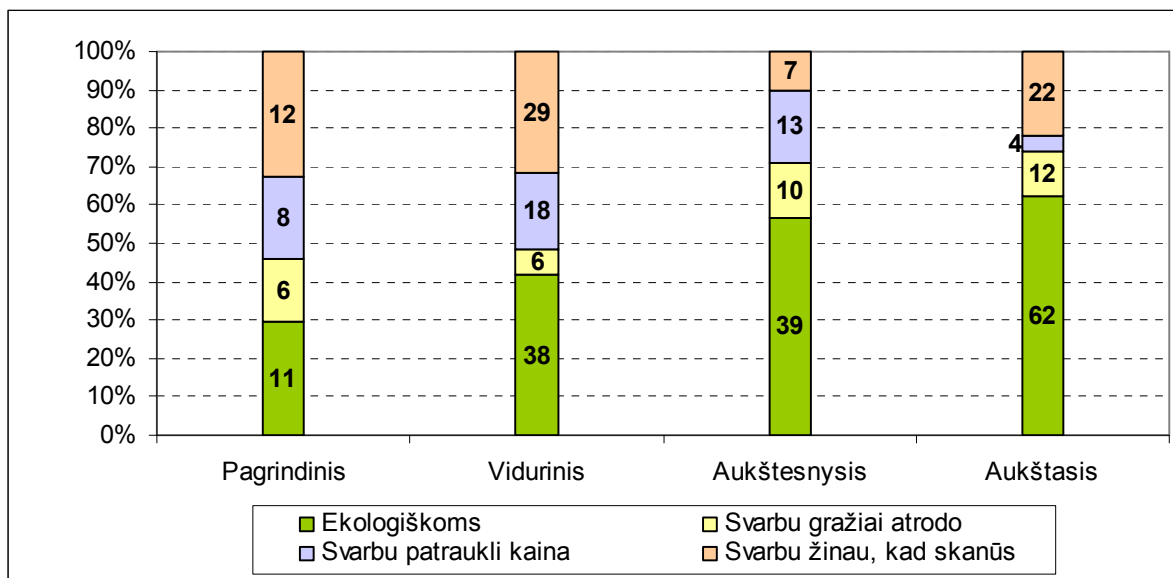


14 pav. Daržovių pasirinkimas pagal respondentų pajamas

Panaši tendencija, kaip ir anksčiau minėta pajamų įtaka renkantis ekologiškas daržoves, pastebėta atsižvelgiant ir į respondentų išsilavinimą. Didėjant pajamoms didėja ir respondentų noras rinktis ekologiškas daržoves, taip ir išsilavinimas turi svarbią reikšmę, nes respondentai turintys geresnį išsilavinimą renkantis daržoves labiau atsižvelgia į tai, jog jos būtų ekologiškos.

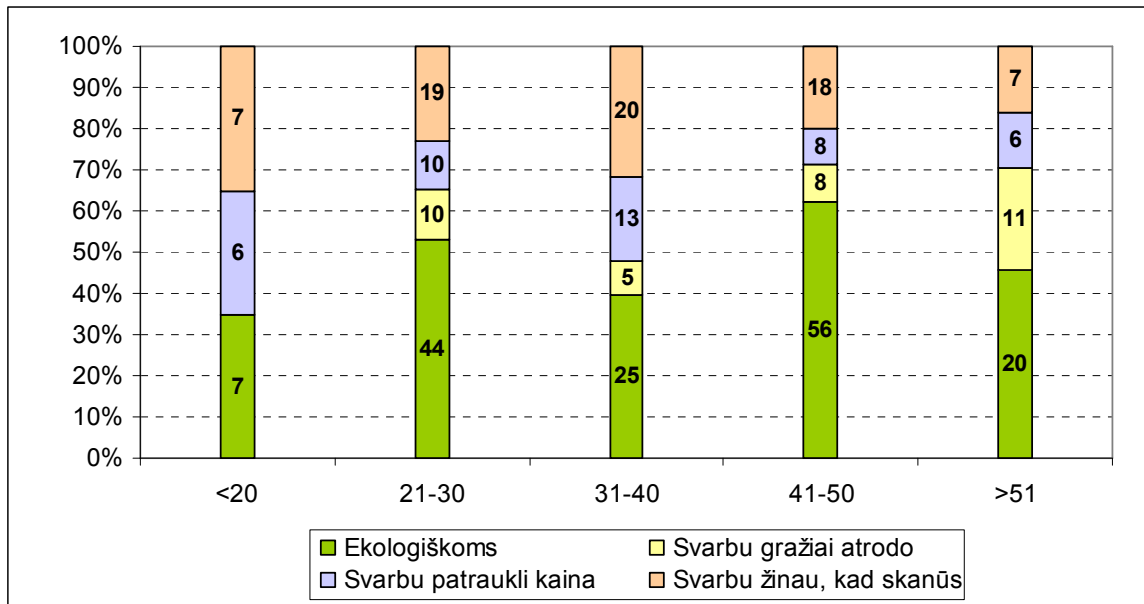
Tyrimai atskleidė, jog 30 % respondentų yra linkusių rinktis ekologiškas daržoves, kurių išsilavinimas yra pagrindinis. Tarp respondentų susidaro 41% pasirenkančių ekologiškas daržoves, kurių išsilavinimas – vidurinis. Esant respondentų išsilavinimui aukštesniajam ekologiškas daržoves renkasi 56% respondentų. Turinčių aukštąjį išsilavinimą respondentų pasirenkančių ekologiškas

daržoves susidaro didžiausia dalis - 61 %. Taigi, galima teigti, jog ekologiškas daržoves dažniau renkami turintys aukštąjį išsilavinimą, o kuo žmonių išsilavinimas žemesnis, tuo jie renkami mažiau ekologiškų daržovių (žr. 15 pav.).



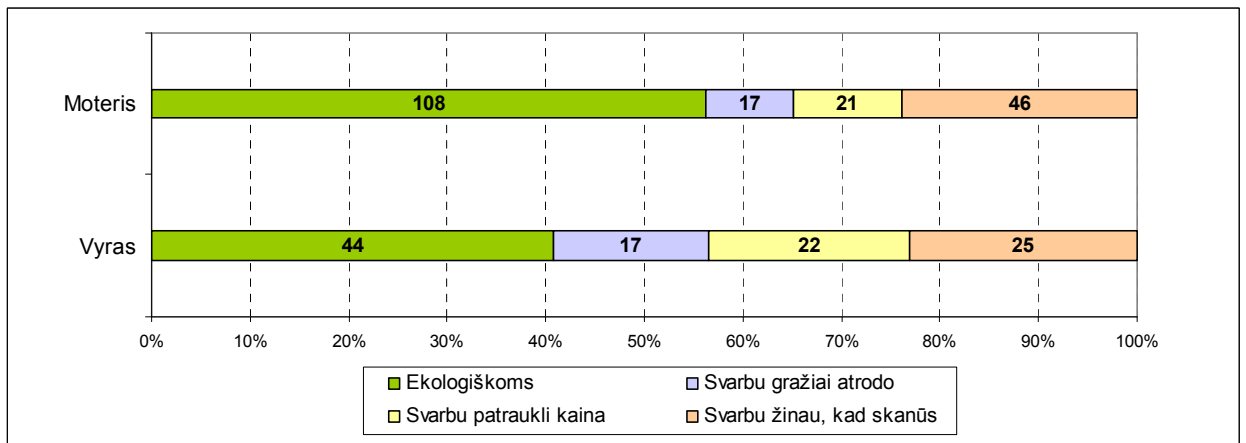
15 pav. Respondentų pasiskirstymas renkantis ekologiškas daržoves (pagal pajamas) (N=300)

Taip pat svarbu išsiaiškinti ekologiškų daržovių rinkimosi tendenciją atsižvelgiant į respondentų amžių (žr. 16 pav.). Iš pateiktų duomenų matyti, jog ekologiškas daržoves daugiausiai perka 41 - 50 metų respondentai (62%). Mūsų manymu, taip yra todėl, jog tokio amžiaus apklaustieji labiau rūpinasi savo sveikata, todėl daugiau dėmesio skiria ekologiškoms, o ne įprastoms, dažnai genetiškai modifikuotoms daržovėms. Nedideliu kiekiu procentų atsilieka 21 - 30 metų respondentai (52%). Jie taip pat daugiau dėmesio skiria sveikam gyvenimo būdai. 31 - 40 ir daugiau nei 50 metų turintiems vartotojams panašiai svarbu pirkti ekologiškas daržoves, nes viena amžiaus grupė nuo 31 - 40 metų ekologiškas daržoves perka 25%, o antroji minėtoji grupė kurių amžius didesnis nei 50 – 20%. Iki 20 metų respondentai nelabai dar domisi ekologiškais daržovėmis, todėl jų tarpe esantys vartotojai ekologiškas daržoves perka 35%. Tokiu pat procentu kiekiu šiai amžiaus grupei yra svarbu, kad renkantis daržoves būtų patraukli kaina, bei žinojimas, jog daržovės yra skanios.



16 pav. Daržovių pasirinkimas pagal respondentų amžių (N=300)

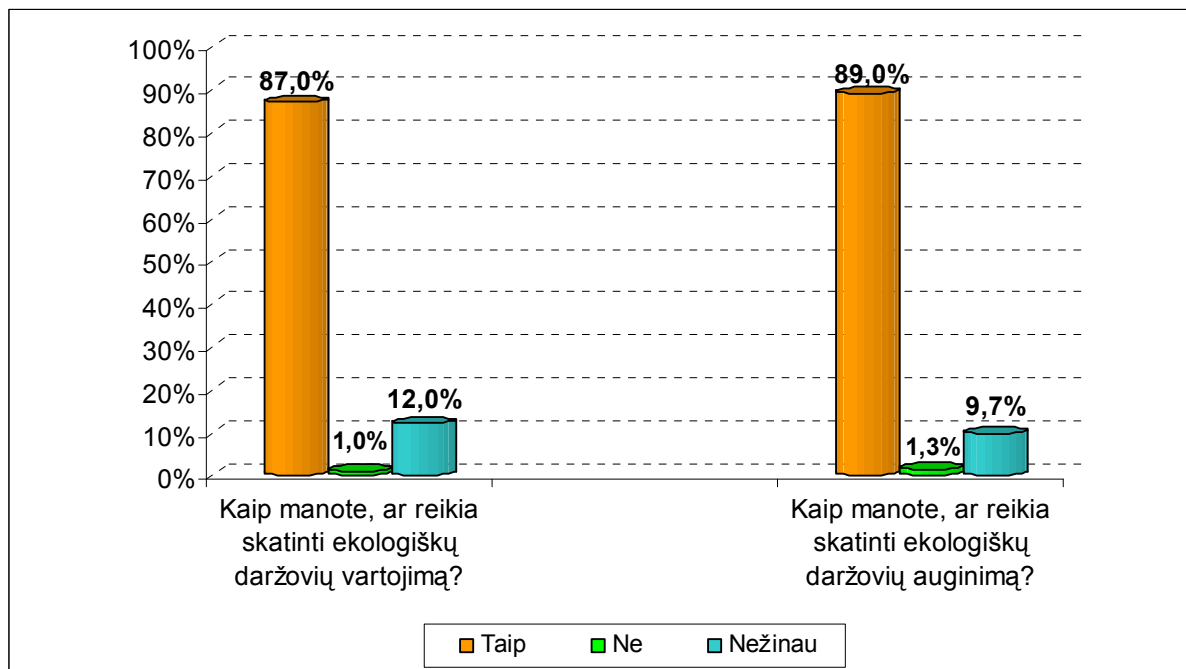
Atsižvelgiant į tai, kokia dalis respondentų renka ekologiškas daržoves palyginus su jų lytimi, paaiškėjo, jog ekologiškas daržoves dažniau renka moterys. Moterų tarpe ekologiškas daržoves renka 56 % respondenčių, o vyrų besirenkančių ekologiškas daržoves sudaro mažiau – 41 % respondentų. Renkantis daržoves pagal skanumą tiek moterų tiek vyrų susidariusi dalis panaši – apie 22 % (žr. 17 pav.).



17 pav. Daržovių pasirinkimas pagal respondentų lytį (N=300)

Taip pat buvo svarbu išanalizuoti respondentų nuomones apie ekologiškų daržovių vartojimo skatinimą ir ekologiškų daržovių auginimo skatinimą. Kaip matyti 18 paveiksle, į šiuos klausimus respondantai atsakė labai panašiai. Didžioji respondentų dalis pritaria tiek ekologiškų daržovių vartojimo tiek auginimo skatinimui, atitinkamai teigiamai šioms klausimams pritarę 87,0 % ir 89,0 % respondentų. Su ekologiškų daržovių vartojimo ir auginimo skatinimu nesutinka atitinkamai 1,0

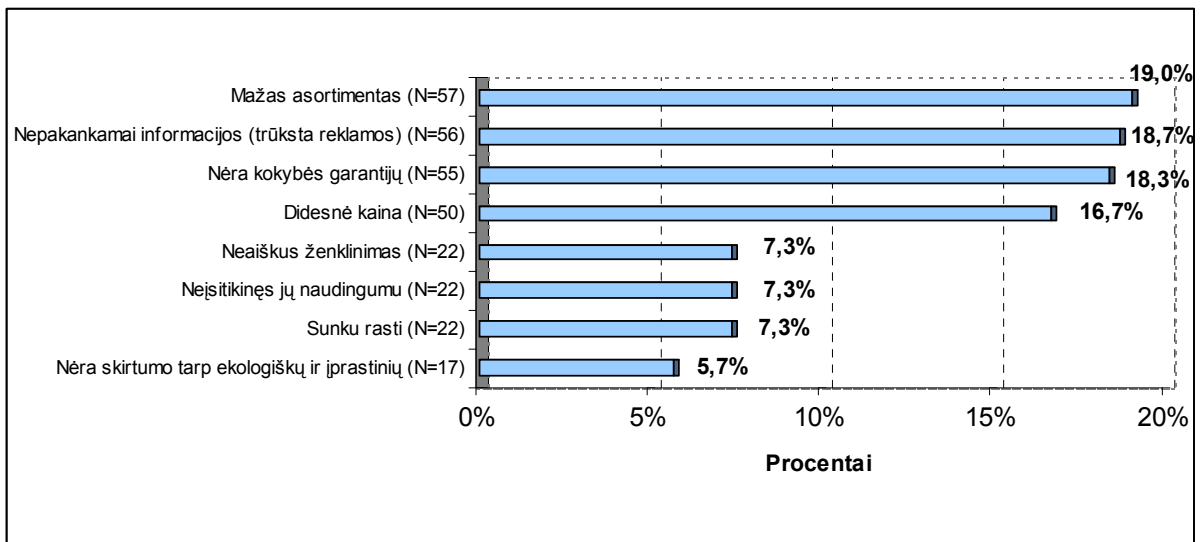
% ir 1,3 % respondentų, o tai sudaro labai maža respondentų dalis. Taip pat buvo respondentų neturėjusių nuomonės, kurie į klausimą apie ekologiškų daržovių vartojimo skatinimą pasirinko atsakymą „nežinau“, šie respondentai sudarė 12,0 % visų respondentų, o į klausimą apie ekologiškų daržovių auginimo skatinimą nuomonės neturėjo 9,7 % visų respondentų, kurie taip pat pasirinko atsakymą „nežinau“.



