

VILNIAUS UNIVERSITETO MEDICINOS FAKULTETO
VISUOMENĖS SVEIKATOS INSTITUTAS

MAGISTRO DARBAS

SUAUGUSIŲ VILNIAUS MIESTO GYVENTOJŲ EKOLOGIŠKŲ MAISTO PRODUKTŲ
VARTOJIMO IR POŽIŪRIO Į JUOS TYRIMAS
THE RESEARCH OF ORGANIC FOOD CONSUMPTION AND APPROACH TO IT OF
ADULTS IN VILNIUS CITY

Magistrantė REDA NAGYTĖ _____
(parašas)

Darbo vadovas Prof. R. Stukas _____
(parašas)

Visuomenės sveikatos instituto direktorius Prof. R. Stukas

Leidžiama ginti _____
(parašas)

Darbo įteikimo data _____

Registracijos Nr. _____

Vilnius, 2009

SUMMARY

Key words: organic food, eco-agriculture, certification, labelling.

The aim of the research- to investigate organic food consumption and approach to it among adults in Vilnius city.

Methods. Research volume- 514 adults of Vilnius city. The method of anonymous questionnaire survey was applied for the research. Questionnaire contained questions of the respondents, they approach to organic food, reasons of consumption or not, accessibility of products, obtaining information. Data analysis was performed by using the program SPSS 14.0. Mann-Whitney rank sum criterion (U) was applied for analysis of statistically significant difference between the groups. The value chi square (χ^2) was applied for evaluation of statistic relation of qualitative features. The data difference is statistically significant when $p < 0,05$.

Results. Organic food are used by 82,1 % respondents, 88,2 % of them was women and 71,2 %- men. Women use statistically significantly more frequently ($p= 0,000$). There is statistically significant relation between age groups and consumption ($p= 0,009$), 18-34 years old of respondents use more frequently. Statistically significantly more frequently ($p=0,012$) use respondents, which earn >1501 Lt and <500 Lt money, also respondents, which have higher and vocational education ($p=0,029$). The reasons why people use organic food are: food safety (27,3 %), health (90,0 %), good taste (38,9 %). The non- used reasons are: too expensive (53,3 %), not good taste (5,4 %), short consumption time (21,7 %), don't knows which food is organic (28,3 %). Respondents most frequently buy fruits, berries, vegetables (71,8 %), dairy products (57,6 %), bread (49,3 %), tea (42,9 %), meat (29,9 %). Statistically significantly more frequently women buy fruits, berries, vegetables ($p=0,010$), eggs ($p=0,002$), spices ($p=0,022$), men- bread ($p=0,002$). People most frequently use organic food 2-3 times a week (37,2 %). There is statistically significant difference between sex and consumption frequency ($p= 0,000$). Consumers most frequently buy organic food in the supermarkets (83,6 %), less- in the market (34,1 %), in the fair (11,8 %), in other places (f.e. in the specialized stores)- 14,9 %. Although 41,1 % of respondents says it is difficult to find organic food. 87,4 % of respondents knows that organic food from conventional food they can separate from a label. There is no statistically significant relation between knowledge and sex, age, income level or education. Respondents heard of organic food from: friends and relatives (39,1 %), media (37,9 %), TV (36,8 %), shops (36,6 %), internet (26,3 %), educational institution (18,3 %), other places (8,0 %). 72,6 % of respondents says they have insufficient information of

organic food. 18-34 years old of respondents statistically significantly more frequently heard of organic food from educational institution ($p=0,000$), people, which have higher education ($p=0,037$) and earn >1501 Lt ($p=0,040$)- from media.

Conclusions. People use organic food, because it is healthy food and don't use, because it is too expensive. Women and younger people statistically significantly more frequently use organic food. Most frequently organic food is bought in the supermarkets. Most of people knows how to separate organic food. Most of respondents have insufficient information of organic food.

SANTRAUKA

Raktažodžiai: ekologiški maisto produktai, ekologinis žemės ūkis, sertifikavimas, ženklavimas.

Tyrimo tikslas- ištirti ekologiškų maisto produktų vartojimą bei požiūrį į juos tarp Vilniaus miesto suaugusių gyventojų.

Metodai. Tyrimo imtis- 514 Vilniaus miesto suaugusių gyventojų. Tyrimui naudotas anoniminės anketinės apklausos metodas. Anketos klausimai buvo apie pačius respondentus, jų požiūrį į ekologiškus maisto produktus, vartojimo ir nevartojimo priežastis, produktų prieinamumą, informacijos gavimą. Duomenų analizė atlikta naudojant statistinę SPSS 14.0 programą. Statistiškai reikšmingam skirtumui tarp grupių įvertinti naudojamas Mano – Vitnio rangų sumų kriterijus (U). Kokybinių požymių statistiniam ryšiui nustatyti naudojamas chi kvadratas (χ^2) ir apskaičiuotas šio kriterijaus laisvės laipsnių skaičius (df). Duomenų skirtumas laikomas statistiškai reikšmingu, kai $p < 0,05$.

Rezultatai. Ekologiškus maisto produktus vartoja 82,1 % respondentų, iš jų 88,2 % moterų ir 71,2 % vyrų. Moterys vartoja statistiškai reikšmingai dažniau ($p= 0,000$). Tarp amžiaus grupių ir vartojimo irgi nustatytas statistiškai reikšmingas ryšys ($p= 0,009$), 18-34 metų amžiaus respondentai vartoja dažniau. Statistiškai reikšmingai dažniau vartoja >1501 Lt ir <500 Lt gaunantys respondentai ($p=0,012$), taip pat turintys aukštąjį ir profesinį išsilavinimą ($p=0,029$). 97,5 % atsakiusiųjų pirktų ekologiškus maisto produktus, jei tik leistų galimybės. Priežastys, lemiančios ekologiškų maisto produktų vartojimą, yra šių produktų saugumas 27,3 %, sveikumas 90,0 %, skanumas 38,9 %. Nevartojimo priežastys: per brangu (53,3 %), neskanu (5,4 %), trumpesnis galiojimas (21,7 %), nežino, kurie yra ekologiški (28,3 %). Respondentai dažniausiai perka vaisius, uogas ir daržoves (71,8 %), pieno produktus (57,6 %),

duoną ir kitus kepinius (49,3 %), arbatas (42,9 %), mėsos produktus (29,9 %). Moterys statistiškai reikšmingai daugiau nei vyrai perka vaisių, uogų ir daržovių ($p=0,010$), kiaušinių ($p=0,002$), prieskonių ($p=0,022$), vyrai- duonos ir kitų kepinų ($p=0,002$). Ekologiškus maisto produktus gyventojai dažniausiai vartoja 2-3 kartus per savaitę (37,2 %). Tarp lyties ir vartojimo dažnumo nustatytas statistiškai reikšmingas skirtumas ($p= 0,000$). Vartotojai ekologiškus produktus dažniausiai perka prekybos centre- 83,6 %, mažiau turguje- 34,1 %, mugėje- 11,8 %, kitose vietose (pvz. specializuotose parduotuvėse) - 14,9 %. Tačiau paklausus ar lengvai randa ekologiškų maisto produktų, 41,1 % jų atsakė neigiamai. Moterys statistiškai reikšmingai dažniau lengviau randa nei vyrai ($p=0,009$). 47,5 % apklaustųjų pasigenda ekologiškų maisto produktų. 87,4 % respondentų žino, kad ekologiškus maisto produktus nuo įprastinių galima atskirti pagal etiketę. Tarp žinojimo ir lyties, amžiaus, pajamų ar išsilavinimo statistiškai reikšmingo ryšio nenustatyta. Paklausti iš kur respondentai sužino apie ekologiškus maisto produktus, atsakymai pasiskirstė taip: draugai ir artimieji 39,1 %, žiniasklaida 37,9 %, televizija 36,8 % , parduotuvės 36,6 %, internetas 26,3 %, mokymo įstaigos 18,3 %, kita 8,0 %. 72,6 % atsakiusių teigia, kad jiems nepakanka informacijos apie ekologiškus maisto produktus. 18-34 metų amžiaus respondentai statistiškai reikšmingai dažniau apie ekologiškus maisto produktus sužino mokymo įstaigose ($p=0,000$), žmonės su aukštuoju išsilavinimu ($p=0,037$) ir daugiau nei 1500 Lt uždirbantys ($p=0,040$)- žiniasklaidoje.