18 pav. Respondentų nuomonių pasiskirstymas pagal ekologiškų daržovių vartojimo ir auginimo skatinimą (N=300)

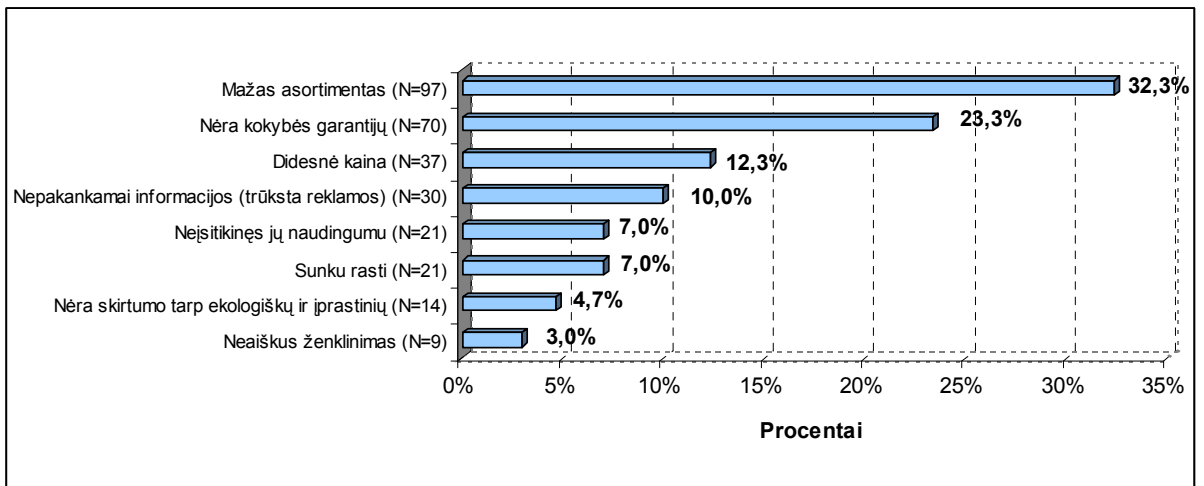
Taip pat buvo analizuojama, kokie veiksniai riboja ekologiškų daržovių pasirinkimą. Respondentai vartotojai turėjo pažymėti tris veiksnius pagal svarbumą, vieną jų išskirdami kaip svarbų, kitą – svarbesnį ir galiausiai svarbiausią veiksnį. Visų šių pagal svarbumą veiksnių procentiniai pasiskirstymai respondentų tarpe pateikiami 19, 20 ir 21 paveiksluose.

Pagal svarbų veiksnį ribojantį ekologiškų daržovių pirkimą, dominavo veiksnys – mažas asortimentas (19%) (žr. 19 pav.). Tai, jog nepakanka informacijos (trūksta reklamos) pasirinko 18,7 % respondentų, jog nėra kokybės garantijų pasirinko 18,3 % respondentų ir 16,7 % respondentų mano, jog svarbus veiksnys ribojantis ekologiškų daržovių rinkimąsi – didesnė kaina (7,3%).



19 pav. Svarbūs veiksniai, ribojantys ekologiškų daržovių pasirinkimą

Pagal svarbesnį veiksnių ribojantį renkantis ekologiškas daržoves, dominavo veiksnys – mažas asortimentas, kurį pasirinko 32,3% respondentų. Dauguma vartotojų nežino, ar ekologiškos daržovės tikrai yra ekologiškos, todėl prie svarbesnių veiksnių ribojančių ekologiškų daržovių pasirinkimą išskiria kokybės garantijų nebuvimą (23,3%). Iš tyrimo duomenų matyti, kad ekologiškų daržovių pasirinkimą įtakoja didesnė kaina (12,3%), nepakankamai informacijos (trūksta reklamos) (10%), neįsitikinęs jų naudingumu (7%), sunku rasti (7%), nėra skirtumo tarp ekologiškų ir įprastinių (4,7%) ir neaiškus ženklavimas (9%). Galima teigti, kad vis tik yra nemažai svarbesnių veiksnių ribojančių ekologiškų daržovių pasirinkimą. (žr. 20 pav.)

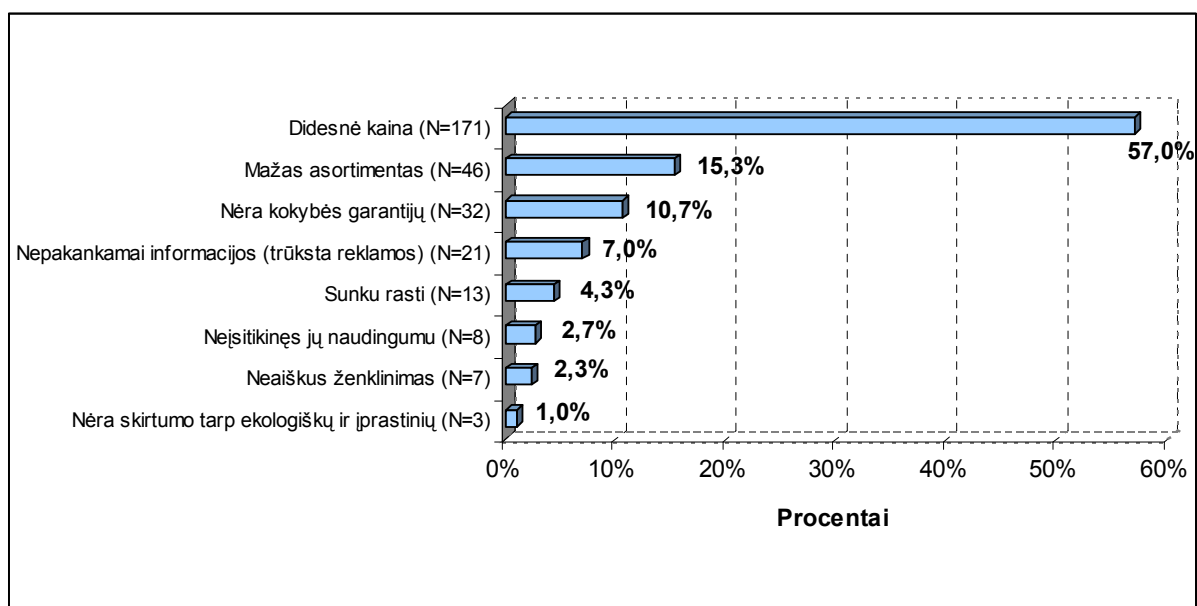


20 pav. Svarbesni veiksniai, ribojantys ekologiškų daržovių pasirinkimą

Pastebime, kad ekologiškų daržovių rinka Lietuvoje plečiasi: didėja asortimentas ir prekybos vietų skaičius. Kyla ir šių produktų kainos. Žemės ūkio informacijos ir kaimo verslo centro

duomenimis, daugelis ekologiškų produktų mažmeninės prekybos centruose per metus pabrango apie 30 proc., todėl iš respondentų gautų rezultatų matome, jog svarbiausias veiksnys, ribojantis ekologiškų daržovių pasirinkimą – didesnė kaina (57%). Kiti veiksniai, kuriuos išskyrė respondentai prie svarbiausių veiksnių ribojančių ekologiškų daržovių pasirinkimą: mažas ekologiškų daržovių asortimentas (15,3%), nėra kokybės garantijų (10,7%), nepakankamai informacijos (trūksta reklamos) (7%), sunku rasti (4,3%), neįsitikinęs jų naudingumu (2,7%), neaiškus ženklinimas (2,3%), nėra skirtumo tarp ekologiškų ir įprastinių (1%).

Apibendrinant galima teigti, kad vis tik vartotojai ekologiškas daržoves renkasi pagal jų kainą. Ekologiškų daržovių kainų lygis priklauso nuo daržovių tipo, sunaudotų gamybos išlaidų ekologiškam maisto produkto vienetui pagaminti, paklausos bei prekybos būdo (žr. 21 pav.).



21 pav. Svarbiausi veiksniai, ribojantys ekologiškų daržovių pasirinkimą

Siekiant nustatyti bendrą ribojančių veiksnių pasiskirstymą, renkantis ekologiškas daržoves, pagal svarbumą, anksčiau minėti veiksniai buvo apskaičiuojami įverčių pagrindu. Kuo motyvas nesirinkti ekologišką daržovę didžiausia, tuo įverčio reikšmė mažiausia. Didžiausiam motyvui turinčiam nesirinkti ekologišką daržovę priskyrėme įverčio reikšmei – 3, o mažiausiam įvertis atitiko – 1. Gauti rezultatai pateikiami 22 paveiksle, kuriame matyti, jog gerokai išsiskyrė vienas veiksnys, kuris įtakoja ekologiškų daržovių pasirinkimą, tai yra kaina. Minėto svarbiausio veiksnio įvertis siekė $M=2,47$. Sekantys pagal svarbumą respondentų tarpe veiksnių įverčių reikšmės sudarė nuo $M=1,95$ iki $M=1,59$ ir pagal svarbumą išsidėstė sekančiai:

- mažas asortimentą ($M=1,95$),
- nėra kokybės garantijų ($M=1,85$),

- sunku rasti ($M=1,84$),
- neįsitikinęs jų naudingumu ($M=1,73$),
- nepakankamai informacijos (trūksta reklamos) ($M=1,67$),
- neaiškus ženklavimas ($M=1,61$),
- nėra skirtumo tarp ekologiškų ir įprastų daržovių ($M=1,59$).

Ekologiškų produktų kainų lygis priklauso nuo produktų tipo, sunaudotų gamybos išlaidų ekologiško maisto produkto vienetui pagaminti, paklausos bei prekybos būdo. Kainos vaidmuo rinkodaroje keičiasi priklausomai nuo vartotojų perkamosios galios, produkto kokybės, konkurencijos tipo ir kitų veiksnių.

Labai panašūs tyrimo rezultatai užfiksuoti ir anksčiau atliktame Čiukienės A (2007) tyrime, kur buvo siekiama išsiaiškinti pagrindinius ekologiškų maisto produktų pirkimo ir vartojimo motyvus. Tyrimo rezultatai parodė, kad 74 % apklaustųjų teigia, jog ekologiškų maisto produktų paklausa labiausiai priklauso nuo kainų ir gaunamų pajamų. 38 % respondentų tiki, kad ateityje vartotojų pajamos didės ir vis daugiau vartotojų galės pirkti ir vartoti ekologiškus maisto produktus.

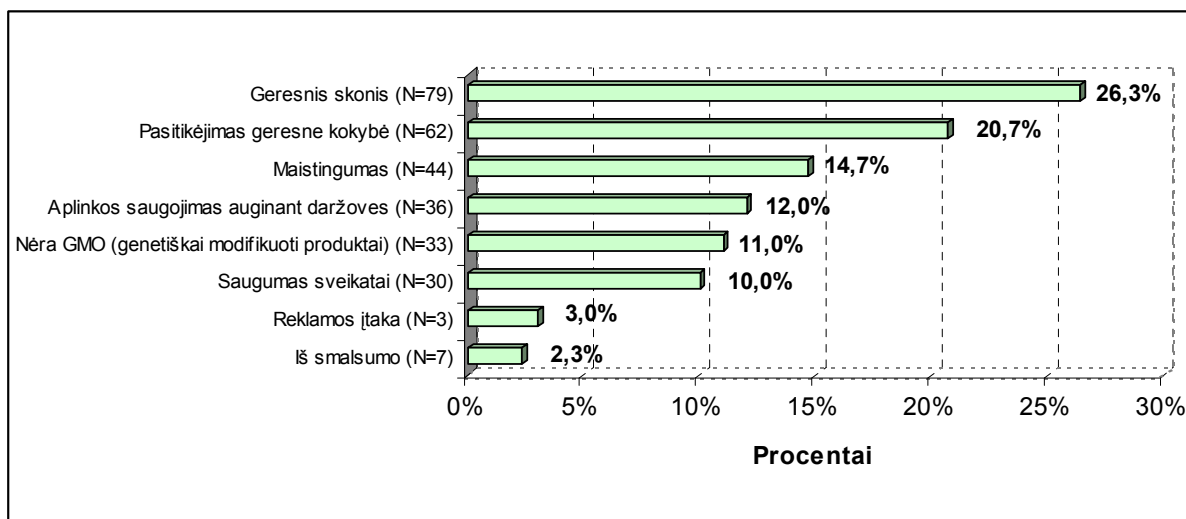


22 pav. Veiksniai, ribojantys ekologiškų daržovių pasirinkimą (N=300)

Išanalizavus kokie veiksniai riboja ekologiškų daržovių rinkimąsi, buvo svarbu įvertinti ir priešingus veiksniai t.y. pasirinkimą skatinančius motyvus. Respondentai vartotojai turėjo pažymėti tris veiksniai pagal svarbumą, kurie skatina rinktis ekologiškas daržoves. Respondentai taip pat turėjo išskirti, kurie skatinantys veiksniai yra svarbūs, svarbesni ir svarbiausi. Gautų rezultatų pasiskirstymai, išreikšti procentais, pateikiami 23, 24 ir 25 paveiksluose.

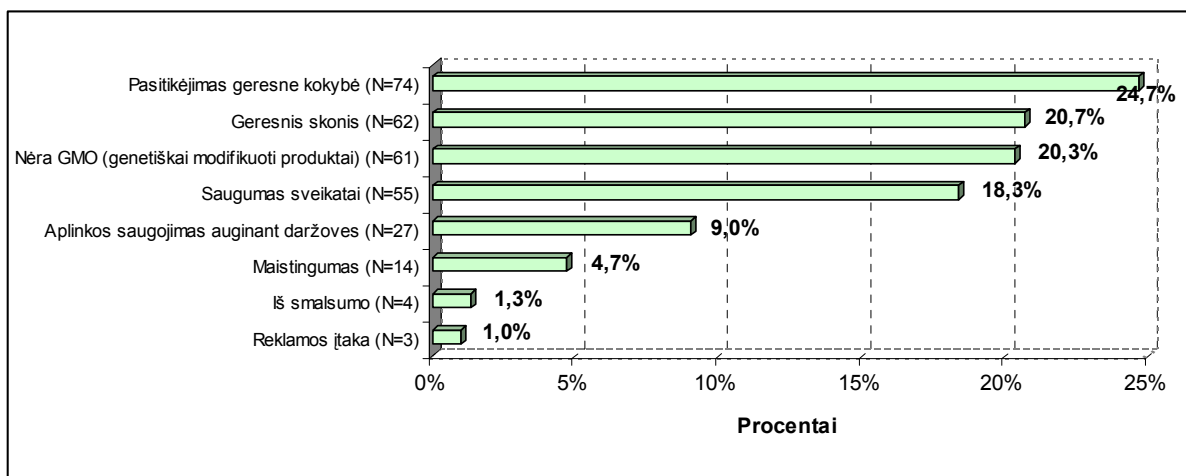
Pagal svarbų veiksnių skatinanti rinktis ekologiškas daržoves, dominavo veiksnys – geresnis skonis (26,3%) (žr. 23 pav.) Mažiau, respondentų nuomone, svarbūs motyvai, skatinantys

ekologiškų daržovių pasirinkimą – pasitikėjimas geresne kokybe (20,7%), maistingumas (14,7%), aplinkos saugojimas auginant daržoves (12%), nėra GMO (11%), saugumas sveikatai (10%), reklamos įtaka (3%), iš smalsumo (2,3%).



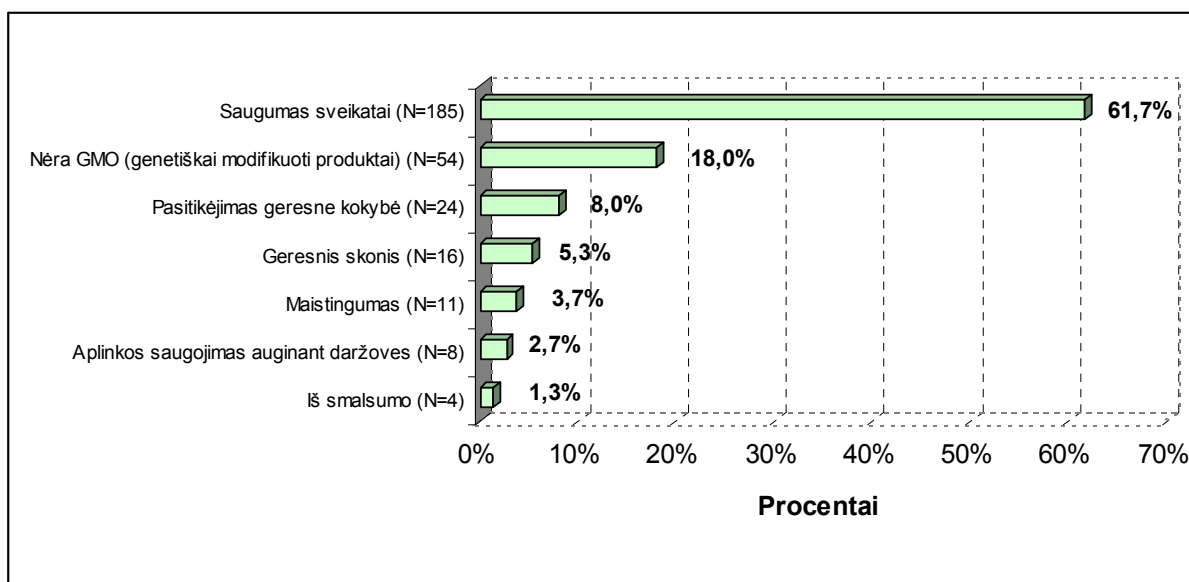
23 pav. Svarbūs motyvai, skatinantys ekologiškų daržovių pasirinkimą

Kaip matyti iš 24 paveiksle pateiktų duomenų, respondentai prie svarbesnių ekologiškų daržovių pasirinkimo motyvų priskiria pasitikėjimą geresne kokybe (24,7%). Galima teigti, kad vartotojai pirkdama ekologiškas daržoves žino, kaip yra ženklinami ekologiški produktai ir jais labiau pasitiki nei įprastais produktais. Antrą ir trečią vietą pagal svarbesnį pasirinkimo motyvą respondentai išskiria geresnį skonį (20,7%) ir nebuvimą ekologiškose daržovėse GMO (genetiškai modifikuoti produktai) (20,3%). Dar svarbesni motyvai skatinantys ekologiškų daržovių pasirinkimą, respondentų nuomone) – saugumas sveikatai (18,3%), aplinkos saugojimas auginant daržoves (9%), maistingumas (4,7%), iš smalsumo (1,3%), reklamos įtaka (1%).



24 pav. Svarbesni motyvai, skatinantys ekologiškų daržovių pasirinkimą

Pagal svarbiausią motyvuojantį veiksnių renkantis ekologiškas daržoves respondentai išskyrė ekologiškų produktų saugumą sveikatai, kuri pasirinko 61,7 % respondentų. Produkto saugumas, vartotojų supratimu, yra susijęs ne tik su tam tikromis jo savybėmis, bet taip pat ir su produkto kilme. Galima teigti, kad ekologiniai produktai jau nuo jų atsiradimo pradžios yra saugūs, kadangi jų sudėtyje nėra jokių sintetinių cheminių elementų. Produkto saugumo supratimas atsiranda ir tuomet, kuomet atsiranda vartotojų lojalumas gamintojui, todėl yra labai svarbu sukurti atitinkamą ryšį tarp vartotojų ir gamintojų. Jei produktas vartotoją pasiekia tiesiogiai iš gamintojo, tuomet ryšys tarp vartotojo ir gamintojo yra stiprus, tačiau, jei produktas pasiekia vartotoją per tarpininkus, vartotojui turi būti pateikiami informatyvūs jo aprašymai, atspindintys produkto kokybę. Jei produktai yra pristatomi parodose arba parduodami turgavietėse, tuomet kartu su jais galėtų būti pateikiama informacija ir apie gamintoją – tai padeda stiprinti ryšį tarp vartotojų ir gamintojų, bei skatina vartotojų lojalumą. Kiti svarbiausi motyvai, skatinantys ekologiškų daržovių pasirinkimą – nėra GMO (genetiškai modifikuoti produktai) (18%), pasitikėjimas geresne kokybe (8%), geresnis skonis (5,3%), maistingumas (3,7%), aplinkos saugojimas auginant daržoves (2,7%), iš smalsumo (1,3%) (žr. 25 pav.).



25 pav. Svarbiausi motyvai, skatinantys ekologiškų daržovių pasirinkimą

Siekiant nustatyti bendrą motyvuojančių veiksnių pasiskirstymą, renkantis ekologiškas daržoves, pagal svarbumą, anksčiau minėti motyvuojantys veiksniai buvo apskaičiuojami įverčių pagrindu. Kuo motyvas pirkti ekologišką daržovę didžiausias, tuo įverčio reikšmė didžiausia. Didžiausiam motyvui priskyrėme reikšmę – 3, o mažiausiam įvertis atitiko – 1. Bendri gauti rezultatai pateikiami 26 paveiksle, kuriame matyti, jog vienas į pirmąją vietą iškeliamas motyvas – saugumas sveikatai, kurio įvertis siekė $M=2,57$. Sekantis pagal svarbumą veiksnys motyvuojantis

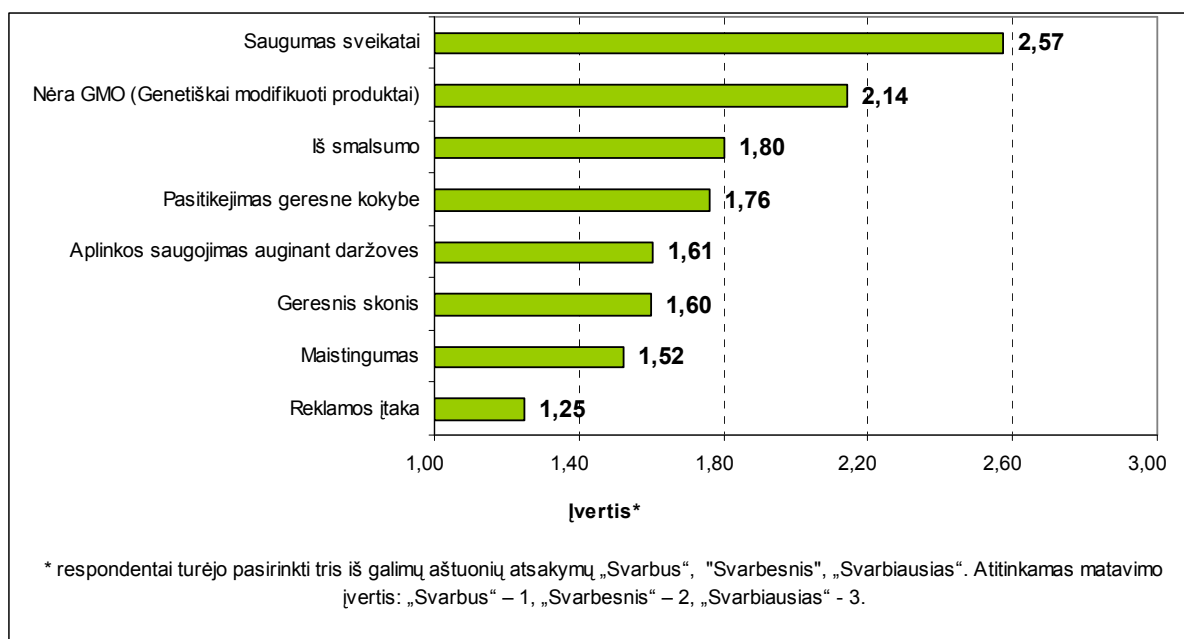
ekologiškų daržovių rinkimąsi yra tas, jog ekologiškuose daržovėse nėra genetiškai modifikuotų organizmų, šio veiksnio įvertis siekė $M=2,14$. Sekančių veiksnių svarbumas pagal gautus įverčius sudarė:

- iš smalsumo ($M=1,80$),
- pasitikėjimas geresne kokybe $M=(1,76)$,
- aplinkos saugojimas auginant daržoves ($M=1,61$),
- geresnis skonis ($M=1,60$),
- maistingumas ($M=1,52$),
- reklamos įtaka ($M=1,25$).

Reikėtų pabrėžti, kad renkantis ekologiškas daržoves kaip saugesnį ir kokybiškesnį produktą, aplinkos neteršimas juos gaminant yra mažiau sureikšminamas, nes šis veiksnys tėra penktoje vietoje pagal svarbą respondentų tarpe.

Ekologiškų produktų kokybė yra svarbus konkurencinis įrankis, padedantis išskirti juos iš kitų įprastinių produktų.

Vis daugiau parduotuvių lentynose tenka pastebėti maisto produktų su užrašu genetiškai modifikuotas. Maistui naudojami genetiškai modifikuoti augalai (kukurūzai, sojos, rapsai, pomidorai, bulvės), įvairūs fermentai, maisto priedai, papildai, kurie gaminami naudojant GMO. Teko girdėti, kad vyksta daug diskusijų dėl GMO naudos ir žalos. GMO šalininkai teigia, kad taip galima būtų išspręsti maisto trūkumo, bado problemas pasaulyje. Tačiau kyla ir daug abejonių dėl GMO saugumo: neįmanoma numatyti, kurioje DNR grandinės vietoje įsiterps svetimasis genas ir kaip jis paveiks esamus genus; tai gali sukelti mutacijas, trikdančias ląstelių ir viso organizmo veiklą, keičiančias baltymų struktūrą ir pan.; genetiškai modifikuotame maiste gali atsirasti naujų toksinių medžiagų ar alergenų (pvz., daugėja sojoms alergiškų žmonių); genetiškai modifikuoti augalai gali kryžmintis su laukinėmis rūšimis ir jas nukonkuruoti, t.y. išnyks natūralios rūšys; kenkėjai ir ligos gali tapti atsparūs, todėl su jomis bus dar sunkiau kovoti; genetiškai modifikuotų augalų auginimui reikia daug cheminių medžiagų, kurios kenkia ir aplinkai, ir žmonių sveikatai.



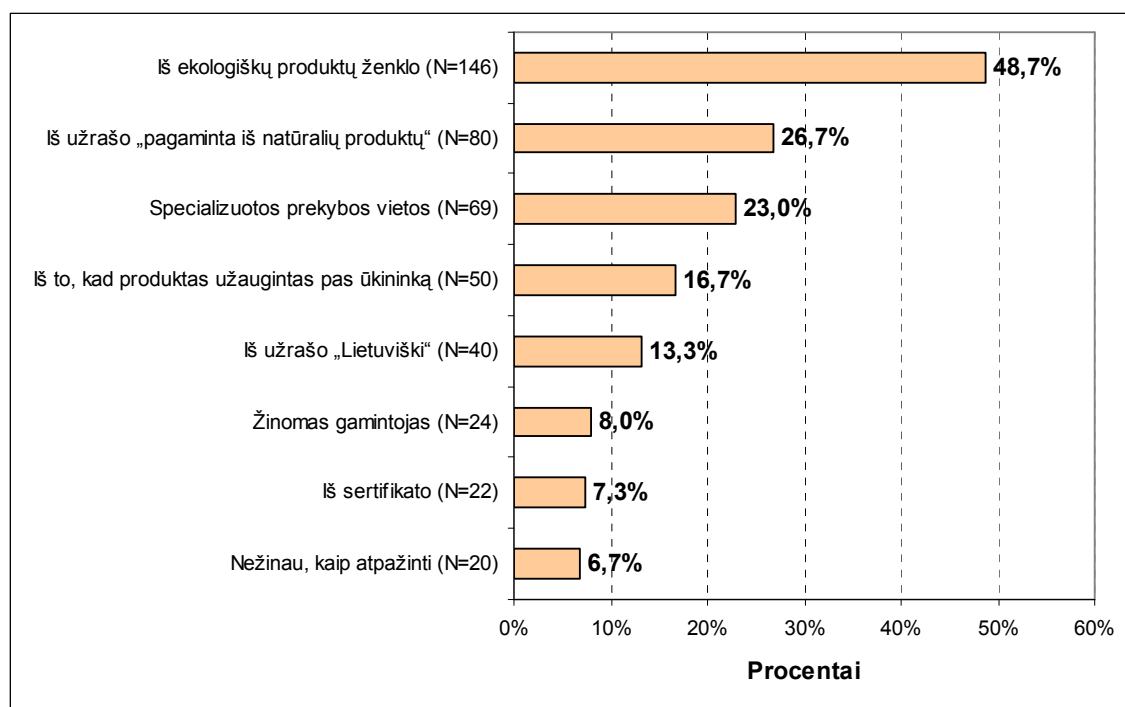
26 pav. Svarbiausi ekologiškų daržovių pasirinkimo motyvai (N=300)

Išanalizavus vartotojus „skatinančių“ ir „stabdančių“ ekologiškų produktų vartojimo motyvus, taip pat buvo svarbu išsiaiškinti ar vartotojai atpažįsta ekologiškus produktus, ir pagal ką jie sprendžia, kad maisto produktai yra ekologiški.