Išvados. Gyventojai vartoja ekologiškus maisto produktus, nes jie yra sveiki, o nevartoja, nes per brangūs. Moterys ir jaunesnio amžiaus respondentai statistiškai reikšmingai dažniau vartoja ekologiškus produktus. Dažniausiai šiuos gyventojai produktus perka prekybos centruose. Didžioji dalis apklaustųjų žino kaip atskirti ekologiškus maisto produktus. Didžiąjai daliai respondentų vis dar trūksta informacijos apie ekologiškus produktus.

SUTRUMPINIMAI

GMO- genetiškai modifikuoti organizmai

LSIC- Lietuvos sveikatos informacijos centras

IFOAM (angl. International Federation of Organic Agriculture Movements) - Tarptautinė ekologinio žemės ūkio organizacijų asociacija

TURINYS

1.	ĮVADAS	6
1.1.	Problemos aktualumas	6
1.2.	Tyrimo tikslas	7
1.3.	Uždaviniai	7
1.4.	Darbo struktūra	7
2.	LITERATŪROS APŽVALGA.....	8
3.	TYRIMO METODIKA	19
3.1.	Tyrimo tipas	19
3.2.	Tyrimo populiacija ir imtis	19
3.3.	Duomenų rinkimas.....	19
3.4.	Duomenų analizė	19
4.	TYRIMO REZULTATAI IR JŲ APTARIMAS	20
4.1.	Tiriamosios grupės analizė.	20
4.2.	Ekologiškų maisto produktų vartojimas.	23
4.2.1.	Ekologiškų maisto produktų vartojimo paplitimas	23
4.2.2.	Ekologiškų maisto produktų vartojimo priežastys.....	26
4.2.3.	Ekologiškų maisto produktų nevartojimo priežastys.....	29
4.2.4.	Perkamų ekologiškų maisto produktų rūšys.	33
4.2.5.	Ekologiškų maisto produktų vartojimo dažnumas.....	38
4.2.6.	Ekologiškų maisto produktų įsigijimas.....	40
4.3.	Ekologiškų maisto produktų žinomumas ir vertinimas.	43
4.4.	Gyventojų informuotumas apie ekologiškus maisto produktus.....	46
4.4.1.	Informacijos apie ekologiškus maisto produktus poreikis.....	46
4.4.2.	Informacijos apie ekologiškus maisto produktus gavimas.	46
5.	IŠVADOS	48
6.	PASIŪLYMAI.....	49
7.	LITERATŪROS SĄRAŠAS	50
8.	PRIEDAI.....	55

1. ĮVADAS

1.1. Problemos aktualumas:

Kiekvieną dieną pasaulyje besivystanti pramonė, tobulėjančios technologijos, didėjantis automobilių skaičius, cheminių medžiagų naudojimas didina oro, vandens ir dirvožemio užterštumą, nyksta miškai, sparčiai alinama gamta. Žmonės kvėpuoja užterštu oru, valgo užterštą, genetiškai modifikuotą maistą, geria nesaugų vandenį, o visa tai lemia silpstantį jų imunitetą, didesnę susirgimų, alergijų riziką. Dėl šių priežasčių vis labiau stengiamasi išsaugoti gamtą, dažniau vartojamas žodis ekologiškas, kuris sietinas su švara ir sveikata. Kadangi mityba yra vienas iš svarbiausių sveikatą lemiančių veiksnių (kartu su kitais gyvenimo veiksniais sudaro 50 %), nes maistas yra svarbus ne tik sveikatos stiprinimui, bet ir ligų profilaktikai, todėl maistas turi būti sveikas, saugus ir jam turi būti skirta daug dėmesio.

Mityba yra tiesiogiai susijusi su įvairių ligų išsivystymu. Valgomas riebus, daug cholesterolio ir riebalų rūgščių turintis maistas yra rizikos veiksnys kraujotakos sistemos ligoms (arterinei hipertenzijai, hipercholesterolemijai, miokardo infarktui) išsivystyti [28]. Kasmet Lietuvoje nuo jų miršta daugiau nei 20 tūkst. žmonių, pvz. 2007 m. mirė 24307 žmonės (LSIC duomenimis). Antra pagal dažnumą Lietuvos gyventojų mirties priežastis yra piktybiniai navikai (skrandžio vėžys, gaubtinės, tiesiosios žarnos vėžys, krūties vėžys, prostatos vėžys ir kt.)- per 2007 m. mirė 8282 žmonės (LSIC duomenimis) [22]. Jų išsivystymui įtakos turi per mažas natūralių antioksidantų (vaisių ir daržovių) vartojimas. Cukraus, saldintų gėrimų, saldainių vartojimas skatina dantų ėduonies atsiradimą, kuris Lietuvoje yra labai paplitęs. Rimta problema yra antsvoris ir nutukimas, kurį lemia nejudrus gyvenimo būdas, pasyvus poilsis, tačiau svarbi ir neteisinga mityba, riebus maistas. Dar viena liga- osteoporozė, kurios atsiradimui didelę reikšmę turi nepakankamas kalcio kiekis maiste [4].

Valgydamas nesveiką, nesaugų maistą, žmogus rizikuoja turėti sveikatos problemų. Kadangi žmogų supa be galo daug kenksmingų aplinkos veiksnių (tokių kaip užterštas oras ir vanduo, chemikalai, buitinės atliekos), tai reikia stengtis organizmui duoti bent jau sveiką ir neužterštą maistą.

Pastaraisiais metais ypač imta domėtis ekologiškais maisto produktais. Vis dažniau girdime, kad reikėtų rinktis sveiką ir saugų produktą. Taigi, ekologiški žemės ūkio produktai- tai sertifikuoti žemės ūkio ir maisto produktai, auginami, perdirbami, ženklinami ir realizuojami pagal ekologinio žemės ūkio taisyklių reikalavimus [1].

Tokie maisto produktai turi daug pranašumų prieš įprastai vartojamus maisto produktus. Svarbiausia yra tai, kad ekologiški produktai naudingi ir žmogui ir aplinkai. Jie auginami, gaminami, perdirbami taip, kad nepakenktų gamtai, nesuardytų natūralios pusiausvyros. Taip pat šių produktų sudėtyje nėra sintetinių maisto priedų, genetiškai modifikuotų organizmų (GMO), cheminių medžiagų.

Ekologiškų maisto produktų nauda yra didelė, tačiau apie tai turi būti nuolat kalbama ir daroma viskas, kas padėtų visuomenei suprasti šių produktų svarbą ir būtų galima skatinti ekologiškų produktų vartojimą. Svarbu išsiaiškinti ar daug žmonių žino apie ekologiškus produktus, ar juos perka, ar žino kokią svarbą jie teikia organizmui.