Iš tyrimo duomenų matyti, jog vartotojai ekologiškus produktus atpažįsta iš ekologiškų produktų ženklo (48,7%). Reikėtų paminėti kad svarbus veiksnys atpažįstant prekės ženklą yra spalvos. Teigiama, jog vartotojai ekologišką produktų ženklą atpažįsta iš spalvų, kurios asocijuojasi su žalia, juoda bei balta spalvomis. Konstatuotina, jog tokių spalvų ekologiškų produktų ženklai pirkėjams labiausiai asocijuojasi su sveikumu, natūralumu bei neužterštumu.

Dvigubai mažiau respondentų ekologiškus produktus nurodė atpažįstantys iš užrašo „pagaminta iš natūralių produktų“ (26,7%). Tačiau reiktų pažymėti, kad šis užrašas nebūtinai reiškia, jog produktas tikrai yra ekologiškas. Jie gali būti pagaminti nesilaikant nustatytų reikalavimų, o sveikais pavadinti tik pasipelnymo tikslu.

Tik 20 respondentų nežino, iš ko atpažinti ekologiškus produktus (žr. 27 pav.).

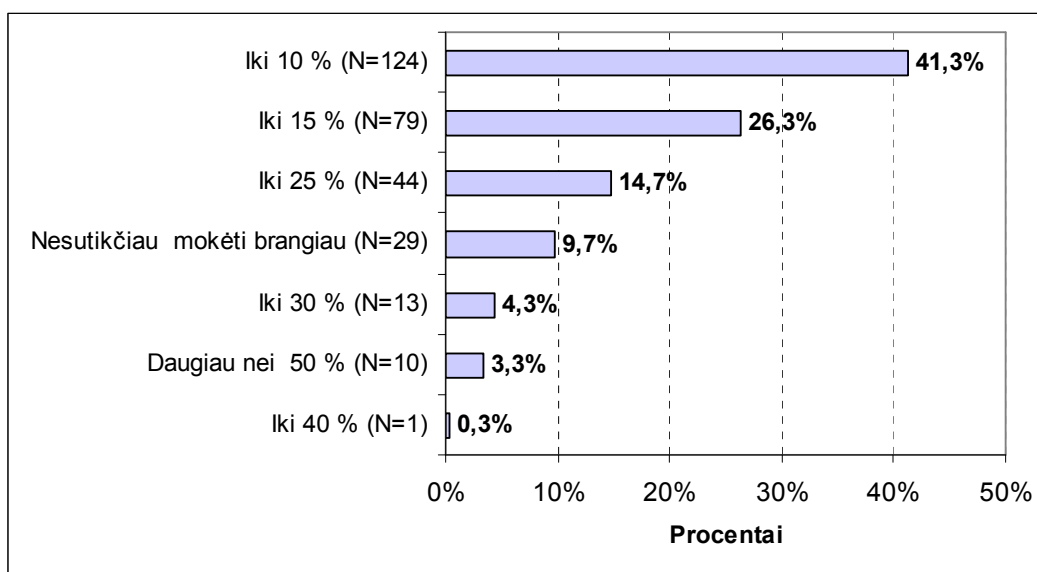


27 pav. Ekologiškų produktų atpažinimo kriterijai (N=300)

Pats svarbiausias veiksnys įtakojantis ekologiškų daržovių vartojimą yra respondentų pasiryžimas mokėti daugiau už ekologiškas daržoves nei moka už įprastas. Kaip matome iš 28 paveikslo pateiktų duomenų, 90,3 % respondentų sutiktų mokėti daugiau už ekologiškas daržoves nei už įprastas. Likusi dalis respondentų, kurie sudaro 9,7% už ekologiškas daržoves nesutiktų mokėti daugiau.

Daugiausiai sutinkančių mokėti už ekologiškas daržoves respondentai norėtų jog ekologiškos daržovės kainuotų iki 10% daugiau nei įprastos. Iki 15% daugiau mokėti už ekologiškas daržoves sutiktų 23,3% respondentų, o iki 25% sutiktų mokėti tik 14,7% respondentų. Dvigubai daugiau už ekologiškas daržoves pasiryžtų mokėti tik 3,3%.

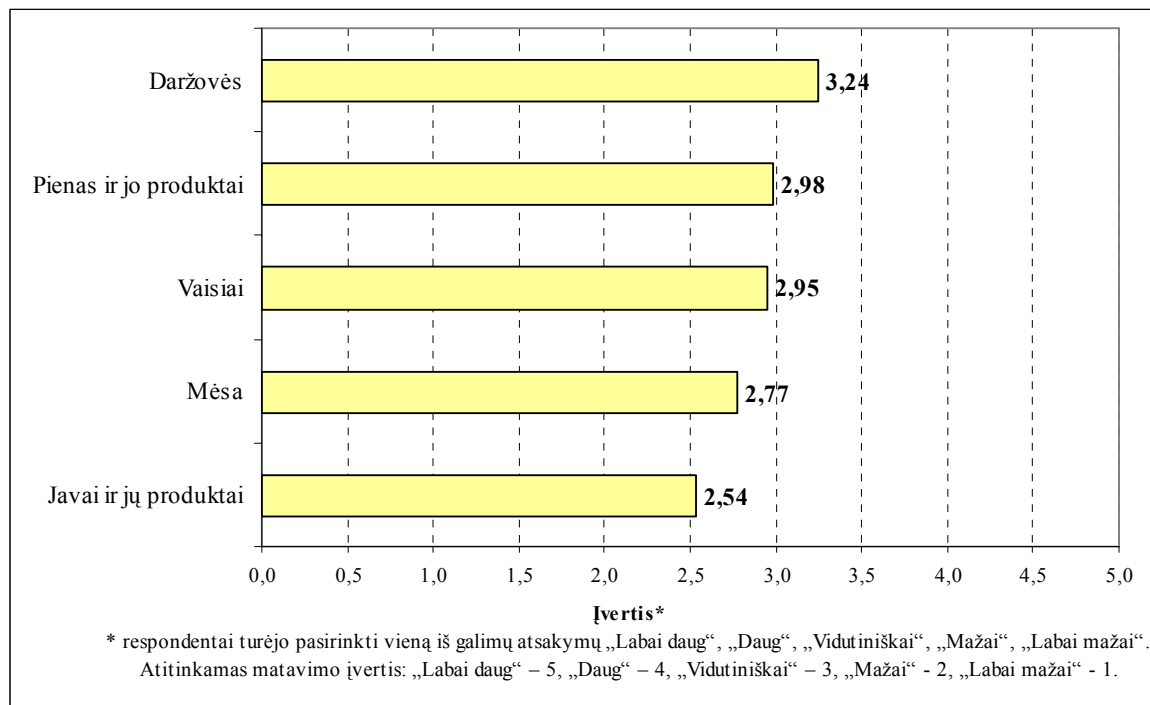
Vartotojai yra įsitikinę, kad moka už produktų saugumą, kokybę ir geresnį skonį. Todėl galima teigti, jog dauguma pirkėjų yra susidarę nuomonę, kad vis dėlto ekologiškos daržovės turi kainuoti daugiau už įprastas, nes jas užauginti yra daug sunkiau nei įprastas daržoves.



28 pav. Respondentų pasiryžimas mokėti daugiau už ekologiškas daržoves nei moka už įprastas (N=300)

Buvo siekiama išsiaiškinti, ar vartotojai perka ekologiškus produktus, ir kokie produktai yra paklausiausi vartotojų tarpe. Respondentai turėjo nurodyti, kokį pirkimo kiekį sudaro ekologiški produktai. Pagal nurodytą kiekį atsakymai buvo vertinami įverčiais. Didžiausias galimas įvertis buvo – 5, kuris buvo priskirtas atsakymui jog įsigijamas ekologiškas maisto produkto kiekis sudaro „labai daug“, o mažiausias įvertis – 1, pasirinkus atsakymą „labai mažai“. Įverčių pasiskirstymas pagal ekologiškų produktų įsigijimo kiekį pateiktas 29 paveiksle, iš kurio matyti, jog didžiausią vartotojų įsigijamų ekologiškų maisto produktų kiekį sudaro daržovės ($M=3,24$).

Kiti ekologiški maisto produktai tokie kaip pienas, vaisiai, mėsa, javai ir jo produktai pagal įverčius pasiskirstė nuo $M=2,98$ iki $M=2,54$ (žr. 29 pav.).



29 pav. Ekologiškų produktų pirkimo pasiskirstymas pagal kiekį (N=300)

Dar vienas ekologiškų produktų pardavimo kanalas – specializuotos ekologiškų produktų parduotuvės. Prieš kelerius metus į tokio tipo parduotuves buvo dedama daug vilčių. Pavyzdžiui, vieno tyrimo rezultatai parodė, kad Lietuvos pirkėjai ekologiškus produktus labiausiai norėtų pirkti specializuotose parduotuvėse. Lietuvoje veikė dvi ekologiškų produktų specializuotos parduotuvės: Biržuose (parduotuvė kavinė „Ekologiškos maisto prekės“) ir ekologiškų produktų parduotuvė Vilniuje, tačiau dėl patiriamų nuostolių šių parduotuvių buvo atsisakyta.

Lietuvoje yra pastebima teigiama tendencija „žaliam vartojimui“. Pirmosios specializuotos ekologiškų produktų parduotuvės Lietuvoje atsirado 2007 m. Iki tol apie „žaliuosius“ produktus buvo galima išgirsti tik iš draugų, bendraminčių arba internete. Šiandiena pastebimas tiek asortimento augimas, tiek vartotojų susidomėjimas. Tai liudija ir didžiuosiuose prekybos centruose atsiradusios natūralaus maisto oazės bei atskiri specialiu logotipu pažymėti maisto produktai.

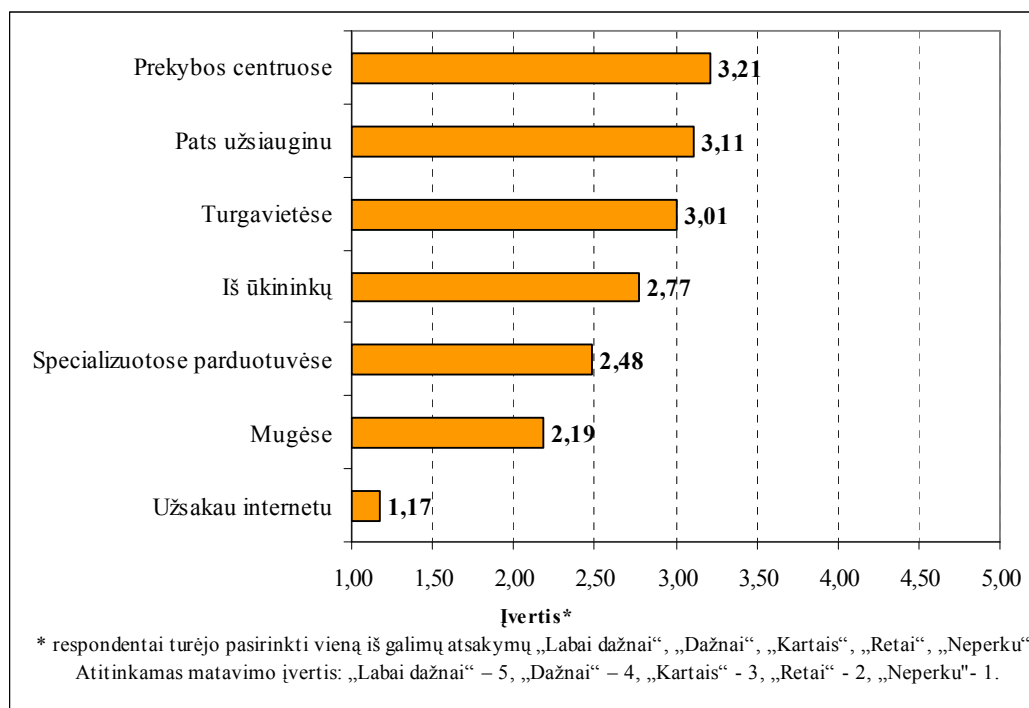
Siekiant išsiaiškinti, kur vartotojai dažniausiai perka ekologiškas daržoves, atsakymai buvo vertinami įverčių pagrindu. Kuo respondentų apsipirkimas tam tikroje vietoje dažnesnis tuo priskiriama didesnė įverčio reikšmė (Didžiausia reikšmė - 5).

Išanalizavus pirkimo vietas paaiškėjo, jog dažniausiai respondentai ekologiškas daržoves yra linkę pirkti prekybos centruose (žr. 30 pav.), nes didžiausia įverčio reikšmė – $M=3,21$. Pirkėjus pirkti ekologiškus produktus prekybos centruose skatina didesnis ir platus įvairių prekių asortimentas, taip pat dažniausia prekybos centrai yra geografiškai patogi vieta ir apsipirkimas

„neatima“ daug laiko, kuris ypač svarbus didėjant žmonių užimtumui ir greitėjančiam gyvenimo tempui.

Taip pat respondentai teigia, ir į antrą vietą pagal ekologiškų daržovių įsigijimą nurodo, kad juos užsiaugina patys. Įverčio reikšmė – $M=3,11$. Reikėtų paminėti, jog tokį vartotojų atsakymų pasirinkimą galėjo lemti tai, kad dažnai mieste ar kaimuose gyvenantys žmonės turi sodus ir daržus, kuriuose dažnai ir užsiaugina daržoves. Trečioje vietoje pagal įsigijimo vietą perkant ekologiškas daržoves respondentai nurodė turgavietes ($M=3,01$). Kitos įsigyjamų ekologiškų daržovių pirkimo vietos pagal populiarumą išsidėstė sekančiai: iš ūkininkų ($M=2,77$), specializuotose parduotuvėse ($M=2,48$), mugėse (ekologiškų produktų) ($M=2,19$), užsisakau internetu ($M=1,17$).

Svarbu tai, jog vartotojai ekologiškus produktus užsisakyti internetu yra mažiausiai linkę. Tačiau toks ekologiškų produktų pardavimas kituose šalyse yra gana populiarus.



30 pav. Ekologiškų daržovių pirkimo vietos (N=300)

Analizuojant 31 pav. pateiktus duomenis matyti, kad daugiausiai informacijos apie ekologiškas daržoves respondentai gali rasti internete. Ši informacijos sklaidos priemonė vis plačiau naudojama ir tampa populiaria bei daugeliui prieinama, taigi atsižvelgiant į šiuos faktus, reikia kuo plačiau ją naudoti.

Kitas informacijos šaltinis – įvairios ekologinės mugės, kurių metu parduvinėjami ekologiški produktai. Tokios mugės organizuojamos nuo 1995 m. Tai gali būti savaitgalio, jubiliejinės ar paprasčiausios ekologiškų produktų mugės. Apie šias muges paprastai skelbiama iš anksto masinio

informavimo priemonėse. Mugės dažniausiai organizuojamos Vilniuje, Kaune, Šiauliuose bei kituose didesniuose miestuose, tačiau neaplenkiami ir mažesni (pavyzdžiui, Biržai).

Prekybos vietose taip pat dauguma respondentų randa informacijos apie ekologiškas daržoves. Respondentai pagrindinę informaciją apie ekologiškus produktus gali rasti pirkimo vietoje, tačiau tai nėra efektyviausias informacijos pateikimo būdas.

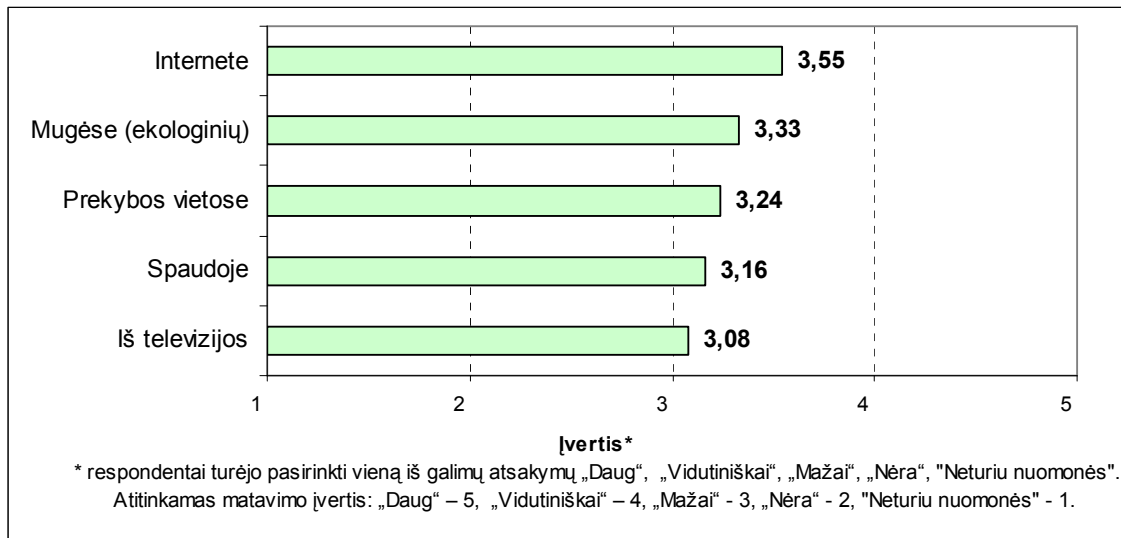
Taip pat nemažai informacijos respondentai sužino iš spaudos, nepriklausomai ar tai vietiniai, regioniniai ar respublikiniai. Informacijos sklaida, per šią viešinimo priemonę, nėra labai didelė, taigi platus visuomenės ratas ne daug sužino apie aktualijas ekologiškų produktų srityje.

Šiomis dienomis, kai plačiai išvystytos informacinės technologijos, viešinimui naudojami įvairūs sklaidos kanalai. Analizuojant 31 pav. pateiktus duomenis matyti, kad ekologiški maisto produktai ir ekologiškos daržovės yra aktualios šalies gyventojams. Visi informacijos sklaidos kanalai akcentuoja, kad maitintumėmės sveiku, švariu, ne genetiškai modifikuotais maisto produktais, tačiau respondentų nuomone apie ekologiškas daržoves mažiausiai sužino iš televizijos laidų, kurios šiuo metu dar neaktyviai transliuoja laidas, kurios yra susijusios su ekologiškais produktais.

Taigi šiuo tyrimo klausimu buvo siekiama atskleisti, kaip pasiskirstė respondentų pasirinkimo vertinimas apskaičiuotas įverčių pagrindu. Diagrama atskleidė kelis interpretuotinus faktus: Pagal informacijos gausumą apie ekologiškus produktus respondentai į pirmąją vietą iškelia internetą (žr. 31 pav.), informacijos gausumas internete ($M=3,55$);

- Respondentams mažesnis informacijos gausumas apie ekologiškus produktus pasirodė mugėse (ekologinių) ($M=3,33$), prekybos vietose ($M=3,24$) ir spaudoje ($M=3,16$);
- Respondentai mažiausiai įvertino televiziją, kaip informacijos gavimo vietą apie ekologiškus produktus ($M=3,08$).

Visi informacijos šaltiniai (internetu, mugėse (ekologinių), prekybos vietose, spaudoje, televizijoje) yra vertinami vidutiniškai, kadangi įverčiai svyruoja nuo 3,08 iki 3,55.

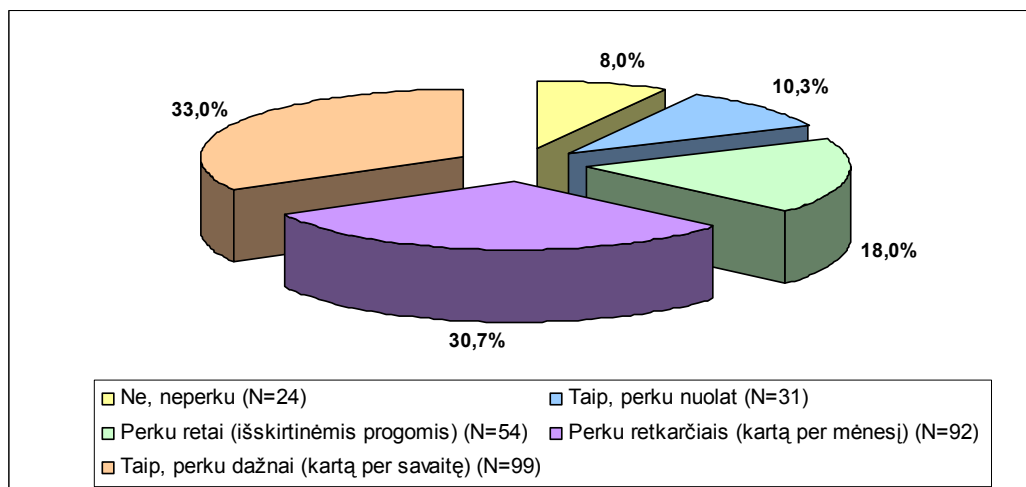


31 pav. Respondentų požiūris apie informacijos gausumą atsižvelgiant į vietą (N=300)

Norint išsiaiškinti ekologiškų daržovių paklausą, reikia tinkamai įvertinti respondentų ekologiškų daržovių pirkimo dažnumą. Analizuojant 32 paveiksle pateiktus duomenis matyti, kad net trečdalis (33%) respondentų ekologiškus produktus perka dažnai (kartą per savaitę). Keliomis nuomonėmis atsilieka respondentai ekologiškas daržoves pirkdami retkarčiais. 18% vartotojų ekologiškus maisto produktus perka retai (išskirtinėmis progomis).

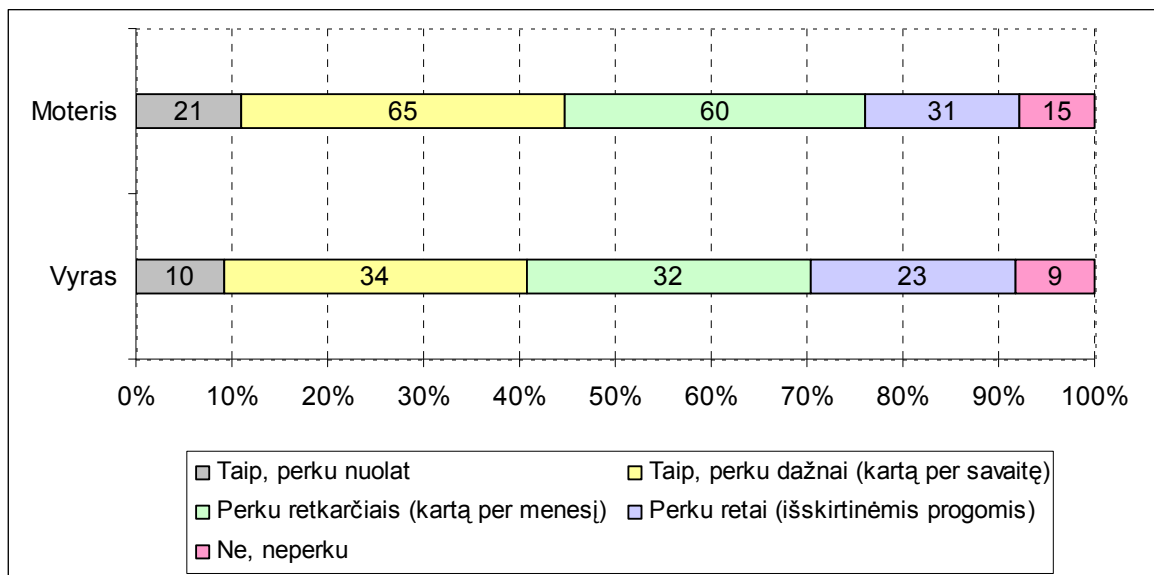
Analizuojant 32 paveikslą matyti, kad tik 10,3% respondentų ekologiškus produktus perka nuolat, o 8% respondentų visai neperka ekologiškų produktų.

Remiantis tyrimo duomenimis galima teigti, kad ekologiškų maisto produktų paklausa turėtų didėti, nes susidomėjimas vartojamų produktų kokybe, jų kilme, pirminio ir galutinio perdirbimo būdais, produktų sudėtimi vis didėja, todėl pirkėjai rinksis sveiką – ekologišką produktą.



32 pav. Pirkimo dažnumas perkant ekologiškus produktus (N=300)

Atsižvelgiant į respondentų lytį ir ekologiškų produktų pirkimo dažnumą matyti, jog tiek vyrų tiek moterų elgesys perkant ekologiškus produktus panašus. Vyrų ir moterų perkantys ekologiškas daržoves dažnai (kartą per savaitę) sudaro šiek tiek daugiau nei 30 %. Panašiai, apie 30 % vyrų ir moterų nurodė perkantys ekologiškas daržoves retkarčiais (kartą per mėnesį). Reiktų paminėti ir tai, jog tiek vyrai tiek moterys visiškai neperkantys ekologiškų produktų sudaro nežymią dalį – 8-9 % (žr. 33 pav.).



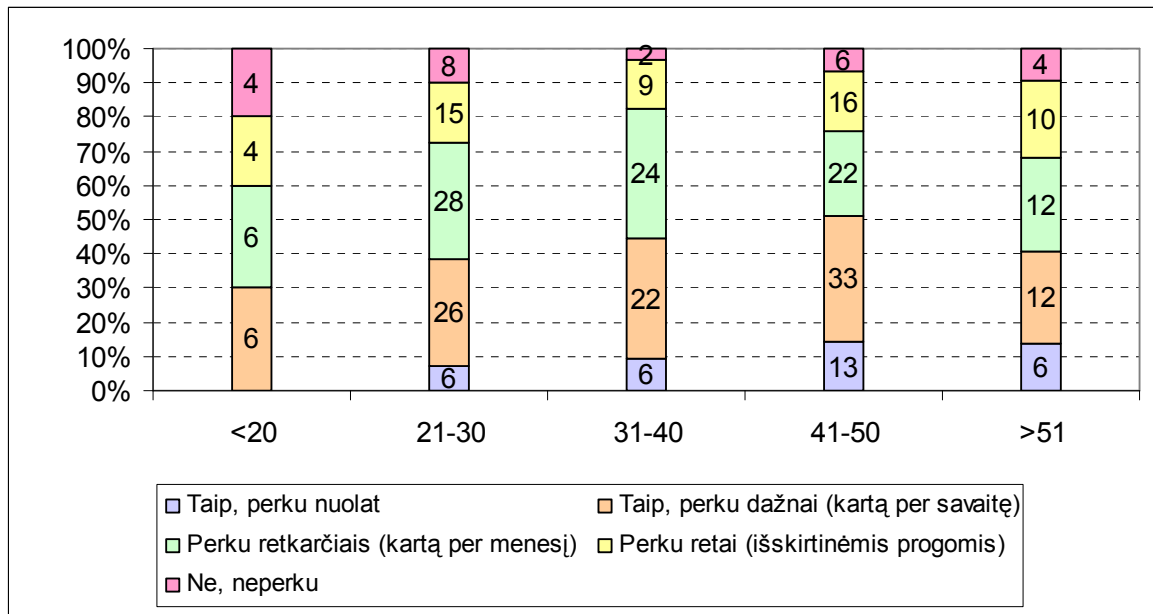
33 pav. Ekologiškų produktų pirkimas pagal respondentų lytį (N=300)

Atsižvelgiant į respondentų amžių ir ekologiškų produktų pirkimo dažnumą matyti, jog visiškai ekologiškų produktų neperkančių respondentų tarpe (20 %) pasitaiko tuomet, kai jų amžius yra iki 20 metų.

Taip pat reiktų pažymėti, jog tarp amžiaus grupių, kurių amžius siekia nuo 41 iki 50, ir tų kurių amžius viršija 50 metų susidaro didžiausia procentinė vartotojų dalis, perkančių ekologiškus produktus nuolat (jų tarpe respondentai sudaro 12-13 %).

Respondentų perkančių ekologiškus produktus dažnai, yra daugiausiai tarp tų vartotojų, kurių amžiaus grupė yra 41-50 metų (tarp šių respondentų susidaro 36 % respondentų perkančių ekologiškus produktus dažnai). Retkarčiais perkančiųjų dažniausiai pasitaiko tarp 31- 40 metų respondentų (tarp jų susidaro 36 % respondentų perkančių ekologiškus produktus retkarčiais)

O perkančiųjų ekologiškus produktus retai dažniausiai pasitaiko tarp amžiaus grupės kam virš 50 metų (susidarė 20 % respondentų šioje amžiaus grupėje pasirinkusių šį atsakymą) (žr. 34 pav.).