1.2. Tyrimo tikslas:

Ištirti ekologiškų maisto produktų vartojimą bei požiūrį į juos tarp Vilniaus miesto suaugusių gyventojų.

1.3. Uždaviniai:

1. Įvertinti ekologiškų maisto produktų vartojimo pasiskirstymą pagal lytį, amžių, išsilavinimą, pajamas.
2. Nustatyti Vilniaus miesto gyventojų požiūrį į ekologiškus maisto produktus.
3. Nustatyti ekologiškų maisto produktų vartojimo ir nevartojimo priežastis.

1.4. Darbo struktūra: santrauka anglų ir lietuvių kalbomis, sutrumpinimai, įvadas, literatūros apžvalga, tyrimo metodika, tyrimo rezultatai ir jų aptarimas, išvados, pasiūlymai, literatūros sąrašas, 1 priedas. Tekste yra 16 lentelių ir 14 paveikslų.

2. LITERATŪROS APŽVALGA

Ekologiški žemės ūkio produktai- tai sertifikuoti žemės ūkio ir maisto produktai, auginami, perdirbami, ženklinami ir realizuojami pagal ekologinio žemės ūkio taisyklių reikalavimus [1, 38]. Jie pasižymi maistingumu ir geru skoniu. Ekologiški produktai yra auginami nenaudojant pesticidų, genetiškai modifikuotų organizmų, hormonų ir antibiotikų. Ekologiškais laikomi tokie produktai, kurie savo sudėtyje turi ne mažiau kaip 95 % ekologiškų sudėtinių dalių. Ekologiški žemės ūkio ir maisto produktai gaminami, perdirbami, vežami, laikomi, realizuojami ir sertifikuojami vadovaujantis 1991 m. birželio 24 d. Tarybos reglamento (EEB) Nr. 2092/91 dėl ekologinės žemės ūkio produktų gamybos ir nuorodų apie tokią gamybą ant žemės ūkio ir maisto produktų su paskutiniais pakeitimais, padarytais 2008 m. vasario 12 d. Komisijos reglamentu (EB) Nr. 123/2008 ir šių taisyklių nuostatomis [3].

Ekologiškų maisto produktų pranašumas. Ekologiški maisto produktai po truputį populiarėja, o juos renkasi žmonės, kurie rūpinasi savo sveikata. Ekologiški produktai yra naudingi ne tik žmogaus organizmui, bet auginami, gaminami, perdirbami, vežami, laikomi ir realizuojami taip, kad nekenktų aplinkai, gyvajai ir negyvajai gamtai. Ekologiški maisto produktai pranašesni už įprastus produktus dėl to, kad jų sudėtyje nėra sintetinių maisto priedų (konservantų, dažiklių, saldiklių), GMO [34, 39]. Jie nėra užteršti cheminėmis medžiagomis (pesticidais, nitratais, sunkiaisiais metalais, antibiotikais, hormonais). Jie auginami nenaudojant cheminių trąšų ir sintetinių pesticidų, todėl saugoma ir aplinka [30]. Nemažai žmonių, vartojančių ekologiškus maisto produktus teigia, kad tokie produktai pasižymi geresnėmis skoninėmis savybėmis. Labai svarbu tai, kad žmonės, kurie dirba ekologiniuose ūkiuose, nėra veikiami chemikalų, saugoma jų sveikata. IFOAM (Tarptautinė ekologinio žemės ūkio organizacijų asociacija) išskiria pagrindinius ekologinio žemės ūkio principus [6, 40, 43]:

- pagaminti pakankamą kiekį geros kokybės maisto;
- skatinti ir didinti biologinius ciklus ūkininkavimo sistemoje, įskaitant mikroorganizmus, dirvožemio augmeniją ir gyvūniją, augalus ir gyvūnus;
- palaikyti ir didinti ilgalaikį dirvožemio derlingumą;
- skatinti taupų vandens vartojimą ir tinkamai prižiūrėti vandens išteklius;
- padėti išsaugoti vandenį ir dirvožemį;
- taupiai naudoti materialiuosius ir energijos išteklius;

- dirbti kiek įmanoma su tomis medžiagomis, kurios gali būti perdirbamos ir pakartotinai panaudojamos;
- suteikti gyvuliams visas sąlygas, kurių reikia jų įgimtam elgesiui;
- sumažinti visus galimus teršimo būdus žemės ūkyje;
- palaikyti genetinę įvairovę žemės ūkyje, įskaitant augalų ir gyvūnų natūralios aplinkos apsaugą;
- svarstyti apie platesnį socialinį ir ekologinį poveikį ūkininkavimo sistemoje;
- skatinti ekologinio ūkininkavimo asociacijas veikti demokratiškai visais atžvilgiais.

Ekologinis ūkininkavimas. Tai gana nauja ūkininkavimo sritis, kuri sparčiai plečiasi. Ekologinis 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 [15].

Žemės ūkis yra viena iš pagrindinių žmogaus veiklos sričių, todėl, kad žmogus turi maitinti save kiekvieną dieną. Istorija, kultūra, bendruomenės vertybės yra įtvirtintos žemės ūkyje. Ekologinis žemės ūkis yra pagrįstas sveikatos, ekologijos, rūpinimosi principais, kurie sudaryti kaip etikos principai. Principai pritaikyti žemės ūkyje plačiąja prasme, apima visus veiksmus, kaip žmonės apdirba žemę, naudoja vandenį, kokią reikšmę jiems turi augalai ir gyvūnai, kad būtų galima užauginti produktus, pagaminti ir paruošti maistą [16]. Ekologinis žemės ūkis turi išlaikyti ir pagerinti dirvožemio, augalų, gyvūnų, žmonių ir visos planetos sveikatą. Žmonių sveikata negali būti atskirta nuo visos ekosistemos sveikatos.

Ekologinio žemės ūkio paskirtis yra pagaminti aukštos kokybės, didelės maistinės vertės maistą, kuris prisideda prie profilaktinės sveikatos priežiūros ir yra geros būklės pagrindas. Atsižvelgiant į tai turi būti išvengta sintetinių trąšų, pesticidų, antibiotikų, maisto priedų, GMO vartojimo, kurie gali turėti pasekmes, nepalankias sveikatai.

Tie, kurie gamina, apdirba, vartoja ekologiškus produktus, turi apsaugoti ir teikti naudą bendrai aplinkai, apimdami klimatą, natūralią aplinką, biologinę įvairovę, orą ir vandenį.

Ekologinis žemės ūkis yra kaip vientisa gamybos valdymo sistema, kuri vengia naudoti sintetines trąšas, pesticidus, GMO, mažina oro, vandens ir dirvožemio taršą, optimizuoja sveikatą ir tarpusavyje susijusių augalų, gyvūnų ir žmonių bendruomenių produktyvumą [21].

Ekologinio žemės ūkio pradžia Lietuvoje laikomi 1990 metai, nes tada buvo įkurta Lietuvos ekologinės žemdirbystės bendrija „Gaja“, kuri dabar vienija visus šalyje esančius ekologinius ūkius.