34 pav. Ekologiškų produktų pirkimas pagal respondentų amžių (N=300)

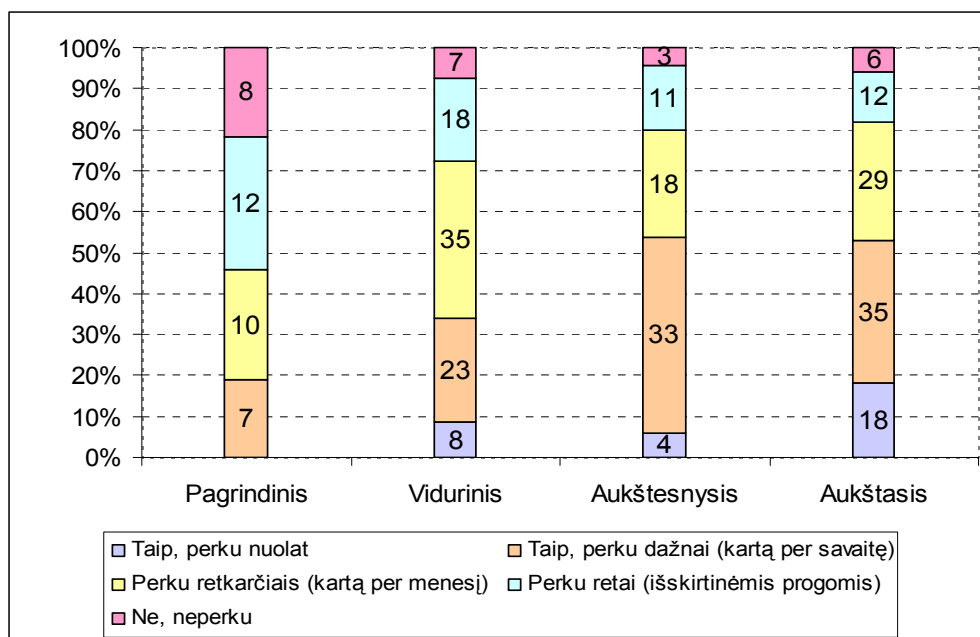
Atsižvelgiant į respondentų išsilavinimą ir ekologiškų produktų pirkimo dažnumą matyti, jog ekologiškus produktus perkančių „nuolat“ daugiausiai yra tarp tų respondentų, kurių išsilavinimas aukštasis. Tarp aukštąjį išsilavinimą turinčių respondentų yra 18 % respondentų perkančių ekologiškus produktus nuolat. Tai didžiausia procentinė dalis susidariusi tarp nuolat ekologiškus produktus perkančiųjų vartotojų.

Ekologiškus produktus perkančių dažnai (kartą per savaitę), didžiausia procentinė dalis t.y. 45 % susidaro tarp respondentų, kurių išsilavinimas yra aukštesnysis.

Respondentų tarpe didžiausia procentinė dalis 39% perkančių ekologiškus produktus retkarčiais susidaro tuomet, kai jų išsilavinimas yra vidurinis.

Taip pat reiktų pažymėti, jog tarp respondentų turinčių pagrindinį išsilavinimą, susidaro didžiausia dalis t.y. 31% ir 21% respondentų, kurie perka ekologiškus produktus retai arba visai neperkantys.

Atsakymų pasiskirstymas pagal ekologiškų produktų pirkimą atsižvelgiant į išsilavinimą pateiktas 35 paveiksle.



35 pav. Ekologiškų produktų pirkimas pagal respondentų išsilavinimą (N=300)

Keturioliktu anketos klausimu respondentų teirautasi, kaip jie vertina ekologiškas daržoves pagal pateiktus teiginius – sveikatai saugūs produktai, geresnė kokybė, skanūs, reikalingi, naudingi, lengvai randami, aktualūs augintojams, brangūs ir neteršiama aplinka.

Respondentų pateikti vertinimai atsispindi 5 lentelėje.

5 lentelė

Tyrimo dalyvių (N=300) nuomonių pasiskirstymas pagal ekologiškų daržovių vertinimus

Respondentų požiūris į ekologiškas daržoves / atsakymų variantai	Tikrai taip	Taip	Ko gero taip	Neturiu nuomonės	Ko gero ne	Ne	Tikrai ne
Sveikatai saugūs produktai	53,67 %	27,33 %	13,67 %	4,33 %	0,33 %	0,33 %	0,33 %
Geresnė kokybė	35,67 %	32,00 %	22,33 %	8,33 %	1,33 %	0,00 %	0,33 %
Skanūs	25,33 %	37,33 %	27,33 %	6,67 %	2,00 %	0,00 %	1,33 %
Reikalingi	36,00 %	33,67 %	19,33 %	9,67 %	0,67 %	0,67 %	0,00 %
Naudingi	36,33 %	35,33 %	18,33 %	24,00 %	1,33 %	0,67 %	0,00 %
Lengvai randami	4,33 %	9,33 %	25,00 %	16,33 %	30,33 %	12,67 %	2,00 %
Aktualu augintojams	11,00 %	26,00 %	30,00 %	24,00 %	5,67 %	2,33 %	1,00 %
Brangūs	30,67 %	32,67 %	20,33 %	10,00 %	3,67 %	2,00 %	0,67 %
Neteršiama aplinka	21,00 %	30,67 %	28,00 %	15,33 %	2,33 %	1,67 %	1,00 %

Vertinant ekologiškas daržoves pagal teiginį „sveikatai saugūs produktai“, daugiausia tyrimo dalyvių įvertino „tikrai taip“ (53,67%). Bendrai į teiginį jog ekologiškos daržovės saugios sveikatai teigiamai įvertino t.y. pasirinko vertinimą „tikrai taip“, „taip“ ir „ko gero taip“ net 94,67% respondentų. 4,33% respondentų minėtam teiginiui neturėjo nuomonės ir mažiausia dalis respondentų apie 1 proc. šiam teiginiui nepritarė t.y. pasirinko vertinimą „ko gero ne“, „ne“ arba „tikrai ne“.

Vertinant ekologiškas daržoves pagal sekantį teiginį t.y. „geresnė kokybė“, daugiausia tyrimo dalyvių įvertino „tikrai taip“ (35,67%). Bendras teiginio teigiamas įvertinimas pasirenkant vertinimą kaip „tikrai taip“, „taip“ arba „ko gero taip“ sudarė 90,00%. Neturėjusių respondentų nuomonės apie ekologiškų daržovių kokybę susidarė 8,33%. visų apklaustųjų. Neigiamą teiginio „geresnė kokybė“ įvertinimą pasirinko 1,66% respondentų, nes jų vertinimas minėtam teiginiui buvo „ko gero ne“, arba „tikrai ne“

Pagal teiginį jog ekologiškos daržovės yra skanios respondentų vertinimas pasiskirstė sekančiai: „tikrai taip“ - 25,33%, „taip“ - 37,33%, „ko gero taip“ - 27,33%. 6,67% respondentų neturėjo nuomonės. 2% respondentų mano, jog ekologiškos daržovės „ko gero neskanos“ ir 1,33% mano, jog „tikrai neskanos“.

Atsižvelgiant į ekologiškų daržovių teiginių vertinimą pagal reikalingumą ir naudingumą, susidarė respondentų teigiami įvertinimai t.y. vertinant minėtus teiginius kaip „tikrai taip, „taip“ arba „ko gero taip“ atitinkamai 89% ir 89,99%. Todėl, galima teigti, jog ekologiškos daržovės respondentų nuomone yra tiek reikalingi tiek naudingi produktai.

Vertinant ekologiškas daržoves pagal teiginį „lengvai randami“, daugiausia tyrimo dalyvių įvertino „ko gero ne“ (30,33%). Tai pirmasis teiginys, kurį respondentai įvertino didžiausiu neigiamu vertinimu, nes respondentai pasirinkę vertinimą „ko gero ne“, „ne“ ir „tikrai ne“ bendrai sudarė 45%. Minėto teiginio teigiami įvertinimai lyginant su neigiamais sudarė mažesnę procentinę dalį, nes vertinimai „tikrai taip“ „taip“ ir „tikrai taip“ bendrai sudarė - 38,66%. Likusi dalis respondentų (16,55%) neturėjo nuomonės šiuo klausimu.

Pagal teiginį jog ekologiškos daržovės yra aktualios augintojams kaip „tikrai taip“ įvertino 11% respondentų. 26% respondentų minėtą teiginį įvertino „taip“, o didžiausia dalis t.y. 30% respondentų įvertino „ko gero taip“. Nemaža dalis respondentų šiuo klausimu neturėjo nuomonės (24%). Sekantys įvertinimai pagal respondentų pasirinkimą atitinkamai pasiskirstė: „ko gero ne“ - 5,67%, „ne“ - 2,33% ir „tikrai ne“ - 1%.

Pagal teiginį jog ekologiškos daržovės yra brangios sutiko dauguma respondentų – 83,67% (pasirinko įvertinimą „tikrai taip“, „taip“ arba „ko gero taip“). Likusi dalis respondentų apie ekologiškų daržovių brangumą arba neturėjo nuomonės (10%) arba teigė jog jos nebrangios (6,34%, iš kurių 3,67% įvertino „ko gero ne“, 2% įvertino „ne“ ir 0,67% įvertino „tikrai ne“).

Taip pat reikia paminėti, jog buvo svarbu išanalizuoti vartotojų nuomonę apie tai, jog auginant ekologiškas daržoves nėra teršiama aplinka. Su teiginiu, jog auginant ekologiškas daržoves „neteršiama aplinka“ sutiko 79,67% respondentų (įvertino kaip „tikrai taip“, „taip“ arba „ko gero taip“). 15,33% minėtąjį teiginį nevertino, nes neturėjo nuomonės šiuo klausimu, o likusi dalis t.y. 5% respondentų su minėtoju teiginiu nesutiko (įvertino „ko gero ne“, „ne“ arba „tikrai ne“).

Ankščiau išanalizuotų respondentų nuomonių vertinimai pagal ekologiškų daržovių minėtus teiginius detalesniam išanalizavimui taip pat buvo pasirinkta vertinti įverčiais (nuo 1 iki 7), 38 paveiksle pateikiami teiginių apie ekologiškas daržoves vertinimai respondentų atžvilgiu įverčių pagalba. Didžiausias galimas įvertis buvo – 7, kuris buvo priskirtas pasirinktam atsakymo vertinimui „tikrai taip“, o mažiausias įvertis – 1, pasirinktam atsakymo teiginiui „tikrai ne“.

Vertinimo centrinės tendencijos artėjimas prie 7 rodo, kad respondentų vertinimai atitinkamų teiginių artėja prie vertinimo tikrai taip.

Iš pateiktų duomenų neabejotinai matyti, jog respondentų požiūriu ekologiškos daržovės yra sveikesnės bei sveikatai saugūs produktai ($M=6,27$). Jie turi daugiau vertingų medžiagų ir iš tikrųjų yra saugesni. Ekologiškas daržoves perdirbant nenaudojami genetiškai modifikuoti priedai, nėra kenksmingų cheminių medžiagų. Be to, ekologiškų daržovių gamintojų veikla nuolat tikrinama, produkcija turi atitikti aukštus reikalavimus.

Kitas svarbus respondentų požiūris į ekologiškas daržoves yra ekologiškų daržovių naudingumas ($M=5,96$). Kiti respondentų požiūriai pagal ekologiškas daržoves pagal įverčius sudarė:

- Reikalingi ($M=5,93$),
- geresnė kokybė ($M=5,92$),
- skanūs ($M=5,72$),
- brangu ($M=5,68$),
- neteršiama aplinka ($M=5,45$),
- aktualu augintojams ($M=5,02$).

Apibendrinant galima teikti, jog priedų neturinčių produktų skonis – natūralus. Tačiau ekologiškos daržovės yra gerokai brangesnės, ne visada turi patrauklią išvaizdą, o įpratusiems prie tradicinio valgio būna neskaniškos.

Mažiausią įvertį respondentų požiūriu į ekologiškas daržoves išskyrė, jog ekologiškos daržovės yra lengvai randamos ($M=3,95$). Taip manoma yra todėl, jog dabar kiekviename prekybos centre yra atskiri ekologiškų daržovių skyriai, todėl pagal jų skiriamuosius ženklus yra nesunku susirasti sau reikalingų ekologiškų daržovių.

Visi vartotojų požiūriai į ekologiškas daržoves yra vertinami labai gerai, kadangi įverčiai svyruoja nuo 3,95 iki 6,27.

Penkioliktu anketos klausimu respondentų buvo paprašyta įvertinti ekologiškų daržovių vartojimą skatinančius veiksnius, tokius kaip didesnis ekologiškų daržovių asortimentas; dažnesnis ekologiškų produktų mugių organizavimas, ūkininkų turgeliai; didesnis informacijos kiekis apie ekologiškas daržoves; didesnis šių produktų reklamos, žiniasklaidos dėmesys; ekologiškų daržovių kainų sumažinimas; sveikatos aplinkos saugojimo akcentavimas. Respondentų pateikti vertinimai atspindi 6 lentelėje.

6 lentelė

Tyrimo dalyvių (N=300) pasiskirstymas pagal ekologiškų daržovių vartojimą skatinančių veiksnių vertinimą

Respondentų požiūris į ekologiškų daržovių vartojimo skatinančius veiksnius / atsakymų variantai	Labai svarbu	Svarbu	Vidutiniškai	Nesvarbu	Visai nesvarbu
Didesnis asortimentas	37,00 %	49,00 %	11,67 %	2,00 %	0,33 %
Dažnesnis ekologiškų produktų mugių organizavimas, ūkininkų turgeliai	33,33 %	48,33 %	15,33 %	2,67 %	0,33 %
Daugiau informacijos apie ekologiškas daržoves	39,00 %	45,00 %	12,33 %	3,33 %	0,33 %
Didesnis šių produktų reklamos, žiniasklaidos dėmesys	31,33 %	46,67 %	17,00 %	4,00 %	1,00 %
Ekologiškų daržovių kainų sumažinimas	54,67 %	35,00 %	8,67 %	1,33 %	0,33 %
Sveikatos aplinkos saugojimo akcentavimas	40,67 %	34,67 %	18,00 %	5,33 %	1,33 %

Vertinant ekologiškų daržovių vartojimo skatinimą pagal veiksnį „didesnis asortimentas“ didžiausia dalis respondentų susidarė pagal įvertinimą „Svarbu“ (49%). Minėtą veiksnį pagal įvertinimą „labai svarbu“ pasirinko 37% respondentų. 11,67% respondentų ekologiškų daržovių didesnio asortimento įtakojimą didesniai ekologiškų daržovių vartojimui įvertino „vidutiniškai“, o likusi dalis mano, kad tai „nesvarbu“ (2% arba „visai nesvarbu“ (0,33%).

Vertinant ekologiškų daržovių vartojimo skatinimą pagal dažnesnį ekologiškų produktų mugių/ūkininkų turgelių organizavimą respondentai įvertino „labai svarbu“ - 33,33% „svarbu“ - 48,33%. Įvertinimą „vidutiniškai“ pasirinko 5,33% respondentų. „Nesvarbu“ ir „visai nesvarbu“ įvertinimus atitinkamai pasirinko 2,67 % ir 0,33 % respondentų.

39% ir 45% respondentų pasirinko vertinimus „labai svarbu“ ir „svarbu“ pagal ekologiškų daržovių vartojimo skatinimo veiksnį - daugiau informacijos apie ekologiškas daržoves. Likusi dalis respondentų minėtąjį veiksnį įvertino „vidutiniškai“ (12,33%), „nesvarbu“ (3,33%) ir „visai nesvarbu“ (0,33%).

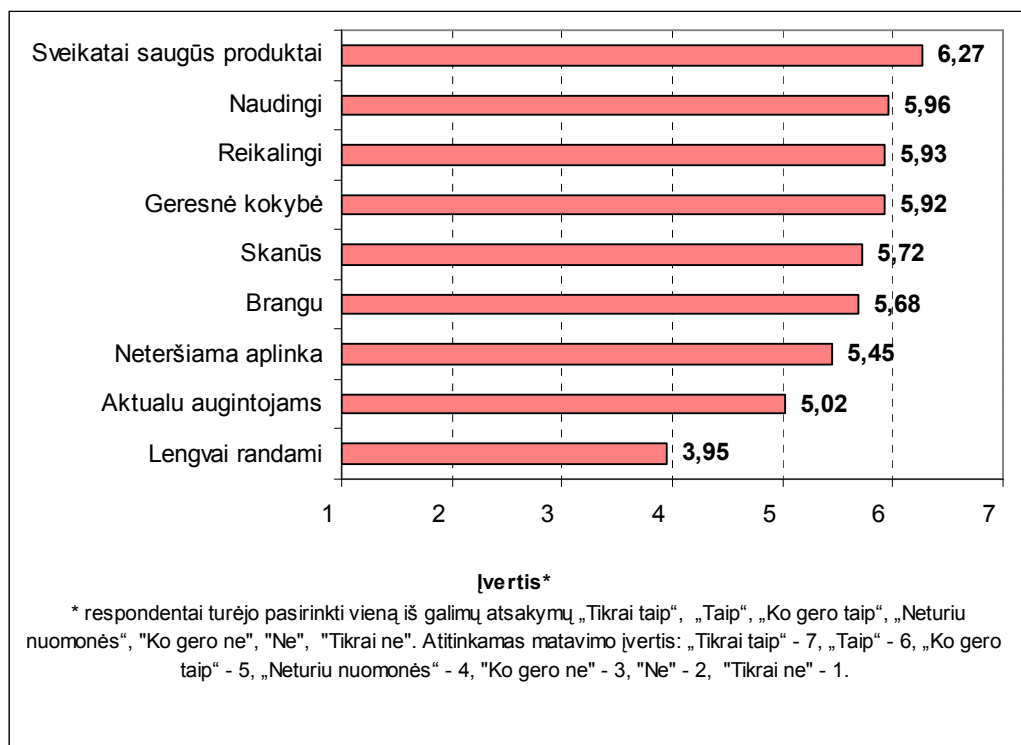
Ekologiškų produktų vartojimo skatinimui gali būti panaudota reklama ir didesnis žiniasklaidos dėmesys. Su šiuo teiginiu sutinka ir dauguma apklausoje dalyvavusių respondentų, kadangi minėtą veiksni ekologiškų daržovių vartojimo skatinimui įvertino kaip „labai svarbu“ 31,33% respondentų, 46,67% įvertino kaip „svarbu“. Vertinimas „vidutiniškai“ tarp respondentų sudarė 17%. Likusi nedidelė respondentų dalis reklamos ir žiniasklaidos veiksni įvertino kaip „nesvarbu“ 4% ir „visai nesvarbu“ 1%.

Respondentams labai svarbus ekologiškų produktų kainų lygis, kadangi veiksnys „ekologiškų daržovių kainų sumažinimas“ skatinant ekologiškų daržovių vartojimą respondentų tarpe sudarė didžiausią procentinę dalį pasirenkant šio veiksnio vertinimą kaip „labai svarbu“ (54,67%). Kiek mažesnė respondentų dalis minėtą teiginį įvertino kaip „svarbu“ (35%). Likusi dalis mano kad ekologiškų daržovių kainų sumažinimas ekologiškų daržovių vartojimą padidintų tik vidutiniškai (8,67%). 1,33% respondentų mano, jog tai nesvarbu arba visiškai nesvarbu 0,33%.

Paskutinis veiksnys skatinantis ekologiškų daržovių vartojimą buvo sveikatos ir aplinkos saugojimo akcentavimas. Šį veiksni respondentai įvertino kaip „labai svarbu“ 40,67 proc. Įvertinimas „svarbu“ sudarė 34,67%. Vidutiniškai - 18%. 5,33% ir 1,33% respondentų mano, jog sveikatos ir aplinkos saugojimas norint padidinti ekologiškų daržovių vartojimą būtų kaip nesvarbus arba visai nesvarbus.

Apibendrinant galima teigti, jog dauguma veiksnių skatinančių ekologiškų daržovių vartojimą respondentų yra vertinami kaip labai svarbūs ir svarbūs veiksniai.

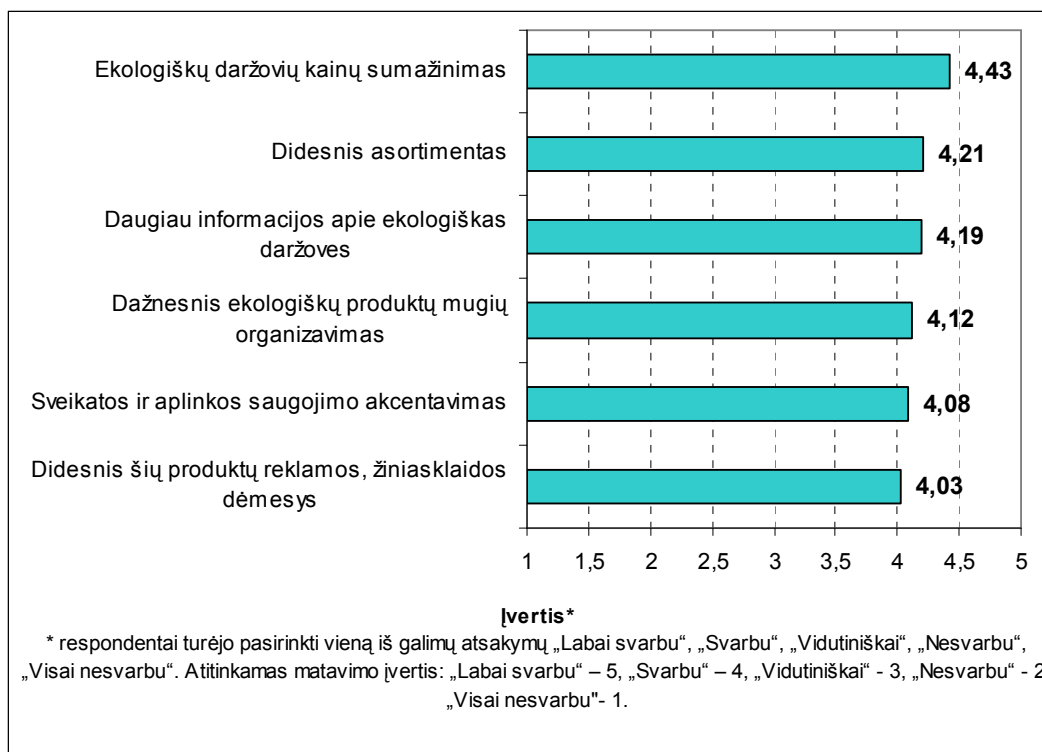
Taip pat buvo siekiama atskleisti bendrą veiksnių, kurie padidintų ekologiškų daržovių vartojimą pasiskirstymą apskaičiuojant įverčių pagrindu. Vertinimo centrinės tendencijos artėjimas prie 5 rodo, kad respondentų vertinimai atitinkamų veiksnių įtakai ekologiškų daržovių vartojimo didinimui artėja prie labai svarbu (žr. 36 pav.).



36 pav. Respondentų požiūris į ekologiškas daržoves (N=300)

Buvo siekiama atskleisti veiksnius, kurie padidintų ekologiškų daržovių vartojimą apskaičiuotų įverčių pagrindu. Diagrama atskleidė kelis interpretuotinus faktus:

- Į pirmąją vietą (žr. 37 pav.) respondentai labiausiai iškelia *ekologiškų daržovių kainų sumažinimą*. ($M=4,43$);
- Respondentams mažiau svarbus pasirodė *didesnio asortimento* ($M=4,21$), *daugiau informacijos apie ekologiškas daržoves* ($M=4,19$), *dažnesnio ekologiškų produktų mugių organizavimą* ($M=4,12$) ir *sveikatos ir aplinkos saugojimo akcentavimo* ($4,08$) veiksniai;
- Respondentai mažiausiai įvertino *didesnį ekologiškų produktų reklamos, žiniasklaidos dėmesio veiksnį* ($M=4,03$).



37 pav. Veiksniai padidinantis ekologiškų daržovių vartojimą (N=300)

Gauti empiriniai duomenys leidžia daryti prielaidą, jog respondentai atlieka tokius veiksmus, kurie labiausiai išryškėja finansiniuose reikaluose. Mūsų manymu, reikėtų šiek tiek sumažinti ekologiškų daržovių kainas, teikti daugiau informacijos apie ekologiškus produktus, organizuoti ekologiškų produktų mugės ne tik dideliuose miestuose, bet ir mažesniuose miesteliuose bei akcentuoti sveikatos aplinkos saugojimą. Tai turėtų padidinti ekologiškų daržovių vartojimą.

Pagal mažiausiai įvertintą veiksnį, t.y. didesnis ekologiškų produktų reklamos, žiniasklaidos dėmesys, galima teigti, kad vartotojams trūksta informacijos apie ekologiškus produktus.

Visi veiksniai padidinantis ekologiškų daržovių vartojimą yra vertinami labai gerai, kadangi įverčiai svyruoja nuo 4,03 iki 4,43.

IŠVADOS

Tyrimo hipotezė - ekologiškų produktų rinka Lietuvoje turi aiškia plėtros tendenciją, tačiau yra sąlygojama vartojimo kultūros, pasirinkimo galimybių ir kitų veiksnių, pasitvirtino.

1. Vartotojų tarpe perkamiausi ekologiški produktai yra daržovės, kadangi jos labiausiai perkamos. Antroje vietoje pagal perkamumą - pienas ir jo produktai.
2. Dažniausiai ekologiškas daržoves perka tie vartotojai, kurių pajamos yra didesnės, nes didėjant pajamoms, kartu didėja ir motyvas vartoti ekologiškas daržoves. Taip pat ekologiškas daržoves renkasi tie vartotojai, kurie turi aukštesnį išsilavinimą. Tikėtina, kad aukštesnį išsilavinimą turintys vartotojai daugiau žino apie ekologiškų produktų vertę.
3. Nustatyta, jog ekologiškas daržoves dažniausiai perka 41 - 50 metų respondentai, kadangi senyvo amžiaus žmonės labiau rūpinasi savo sveikata.
4. Svarbiausi daržovių vartojimą skatinantys veiksniai yra: ekologiškų daržovių kainų mažinimas, didesnis ekologiškų daržovių asortimentas, dažnesnis ekologiškų produktų mugių, ūkininkų turgelių organizavimas, didesnis šių produktų dėmesys reklamai ir žiniasklaidai, sveikatos ir aplinkosaugos akcentavimas.
5. Didžiausia dalis vartotojų ekologiškus produktus atpažįsta iš ekologiškų produktų ženklo (48,7%). Dvigubai mažiau respondentų ekologiškus produktus atpažįsta iš užrašo „pagaminta iš natūralių produktų“, tačiau šis užrašas nebūtinai reiškia, jog produktas tikrai yra ekologiškas.
6. Dauguma respondentų nurodė, kad ekologiškus maisto produktus linkę labiausiai pirkti prekybos centruose. Pirkti prekybos centruose vartotojus skatina didesnis ekologiškų produktų asortimentas.
7. Svarbus veiksnys, ribojantis ekologiškų produktų paklausą, yra aukšta ekologiškų produktų kaina. Didžioji dalis respondentų mokėtų tik 10% daugiau už ekologiškus produktus.
8. Svarbiausi ekologiškų maisto produktų pasirinkimo motyvai yra produktų saugumas sveikatai, geresnė produktų kokybė, geresnės skonio savybės.
9. Žymi dalis vartotojų (89% – 87%) mano, jog reikia skatinti tiek ekologiškų daržovių auginimą, tiek vartojimą.

REKOMENDACIJOS

1. Būtina skatinti ekologiškų produktų (daržovių) auginimą ir vartojimą Lietuvoje, kadangi šių produktų vartojimo lygis yra pakankamai žemas, o poveikis sveikatai – didelis.
2. Tikslinga skirti kuo didesnę dėmesį ekologiškų produktų (daržovių) reklamai, organizuojant ekologiškų produktų mugės, nes maža dalis ekologiškų produktų rinkos vartotojų yra mažai informuoti apie ekologiškus produktus.
3. Svarbu plėsti ekologiškų produktų (daržovių) pardavimo vietų tinklą Lietuvoje, kadangi šiuo metu didžiąją dalį ekologiškų produktų galima įsigyti tik didžiuosiuose prekybos centruose.
4. Turi būti siekiama ekologiškų produktų (daržovių) kainų mažinimo, kadangi šių produktų kainos yra dvigubai didesnės nei įprastinių produktų.
5. Siekiant ekologiškų produktų (daržovių) asortimento didinimo prekybos vietose, būtų tikslinga į prekybos tinklą įtraukti kuo daugiau ekologiškų produktų gamintojų.
6. Didelių miestų vartotojus būtų tikslinga skatinti kuo daugiau vartoti ekologiškus produktus (daržoves), kadangi mažų miestelių gyventojai daugelį ekologiškų produktų užsiaugina patys.