Ekologiški ūkiai Lietuvoje pradėjo kurtis 1993 m. Tais metais įsteigtas Tatulos fondas (nuo 1997 m. pervadinta į „Tatulos programa“) vykdė tradicinių ūkių pertvarkymą į ekologinius ūkius. „Tai tiesiogiai darome dviem būdais: pirma, teikiame visokeriopą paramą ūkių bei įmonių pertvarkai į ekologinį bei tausojamąjį ūkininkavimą, tai yra savo dalininkams mokame įvairias dotacijas bei tiesiogines išmokas, 1993-1997 metais teikėme ilgalaikius neprocentinius kreditus, o po 1997-ųjų - trumpalaikius neprocentinius kreditus; antra, visos šalies ūkininkams, plėtojantiems ekologinę gamybą, padedame realizuoti ekologiškus produktus, padengdami didžiąją dalį ekologiškų produktų populiarinimo bei realizavimo išlaidų“, - sako Almonas Gutkauskas, VšĮ „Tatulos programa“ direktorius.

Nuo 1995 m. „Tatulos programa“ vykdo ir kitą veiklą: rengia mugės, teikia konsultacijas, šviečia visuomenę, organizuoja ekologiškų maisto produktų eksportą į kitas šalis ir ieško ten rinkos, prekiauja ekologiškais produktais, vykdo aplinkos monitoringą. 1995 metais buvo surengta pirmoji ekologiškų maisto produktų mugė Vilniuje. Nuo tada, mugės Vilniuje yra rengiamos kiekvienais metais, o taip pat ir kituose miestuose (Kaune, Šiauliuose ir kt.). Mugės yra rengiamos tam, kad žmonės galėtų vienoje vietoje nusipirkti įvairių ekologiškų produktų, taip pat tam, kad žmonės būtų skatinami įsijungti į ekologiškų maisto produktų vartojimą.

Nuo 1996 m. paramą ekologiniams ūkiams skyrė ir Lietuvos valstybė [5]. Tada ir ekologiškų ūkių atsirado daugiau. LR žemės ūkio ir kaimo plėtros įstatyme numatyta parama žemės ūkiui ir kaimo plėtrai, bei plėtros kryptys [38].

Nuo 2004 m., kai Lietuva įstojo į Europos Sąjungą (ES), tai paramos buvo sulaukiama ir iš jos, pagal kaimo plėtros plano 2004-2006 metams priemonę „Agrarinė aplinkosauga“ (jos viena iš dalių- ekologinis ūkininkavimas) [18]. 2007-2013 m. kaimo plėtros programoje irgi numatyta paremti ekologinį ūkininkavimą [19].

Ekologinio žemės ūkio plėtros 2007-2010 metams programoje numatytas tikslas- sudaryti sąlygas ekologiškų maisto ir žemės ūkio produktų gamybai, jų perdirbimo, realizavimo, vartojimo plėtrai bei gamybos proceso sertifikavimo sistemos tobulinimui. Uždaviniuose numatoma remti mokslinius tyrimus, susijusius su ekologiška produkcija, šviesti visuomenę rengiant konferencijas, seminarus, gerinti mokymus, plėsti ekologiškų produktų duomenų bazę, tobulinti sertifikavimo sistemą ir kt. [5].

Sertifikavimas ir ženklimas. Sertifikavimas- tai neatsiejama dalis ekologiniame ūkininkavime. Sertifikavimas parodo, kad produkcija atitinka griežtus reikalavimus. Pagal ekologinio žemės ūkio taisykles, sertifikavimas- procedūra, kuria sertifikavimo įstaiga

patvirtina, kad produktas, jo gamybos ir (ar) tvarkybos procesas atitinka nustatytus reikalavimus [3].

Lietuvoje Žemės ūkio ir Sveikatos apsaugos ministerija 1997 m. įsteigė VšĮ „Ekoagros“, kuri atlieka ekologinės gamybos ir sertifikavimo darbus. Savo veikloje vadovaujasi Tarybos Reglamentu (EB) Nr. 834/2007 ir ekologinio žemės ūkio taisyklėmis [20, 3]. 1998 m. VšĮ „Ekoagros“ tapo IFOAM nare, o 2000 m. suteikta IFOAM Akreditacijos tarnybos (IOAS) akreditacija. Nuo 2005 m. VšĮ „Ekoagros“ yra akredituota Nacionalinio akreditacijos biuro prie LR Aplinkos ministerijos.

Maisto produktų ženklavimas – tai ženklavimo rekvizitų pateikimas ant prekės ir/ar prekės pakuotėje spausdinant, priklijuojant etiketę, pritvirtinant ženklą, reljefu ar kitokiu būdu [3]. Tiekiami į rinką maisto produktai turi būti tinkamai paženklinėti pagal nustatytus reikalavimus [2, 25, 26, 46]. Ženklinimas suteikia pirkėjui visą reikalingą informaciją apie produktą, nemažai žmonių (49,6 % vyrų ir 77,4 % moterų) skaito etiketes [24], tačiau ne visi supranta ženklavimo informaciją [45].

Atskirti ekologišką maisto produktą nuo įprasto galime tikrai pažiūrėjus į etiketę, kurioje turi būti specialus „Ekoagros“ ženklas (1 pav.) [23].



1 pav. Ekologinės žemdirbystės ženklas

Nuo 2006 m. sertifikuoti Lietuvos ekologinės gamybos ūkininkai ir perdirbėjai nustatyta tvarka kartu su „Ekoagros“ ženklu naudoja ir „Ekologinis žemės ūkis“ ženklą (2 pav.) [26].



2 pav. Ekologiškų produktų ženklas

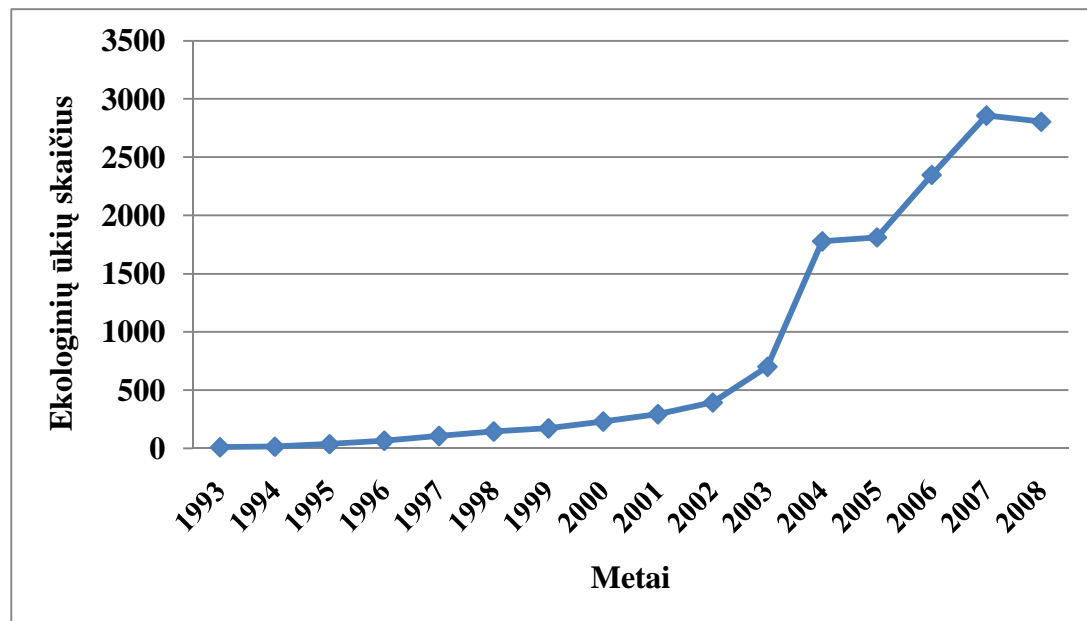
Nuo 2000 m. ekologiškų maisto produktų gamintojai ES gali naudoti „Ekologinis žemės ūkis“ ženklą (3 pav.), tačiau ekologiški turi būti ne mažiau kaip 95 procentai galutinio produkto [27].