LITERATŪRA

1. Aaker, D. A. (1995). *Building Strong Brands*. New York.
2. Abraitytė, G., Rutkoviienė, V. (2004). *Ekologiškų bulvių ir daržovių kainos. Ekologiškos produkcijos kokybė ir jos gerinimas*. Tarptautinės mokslinės konferencijos medžiaga.
3. Aleksynas A. (2006). Kukurūzai ekologinėje žemdirbystėje. *Mano ūkis* Nr.5. p.36-37
4. Aleliūnaitė, D., Urbanskienė, R. (2000). *Prekės, jos ženklo ir vartotojų santykių reikšmė įmonės veiklai marketingo kultūros požiūriu. Inžinerinė ekonomika*. Nr.5(10).
5. Andriuščenka, J. (2005). *Improvement of enterprises competitiveness: the external resources*.
6. Apie ekologinį ūkininkavimą [žiūrėta 2008-12-01]. Prieiga per internetą: <<http://www.organic.lt/lt/pages.id.45>>.
7. Apie ekologinį ūkininkavimą [žiūrėta 2009-01-20]. Prieiga per internetą: <<http://www.ukioklubas.lt/apie-ekologini-ukininkavima/>>.
8. Apie ekologiškus maisto produktus [žiūrėta 2008 – 03 – 20]. Prieiga per internetą: <http://www.emedicina.lt/index.php?s_id=3582&lang=lt>.
9. Aplinka [žiūrėta 2008-12-18]. Prieiga per internetą: <http://ec.europa.eu/agriculture/organic/environment_lt>.
10. Ar “natūralus” reiškia “ekologiškas”? [žiūrėta 2008–12–15]. Prieiga per internetą: <<http://www.organic.lt/lt/pages.id.46>>.
11. Balsuoja už ekologišką žemės ūkį (2007). *Ekoūkis: mokslas, gamyba, rinka*. IV ketvirtis, Nr.4(31).
12. Balsas už ekologiškumą [žiūrėta 2008-12-05]. Prieiga per internetą: <<http://www.organic.lt/lt/news.nid.286>>.
13. Bitinaitė, D. ES remia ekologiškos produkcijos gamintojus (2007). *Ekoūkis*. IV ketvirtis Nr.4(31)
14. Burinskas, S. Apie ekologiškų produktų rinką Lietuvoje kalbėti anksti (2004) [žiūrėta 2009-12-01]. Prieiga per internetą: <<http://www.ve.lt/?rub=1065924826&data=2004-08-13&id=1092329685>>.
15. Čeponytė, Z. (2007). Vartotojas ir maisto produktų sauga. *Mokslas ir gyvenimas*. Nr.11 (589).
16. Čiukienė, A. (2007). Ekologiškų maisto produktų pirkimo ir vartojimo motyvai [žiūrėta 2009-03-15]. Prieiga per internetą: <http://www.lzuu.lt/jaunasis_mokslininkas/smk_2006/vadyba/Ciukiene%20Ausra.pdf>.

17. Danilčenko, H, Jarienė E, Rutkuvienė V. (2004). *Ekologinė daržininkystė*. Akademija: Lietuvos žemės ūkio universitetas.
18. Ekologiniai ženklai [žiūrėta 2008 – 03 – 13]. Prieiga per internetą:
<<http://ec.europa.eu/agriculture/organic/consumer-confidence/logo-labelling> <http://www.krda.lt/eko/ekomarks/pez>>.
19. Ekologinio ūkininkavimo ypatumai Europoje ir Lietuvoje [žiūrėta 2008 – 06 – 18]. Prieiga per internetą: <<http://www.manoukis.lt/index.php?s=315&m=1&z=19>>.
20. Ekologinio ūkininkavimo plėtra ir perspektyvos [žiūrėta 2008-06-18]. Prieiga per internetą: <http://eko.laei.lt/index.php?option=com_content&task=view&id=136&Itemid=40>.
21. Ekologinis ūkininkavimas – ateities ūkininkavimo pagrindas [žiūrėta 2008 – 09 – 12]. Prieiga per internetą:
<<http://www.zum.lt/documents/BZUP/74%20Ekologinis%20ukinink.pdf>>.
22. Ekologinis žemės ūkis Lietuvoje Mano ūkis 2004/10 Emilija KAIRYTĖ, LIETUVOS AGRARINĖS EKONOMIKOS INSTITUTAS [žiūrėta 2008 – 09 – 13]. Prieiga per internetą: <http://www.manoukis.lt/print_forms/print_st_z.php?s=453&z=24>.
23. Ekologinių daržovių problemos ir perspektyvos [žiūrėta 2008 – 06 – 30]. Prieiga per internetą:
<http://eko.laei.lt/index.php?option=com_content&task=view&id=105&Itemid=38>.
24. Ekologinių ūkių sertifikavimo rezultatai 2007 m. [žiūrėta 2009-02-26]. Prieiga per internetą: <http://www.ekoagros.lt/web/files/file/Microsoft%20Word%20-%202007%20m_%20ekologiniu%20ukiu%20sertifikavimo%20rezultatai%202008%2001%2015.pdf>.
25. Ekologinių ūkių sertifikavimo rezultatai ir pagrindiniai pasikeitimai 2008 - 2009 m. [žiūrėta 2008-06-30]. Prieiga per internetą:
<http://www.ekoagros.lt/web/files/file/naujas2009/Microsoft%20Word%20-%202008%20m_%20eko%20ukiu%20sertifikavimo%20rezultatai%20straipsnis.pdf>.
26. Ekologiški produktai [žiūrėta 2009-01-18]. Prieiga per internetą: <http://www.rimi.lt/Files/Image/eko_produkta/ekologiskas.jpg>.
27. Ekologiškos produkcijos marketingo problemos [žiūrėta 2008–03–20]. Prieiga per internetą: <http://eko.laei.lt/index.php?option=com_content&task=view&id=682&Itemid=46>.
28. Ekologiškų produktų perdirbimas [žiūrėta 2008–06–18]. Prieiga per internetą: <http://eko.laei.lt/index.php?option=com_content&task=view&id=136&Itemid=40>.
29. Ekologiškų produktų propagandai - tarptautinis projektas [žiūrėta 200–06–29]. Prieiga per internetą:
<http://eko.laei.lt/index.php?option=com_content&task=view&id=682&Itemid=46>.

30. Gyvūnų gerovė [žiūrėta 2008-06-18]. Prieiga per internetą:
<http://ec.europa.eu/agriculture/organic/animal-welfare_lt>.
31. Gutkauskas, A. Ekologiški maisto produktai Lietuvoje: gamyba, ženklimas ir perspektyvos (2005) [žiūrėta 2009-04-16]. Prieiga per internetą:<http://www.zum.lt/min/failai/Tatulos_pranesimas.pdf>.
32. Jagaitė, R. Ekologinio ūkininkavimo entuziazmas nuslopo [žiūrėta 2008-12-29]. Prieiga per internetą:<<http://www.lrytas.lt/-12293595401227410752-ekologinio-%C5%ABkininkavimo-entuziazmas-nuslopo.htm>>.
33. Kaimo plėtra [žiūrėta 2009-01-04]. Prieiga per internetą:
<http://ec.europa.eu/agriculture/organic/society-economy/rural-development_lt>.
34. Kairytė, E. Ekologinis žemės ūkis Lietuvoje (2004) [žiūrėta 2008-11-16]. Prieiga per internetą:<http://eko.laei.lt/index.php?option=com_content&task=view&id=110&Itemid=38>.
35. Kardelis, K. (2002). *Mokslinių tyrimų metodologija ir metodai*. Kaunas: Judex.
36. Kas yra ekologinis ūkininkavimas [žiūrėta 2008-06-18]. Prieiga per internetą:<http://eko.laei.lt/index.php?option=com_content&task=view&id=187&Itemid=34>.
37. Keičiamas ekologiškų produktų žymėjimas [žiūrėta 2009 – 01 – 02]. Prieiga per internetą:
<<http://www.manoukis.lt/index.php?m=2&s=7745&t=22>>.
38. Kuvykaitė, R. (2001). *Gaminio marketingas: vadovėlis*. Kaunas: Technologija.
39. Lazauskas, P., Rutkoviėnė V. (2000). Lietuvos ekologiškai žemės ūkio produkcijai atsivėrė kelias į Europos Sąjungos ir pasaulio rinkas. *Ekoukis*. Nr.2. p. 2-3.
40. Lazdauskas, P. ir kt. (2008). Ekologinis žemės ūkis. Lietuvos žemės ūkio universitetas.
41. Lietuvos kaimo plėtros 2007 – 2013 metų programos priemonių projektas [žiūrėta 2008 – 12 – 06]. Prieiga per internetą:
<http://www.zum.lt/min/failai/KPP_programos_priemoniu_aprasymai_lietuviu_kalba_pdf>.
42. Lietuvos kaimo plėtros 2007 – 2013 metų programos priemonės [žiūrėta 2008 – 10 – 03]. Prieiga per internetą:
<http://www.zum.lt/min/failai/KPP_programos_priemoniu_aprasymai_lietuviu_kalba_pdf>.
43. Lietuvos kaimo plėtros 2007–2013 metų programos apžvalga [žiūrėta 2008 – 12 – 11]. Prieiga per internetą:
<[http://www.zum.lt/min/failai/viesas_pristat_sekretoros_07_07_05_\(4\).ppt](http://www.zum.lt/min/failai/viesas_pristat_sekretoros_07_07_05_(4).ppt)>.

44. Lietuvos kaimo plėtros 2007-2013 metų strategijos pagrindinės nuostatos [žiūrėta 2008 – 03 – 15]. Prieiga per internetą:
<http://www.zum.lt/min/failai/1_2006_06_06_SRATEGIJOS_PAGRINDIN%C4%96S_NUOSTATOS.pdf>.
45. Lietuvos Respublikos Prekių ženklų įstatymas (2000) [žiūrėta 2008-10-12]. Prieiga per internetą: http://www3.lrs.lt/pls/inter2/dokpaieska.showdoc_l?p_id=279274>.
46. Lietuvos Respublikos žemės ir miškų ūkio ministerija (1997). *Ekologinė žemdirbystė*. Vilnius: Žiburio leidykla.
47. Liivaauk, P. (1999). Ekologiškų produktų rinka ir realizacija. *Ekoūkis*. Nr.1. p.10.
48. Logotipas ir ženklinimas [žiūrėta 2008 – 03 – 20]. Prieiga per internetą:
<http://ec.europa.eu/agriculture/organic/consumer-confidence/logo-labelling_lt>.
49. Martinkus, B., Žilinskas, V. (2001). Ekonomikos pagrindai. Kaunas: Technologija, p. 152.
50. McCarthy, J. E. (1990). *Basic Marketing*. Boston.
51. Merkys, G. (1995). *Pedagoginio tyrimo metodologijos pradmenys*. Šiauliai: ŠPI leidybos
52. Narkevičienė V. „Nenatūralūs produktai mums nepatinka“ [žiūrėta 2009 – 01 – 01]. Prieiga per internetą: <<http://www.bernardinai.lt/index.php?url=articles/76413>>.
53. Organinės žemdirbystės raida ir rinkos sandara [žiūrėta 2009-03-15]. Prieiga per internetą:<http://www.lzuu.lt/tracoecobalt/files/outgrowth/books/lzukt_lt/Chapter_2/chapter_2.1.htm>.
54. Paulikas, V. (2001). Pramoninio žemės ūkio krizė ir Maltuso teorija. *Mano ūkis*. Nr. 6. p. 36-38.
55. Rosenov, S., Soltiesiak U. (1997). *Ekologinis ūkininkavimas*. Vilnius: Informacijos ir leidybos centras, p. 19.
56. Rutkoviėnė V., Slavinskienė V., Rutkovaitė I. (2001). *Ekologiškų produktų perdirbimas*. Kaunas, p. 87.
57. Rutkoviėnė, V. (1999). *Su ekologiškais produktais į Europą*. Kaunas: LŽŪU, 120
58. Rutkoviėnė, V. Lietuva pasauliniame ekologinio ūkio žemėlapyje // *Žemės ūkis*. – 1999. – Nr.10. – P. 32.
59. Rutkoviėnė, V. (1999). *Su ekologiškais produktais į Europą*. Kaunas: LŽŪU
60. Rutkoviėnė, V., Kranauskas A. (1999). Ekologiškų ir įprastinių maisto produktų kokybės tyrimai. Tarptautinio seminaro „Ekologinis žemės ūkis: teorija ir praktika“ pranešimų medžiaga su ekologiškais produktais į Europą“. Kaunas.
61. Rutkoviėnė, V., Zemeckis R. (2001). Lietuviškų ekologiškų žemės ūkio produktų gamybos perspektyvos integracijos į Europos Sąjungą kontekste // *Konkurencingas žemės ūkis ir jo svarba šalies ekonomikai*. Vilnius: Lietuvos agrarinės ekonomikos institutas, p.192-200

62. Rutkuvienė, V. Ekologiškų maisto produktų kokybės tyrimai Lietuvoje, Švedijoje ir Danijoje (2007). *Ekoūkis* III ketvirtis, Nr.3(30)
63. Schultz, D. E., Betz, E. (1994). *Barness Stratgic advertising compains*. Chicago: NTC Publisking Groups.
64. Sertifikuoti ekologiški produktai [žiūrėta 2009 – 01 – 20]. Prieiga per internetą: <<http://www.ekoagros.lt/?q=lt/node/25>>.
65. Simona, J., Studzinska, B. (1997). *Ekologinio ūkininkavimo ABC darže ir sode*. Kaunas: LR žemės ūkio rūmai, p. 124.
66. Skurdinienė, I., Ribikauskas V., Bakutis B. (2007). *Ekologinio ūkio privalumai gyvulininkystėje*. Baisogala: Lietuvos veterinarijos akademijos Gyvulininkystės institutas.
67. Svarbu žinoti [žiūrėta 2009 – 01 – 14]. Prieiga per internetą: <<http://www.zum.lt/lt/naujienos/pranesimai-spaudai/6728/>>.
68. Tenenienė, K. Ekologiški produktai – sauga ir kokybė (2008). *Ekoūkis*. I ketvirtis. Nr.1(32).
69. Tidikis, R. (2003). *Socialinių mokslų tyrimų metodologija*. Vilnius: Lietuvos teisės universitetas.
70. Urbanskienė, R., Vaitkienė, R. (2006). *Prekės ženklo valdymas: vadovėlis*. Kaunas: Technologija.
71. Vadybos mokslas ir studijos – kaimo verslų ir jų infrastruktūros plėtrai (2008). *Mokslo darbai*. Akademija 12(1), 142-150.
72. Vartotojo pasitikėjimas [žiūrėta 2008-06-18]. Prieiga per internetą: <http://ec.europa.eu/agriculture/organic/consumer-confidence_lt>.
73. Virvilaitė, R. (1997). *Marketingas*. Kaunas: Technologija.
74. Visuomenė ir ekonomika [žiūrėta 2008-06-30]. Prieiga per internetą: <http://ec.europa.eu/agriculture/organic/society-economy_lt>.
75. Žekovienė, V., Rutkuvienė, V. (2001). *Ekologinė augalininkystė*. Kaunas: LŽŪU, 1-11.

PRIEDAI