3 pav. „Ekologinis žemės ūkis“ ženklas

Nuo 2009 m. Europos rinkoje parduodami ekologiški produktai bus ženklinami bendru ES ženklu. „Jis kol kas kuriamas. Lietuva pasisako už tai, kad liktų ir nacionaliniai ženklai. Tuomet šalia europinio būtų dedamas lietuviškas. Jis svarbus todėl, kad vartotojas galėtų atskirti, kurioje šalyje pagamintas produktas“, - aiškina Žemės ūkio ministerijos Maisto saugos ir kokybės departamento vadovas Saulius Jasius [36]. Ekologiški maisto produktai gali būti ženklinami šiuo ženklu, tačiau kol kas jis nėra privalomas.

Ekologinių žemės ūkių skaičius Lietuvoje nuo jų kūrimosi pradžios yra išties išaugęs ir dabar yra šiek tiek didesnis nei 2800. Iš 4 pav. matome, kad sparčiai ekologinių ūkių skaičius išauga 2004 m., kai Lietuva, įstojusi į ES, gavo paramą, kas paskatino ūkininkus ekologiškai ūkininkauti. Nuo tų metų sertifikuotų ekologinių ūkių skaičius vis didėjo [30, 32- 34], kaip ir kitose užsienio šalyse [41- 43, 48]. 2008 m. pirmą kartą nuo ekologinių ūkių atsiradimo matomas šiek tiek mažesnis sertifikuotų ūkių skaičius. Tai galbūt galėjo lemti sugriežtintos ekologinio ūkininkavimo taisyklės ir sumažėjusios išmokos už ekologinius ūkius. Užsienio šalyse (Olandija, Norvegija, Švedija, Šveicarija) ekologinių ūkių skaičius ir 2008 metais išaugo [48]. Nors ūkių skaičius Lietuvoje sumažėjo, tačiau ekologinio žemės ūkio plotas šiek tiek visgi padidėjo. Žiūrint Europos mastu, didžiausi ekologinių ūkių žemės plotai yra Italijoje, Ispanijoje, Vokietijoje, Jungtinėje Karalystėje, Prancūzijoje [43].



4 pav. Sertifikuotų ekologinių ūkių Lietuvoje (VŠĮ „Ekoagros“ duomenimis) skaičiaus kitimas 1993- 2008 metais

Pradėjus domėtis ekologiškais maisto produktais, didėjant sertifikuotų ekologinių žemės ūkių skaičiui Lietuvoje buvo atliekama tyrimų ekologiškų produktų vartojimo, gyventojų požiūrio į šiuos produktus ir kitais panašiais klausimais [8-12, 14, 15, 24, 29-35].

Lietuvos agrarinės ekonomikos instituto tyrėja Daiva Kšivickienė 2004 m. atliko žvalgybinį tyrimą [8], kuriuo norėjo išsiaiškinti, ką Lietuvos žmonės žino apie ekologiškus produktus, ar juos vartoja, kokios šių produktų vartojimo tendencijos.

Buvo apklausti 33 asmenys: pusė jų 18-30 metų, kiti vyresni nei 30 metų. Tyrimas parodė, kad apklaustieji žino kas tai yra ekologiškas produktas, tačiau šią sąvoką labiausiai taiko vaisiams ir daržovėms, pamiršdami ar tiesiog nežinodami, kad yra ir kitų ekologiškų produktų (pienas, mėsa, duona ir kt.).

Pusė apklaustųjų atsakė, kad ekologiškus produktus, pažymėtus specialiu ženklu, perka kartais, o 4 asmenys perka nuolat. Respondentai ekologiškus produktus dažniausiai perka prekybos centre, perpus mažiau- turguje, rečiau- mugėse ar kituose specializuotuose skyriuose.

Pagrindinis veiksnys, dėl kurio perka ekologiškus produktus- tai susirūpinimas savo sveikata. Didžiausias trukdantis veiksnys- per aukšta kaina.

Dalyvavusieji asmenys turėjo įvertinti ekologiškų ir tradicinių produktų savybes (spalvą, skonį, išvaizdą) 5 balų skalėje (1 reiškia labai žemą, 5 – labai aukštą įvertinimą). Labai žemų balų respondentai neskyrė nei ekologiškiems, nei tradiciniams produktams. Du trečdaliai respondentų ekologiškų produktų skonį įvertino aukščiausiu balu, o tradicinių produktų skonį penketu įvertino tik 2 respondentai. Reikšmingo skirtumo tarp ekologiškų ir tradicinių produktų spalvos ir išvaizdos vertinimo nebuvo.

Paklausus vartotojų kiek brangiau jie galėtų mokėti už ekologišką produktą, pusė apklaustųjų teigė, galintys mokėti brangiau 1-2 Lt, ketvirtadalis – nuo 50 ct iki 1 Lt. Žmonių, pasirengusių mokėti brangiau nei 2 Lt, tarp apklaustųjų nebuvo.

Galima teigti, kad ekologiškiems produktams trūksta reklamos, nes per televiziją tokių produktų reklamą yra matę 60 % apklaustųjų, spaudoje – 45 %. Internetu reklamos nepastebėjo nei vienas, keli asmenys teigė, kad ekologiškų produktų reklamos išvis niekur nematė arba neatkreipė dėmesio.

76 % apklaustųjų perka ar yra pirkę ekologiškas daržoves, 67 %- vaisius, 52 %- medų, 45 %- uogas, 27 %- duoną, 18 %- konditerijos gaminius.

Respondentų nuomone, didžiausią įtaką pirkti ekologiškus produktus turi gyventojų pajamų padidėjimas, mažesnė ekologiškų produktų kaina, visuomenės informavimas ir švietimas, reklama.

2004- 2006 m. ekologė dr. doc. Vida Rutkoviėnė ir Gerda Garliauskienė atliko tyrimą „Ekologiškų maisto produktų paklausą lemiantys veiksniai“ [9]. Duomenys rinkti anketinės apklausos metodu. Apklaustos tikslas- įvertinti ekologiškų produktų paklausos aspektus ir rinkos perspektyvas. Respondentai apklausti didžiuosiuose prekybos centruose, mokslo, studijų ir kitose institucijose, parodų ir seminarų metu, internetu. Iš viso buvo pateikta 1000 anketų, iš kurių į klausimus atsakė 826 respondentai, 146 anketos negražintos, 28 – sugadintos. Tyrime dalyvavo 42 % vyrų ir 58 % moterų. 50 % respondentų buvo 21–30 m. amžiaus. Didmiesčiuose (Vilnius, Kaunas, Klaipėda, Šiauliai, Panevėžys) gyvena 31 % respondentų, kituose miestuose – 35 %, miesteliuose – 19 %, kaimuose– 15 %.

Tyrėjai nustatė, kad ekologiškų produktų paklausa didėja (daugiausia duonos, pyrago, pieno produktų, vaisių ir daržovių), nors jų perdirbama nedaug. Asortimente labai mažai yra produktų, skirtų vaikų mitybai (vaisių bei daržovių tyrelių, sulčių), ekologiškos mėsos. Tyrimo rezultatai parodė, kad labiausiai perkami ekologiški produktai yra daržovės (79 %),

uogos ir vaisiai (59 %), o labiausiai pasigenda šviežių vaisių, daržovių, pieno ir mėsos produktų.

Didžiausi veiksniai, lemiantys paklausą yra amžius, išsilavinimas, pajamos, noras pirkti ekologiškus produktus, pirkimo dažnis. Paklausą riboja tokie veiksniai kaip kaina (ekologiški maisto produktai yra brangesni), informacijos ir reklamos stoka- 32 %, toli esantis prekybos centras (ar kita vieta, kurioje galima įsigyti ekologiškų produktų)- 24 %, neaiškus ženklavimas. 59 % respondentų ekologišką produktą pažįsta iš ekologinės gamybos produkto ženklo.

Vartotojai dažniausiai ekologiškus maisto produktus perka prekybos centruose (67 %), nes yra labai užimti, o juose galima nusipirkti visko, ko reikia, yra didelis produktų pasirinkimas, be to, prekybos centras dažnai būna patogioje vietoje. Turgavietėse perka- 27 % vartotojų.

Tyrimo rezultatų analizė leidžia teigti, kad didesnes nei vidutines pajamas gaunantys vartotojai dažniau perka ir vartoja ekologiškus maisto produktus. Perkant ekologiškus maisto produktus daugiausia atsižvelgia į produkto saugumą ir kokybę, tačiau nesureikšmina fakto, kad juos gaminant yra neteršiama aplinka. Renkantis ekologiškus maisto produktus geresnis skonis svarbiausias jaunesniems kaip 20 m. respondentams, o 31–40 m. respondentai susirūpinę dėl GMO.

Paklausus respondentų apie galimybę už ekologiškus produktus mokėti brangiau, 80% apklaustųjų teigė galintys mokėti iki 25 % brangiau už ekologišką produktą.

2005 m. Lietuvos vartotojų institutas užsakė atlikti ekologiškų produktų marketingo tyrimą, kurį atliko B. Alborovienė, V. Jarašūnienė [12].

59 % apklaustųjų teigė, kad perka ekologiškus maisto produktus. Duomenys parodė, kad ekologiškus produktus perka vartotojai iki 39 metų amžiaus, turintys aukštąjį išsilavinimą, gaunantys didesnes pajamas. Teisingą ekologiško produkto sampratą turi vartotojai iš mažesnių miestų, Kauno, Klaipėdos, Šiaulių ir Panevėžio bei kaimo, o gyvenantys Vilniuje sudaro mažiausią procentą.

61 % respondentų žino, kad ekologiški produktai yra specialiai ženklavami, tačiau kiti galvoja, kad ekologiški produktai yra visi lietuviški produktai (44%) ar išauginti smulkiuose ūkiuose (24%). Vartotojai teigė, kad didžiausias produktų asortimentas yra VP Market tinklo parduotuvėse, taip pat svarbios ir mugės.

2005 m. Klaipėdoje atliktas tyrimas „Ekologiškų maisto produktų rinkos susidarymas vakarų Lietuvoje“ [29]. Apklausta 300 respondentų (39 % vyrų, 61 % moterų).

Rezultatai parodė, kad gyventojai pirmenybę teikia Lietuvoje išaugintiems produktams. Produktų pasirinkimą lemia produkto kaina (75 % vyrų ir 80 % moterų) ir kokybė (76 % vyrų ir 88 % moterų). Kokybę labiau vertina vyresnio amžiaus gyventojai, kaina taip pat labiau svarbi šio amžiaus žmonėms.

Už ekologiškus maisto produktus brangiau galėtų mokėti 55 % moterų ir 25 % vyrų, taip pat jaunesnio amžiaus respondentai ir turintys aukštąjį ar aukštesnįjį išsilavinimą.

Didžiausią paklausą turi vaisiai, daržovės (30 % vyrų ir 25 % moterų), mėsos gaminiai (20 % vyrų ir 15 % moterų).

62 % vyrų ir 55 % moterų apie ekologiškus maisto produktus sužinojo iš televizijos ir spaudos. Mažiausiai apie šiuos produktus yra informuoti pradinio ir pagrindinio išsilavinimo asmenys.

Vakarų Lietuvos verslo kolegijos dėst. Audronė Rickuvienė ir karjeros centro vadovė Vita Jonėnienė 2007 m. atliko apklausą „Ekologiškų produktų ir jų ženklavimo reikšmė bei įtaka darnaus vartojimo ugdyme“ [11]. Šios apklausos tikslas buvo sužinoti Vakarų Lietuvos verslo kolegijos studentų nuomonę apie ekologišką produktą ir ženklavimo reikšmę.

Anketinės apklausos duomenų analizės rezultatai parodė, kad vartotojai dažniausiai perka vaisius, daržoves, kruopas, mažiau duonos gaminius ir miltus. Beveik pusė apklaustųjų nurodė, kad didžiausias asortimentas yra prekybos centruose Maxima.

Didžioji dalis apklaustųjų studentų teigė, kad jų pasirinkimui įtakos turi reklama, tačiau pasigenda informacijos apie produktų naudą ir savybes (56 %). Daugiau nei pusė apklaustųjų reikšmės teikia įpakavimui, kuris suteikia jiems informacijos apie prekę.

Iš apklausos rezultatų galima matyti, kad pagrindiniai ekologiškų produktų pasirinkimo veiksniai yra kokybė (26 %), skonis (21 %), galiojimo terminas (16 %), išvaizda (14 %) ir įvairovė (14 %). Mažą reikšmę renkantis produktą turi greitas paruošimas (2 %) ir tradicijos (2 %).

2006 m. buvo atliktas tyrimas „Ar Lietuvos gyventojai domisi maisto produktų ženklavimo informacija?“ [14]. Šio tyrimo tikslas- įvertinti, ar Lietuvos gyventojai skaito ant maisto produktų pakuočių pateiktą informaciją ir kokia informacija juos domina.

Buvo apklausta 3000 20- 64 metų žmonių, kurie atsitiktine tvarka atrinkti iš Lietuvos gyventojų registro sąrašų. Respondentams paštu buvo išsiųstas klausimynas. Jį užpildė 1739 žmonės. Atmetus sąrašų klaidas, į anketas atsakė 59,1 % žmonių.

Iš rezultatų matoma, kad moterys dažniau nei vyrai domėjosi maisto produktų etiketėse ir ant pakuočių pateikiama informacija: 34,1 % vyrų ir 59 % moterų nurodė visada ar dažnai skaitantys ženklinimo informaciją; 46,5 % vyrų ir 36,4 % moterų ją skaitė kartais, informacijos neskaitančių vyrų buvo 19,4 %, moterų – 4,5 % ($p < 0,001$).

Didėjant išsilavinimui, didėjo vyrų ir moterų, skaitančių ženklinimo informaciją. Didesnio išsilavinimo vyrų, dažnai ar visada skaitančių informaciją, buvo 2,3 karto daugiau, o moterų – 1,7 karto daugiau lyginant su nebaigto vidurinio išsilavinimo gyventojais ($p < 0,05$). Ženklinimo neskaitė 40 % nebaigto vidurinio išsilavinimo vyrų ir 12,2 % moterų bei 16,2 % aukštojo išsilavinimo vyrų ir 1,6 % moterų.

Gyventojų amžius domėjimusi etiketėmis įtakos neturėjo.

Vyrai, kurie per praėjusius 12 mėnesių pakeitė savo mitybą dėl sveikatos visada ar dažnai informaciją ant etikečių skaitė 36,2 %, o nepakeitę mitybos- 29,3 % ($p < 0,05$). Moterys, kurios pakeitė mitybą dėl atsiradusių naujų maisto produktų, informaciją skaitė 72,2 %, o nepakeitusios- 57,3 % ($p < 0,05$).

Tarp gyventojų, kurie pakeitė mitybą dėl pinigų stygiaus ir nesidomėjo pateikiama informacija, buvo 30,6 % vyrų ir 16,2 % moterų. Vyrų, kurie neturėjo finansinių problemų ir neskaitė informacijos, buvo 18,1 %, o moterų- 3,2 % ($p < 0,01$).

Lyginant pagal moterų KMI, tai nutukusios moterys rečiau domėjosi ženklinimo informacija (50,4 %), nei normalaus kūno svorio moterys (60,9 %).

Pusė sumažinusių kūno svorį vyrų ir 64,1 % moterų atsakė, kad jie visada ar dažnai skaito ant maisto produktų pakuočių pateikiamą informaciją.

Labiausiai gyventojus domino informacija apie galiojimo terminą (50,8 % vyrų ir 63,5 % moterų). Kaina domėjosi 8,7 % vyrų ir 26,4 % moterų. Informacija apie maisto medžiagas, esančias produkte domėjosi 14,2 % vyrų ir ketvirtadalis moterų.

Aušra Čiukienė atliko tyrimą „Ekologiškų maisto produktų pirkimo ir vartojimo motyvai“, kuriuo siekė nustatyti, kokie yra pagrindiniai motyvai, kodėl žmonės perka ir vartoja ekologiškus maisto produktus [31].

Tyrimas parodė, kad 34 % respondentų yra pirkę ar vartoję maisto produktus, pažymėtus „Ekoagros“ ženklu, o 3 % nėra pastebėję produktų su šiuo ženklu. Ekologiškų

maisto produktų ženklėjimas pasitikėjimą kelia 43 % respondentų, o 39 % atsakiusių teigia, kad nieko nežino apie tokius ženklus. Buvo padaryta išvada, kad vartotojai yra nepakankamai informuoti apie ekologiškų maisto produktų ženklėjimą. Daugumai vartotojų svarbiau yra ne pats ekologiškų produktų ženklas, o užrašas „Ekologiškas gaminys“.

Iš tyrimo rezultatų matyti, kad vartotojams svarbi yra produkto kokybė (96 %), produkto nekenksmingumas sveikatai (93 %), prekinė išvaizda (83 %).

Respondentams labai svarbi yra produktų kaina, net 74 % apklaustųjų teigė, kad nuo kainos ir gaunamų pajamų priklauso ekologiškų produktų paklausa.

Ekologiškus maisto produktus žmonės dažniausiai perka, nes rūpinasi savo šeimos narių sveikata (85 %) ir dėl to, kad juose yra didesnis maisto medžiagų ir vitaminų kiekis (80 %). Gerokai mažiau respondentų (36 %) kaip vieną iš šių produktų pirkimo motyvų nurodė rūpinimąsi gamtos apsauga, kas rodo aukštą žmonių ekologinį sąmoningumą.

Tyrimo rezultatai atskleidė, ką žmonės labiausiai perka, t.y. kartą per savaitę perka duoną ir kitus pyrago gaminius (43 %), kartą per mėnesį- kruopas, miltus (56 %), 2-3 kartus per metus- medų, bulves. 64 % respondentų teigė, kad yra per mažas ekologiškų maisto produktų pasirinkimas, o labiausiai pasigenda mėsos ir pieno produktų (41 %), kiaušinių (25 %).

Analizė parodė, kad 50 % apklaustųjų žino, kur pirkti ekologiškus maisto produktus, o 35 %- nežino. Labiausiai produktus perka prekybos centruose (87 %), perpus mažiau- turguje, o mugėse ar specializuotose parduotuvėse- dar rečiau.

Iš tyrimo išsiaiškinta, kad pagrindiniai informacijos apie ekologiškus maisto produktus šaltiniai yra ekologiškų maisto produktų mugės ir parodos (51 %), laikraščiai ir žurnalai (50 %), kiek mažiau- radijas ir televizija (43 %), tačiau 74 % teigė, kad ekologiški produktai yra nepakankamai reklamuojami. Informacijos pakanka tik 8 % vartotojų.

Tačiau vystantis ekologiniams ūkiams, didėjant jų skaičiui, ekologiškų produktų ir jų vartotojų skaičiui, reikia išsiaiškinti kokia situacija yra dabar, kiek žmonių renkasi ekologiškus produktus, kaip dažnai juos vartoja, ar turi pakankamai informacijos apie ekologiškus maisto produktus. Gautus rezultatus galėsime palyginti su anksčiau atliktais tyrimais ir galėsime sužinoti, kur reikia dėti daugiau pastangų, kad išaugtų ekologiškų maisto produktų poreikis ir padidėtų jų vartojimas.

3. TYRIMO METODIKA

3.1. Tyrimo tipas

Tyrimas atliktas anketinės apklausos metodu. Anketinė apklausa buvo vykdoma nuo 2008 m. kovo mėnesio iki 2008 m. rugpjūčio mėnesio.

3.2. Tyrimo populiacija ir imtis

Tyrimo tikslinė populiacija – Lietuvos suaugę gyventojai (nuo 18 iki 78 metų).

Tyrimo imtis- 514 Vilniaus miesto suaugusių gyventojų.

3.3. Duomenų rinkimas

Viso išdalinta 521 anketa Vilniaus mieste (didžiuosiuose prekybos centruose, mokslo įstaigose), iš jų sugrįžo 514. Respondentams buvo duodama užpildyti anoniminė „Ekologiškų produktų vartojimo ir požiūrio į juos tyrimo anketa“ (priedas Nr. 1), kurią sudarė 21 klausimas. Klausama buvo apie tai ar respondentai vartoja ekologiškus produktus, kaip dažnai, dėl kokių priežasčių juos vartoja ar nevirtuoja, kur perka, kaip vertina, ar pasigenda jų, ar žino kaip atskirti ekologiškus maisto produktus nuo neekologiškų ir ar priskiria tam tikrus produktus prie ekologiškų, ar lengvai jų randa, ar mato išskirtas ekologiškų maisto produktų lentynas ir ar būtina tai daryti, ar pakanka informacijos apie ekologiškus produktus, iš kur apie juos sužinojo, ar būtina skatinti ekologiškų žemės ūkių plėtojimą, ar pirktų daugiau ekologiškų produktų, jeigu leistų galimybės. Į klausimus kokius produktus perka, dėl kokių priežasčių vartoja ar nevirtuoja, ar žino kaip atskirti ekologiškus produktus, kur juos perka ir iš kur apie juos sužinojo, buvo galima pasirinkti keletą atsakymų variantų. Anketoje taip pat buvo prašoma nurodyti amžių, lytį, išsilavinimą, gaunamas pajamas, kad vėliau būtų galima įvertinti ekologiškų maisto produktų vartojimą pagal šiuos kriterijus.

3.4. Duomenų analizė

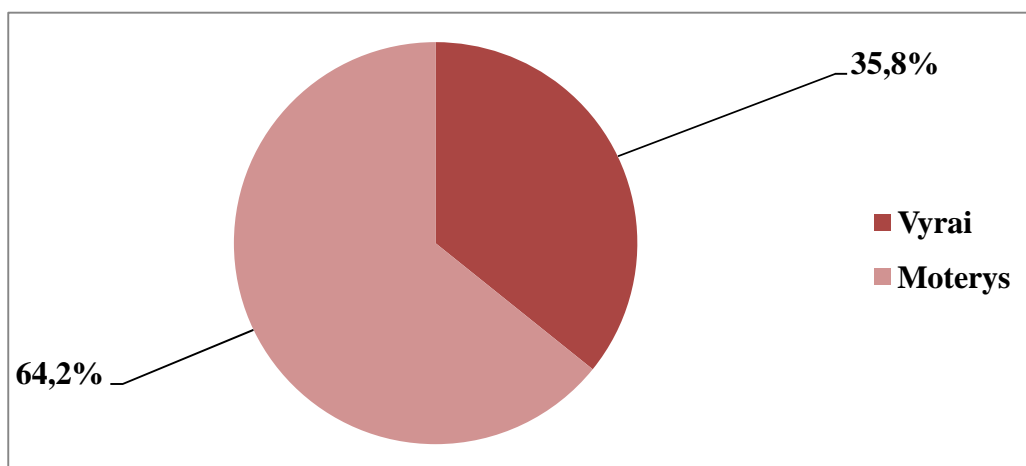
Duomenų analizei naudojama statistinė SPSS 14.0 programa. Statistiškai reikšmingam skirtumui tarp grupių įvertinti naudojamas Mano – Vitnio rangų sumų kriterijus (U).

Kokybinių požymių statistiniam ryšiui nustatyti naudojamas chi kvadratas (χ^2) ir apskaičiuotas šio kriterijaus laisvės laipsnių skaičius (df). Duomenų skirtumas laikomas statistiškai reikšmingu, kai $p < 0,05$.

4. TYRIMO REZULTATAI IR JŲ APTARIMAS

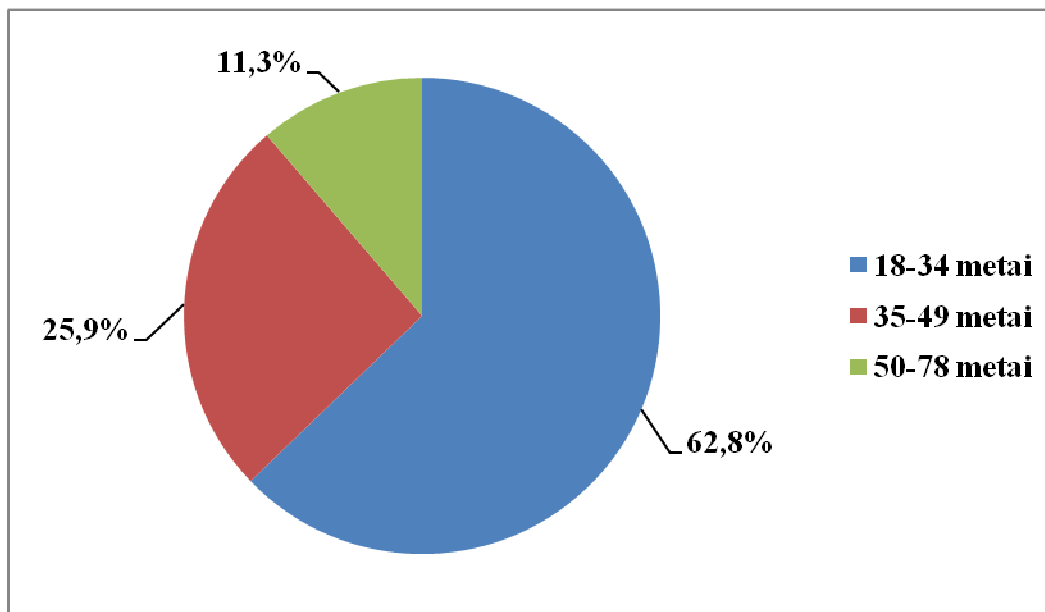
4.1. Tiriamosios grupės analizė.

Didesnę dalį apklaustųjų sudaro moterys- 64,2 %, o vyrų - 35,8 % (5 pav.).



5 pav. Respondentų pasiskirstymas pagal lytį

Tyrimo metu buvo apklausta 18- 78 metų asmenys (vidutinis amžius- 32 metai). Jie buvo padalinti į 3 grupes: 1 grupė- 18-34 m., 2 grupė- 35-49 m., 3 grupė- 50-78 m. Grupės sudarytos atsižvelgiant į Rekomenduojamas paros maistinių medžiagų ir energijos normas [24]. Daugiausia respondentų buvo 18-34 metų amžiaus grupėje (6 pav.).



6 pav. Respondentų pasiskirstymas pagal amžiaus grupes

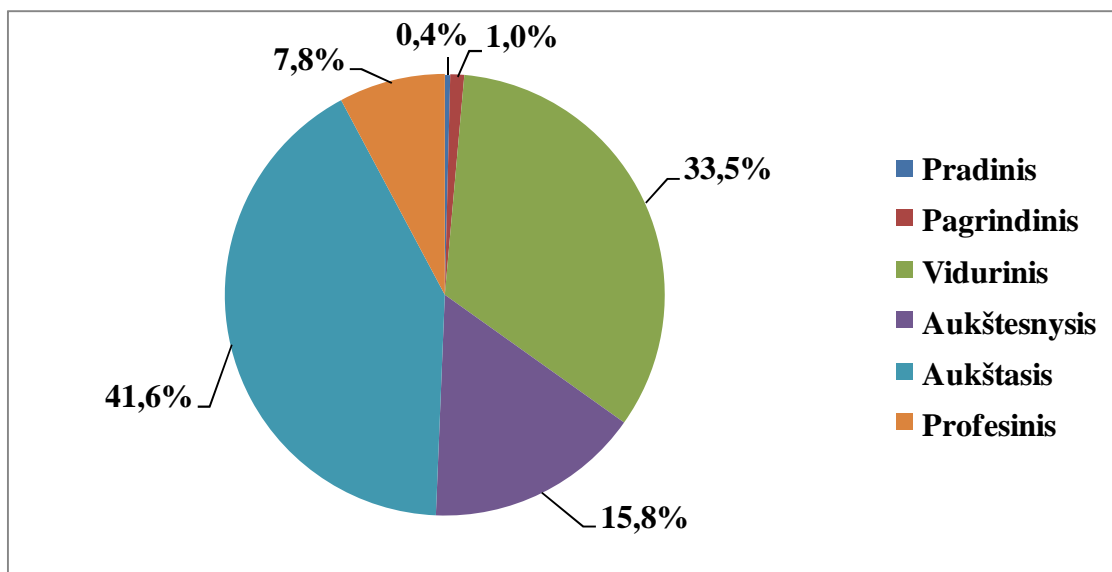
Moterų statistiškai reikšmingai ($p=0,000$) daugiau buvo pirmoje ir trečioje amžiaus grupėse, o vyrų- antroje amžiaus grupėje (1 lentelė).

1 lentelė. Respondentų pasiskirstymas amžiaus grupėse pagal lytį

Amžiaus grupė (metai)	Moterys n= 330		Vyrai n= 184		Iš viso n= 514	
	Abs. sk.	%	Abs. sk.	%	Abs. sk.	%
18-34	262	79,4	61	33,2	323	62,8
35-49	55	16,7	78	42,4	133	25,9
50-78	13	3,9	45	24,5	58	11,3

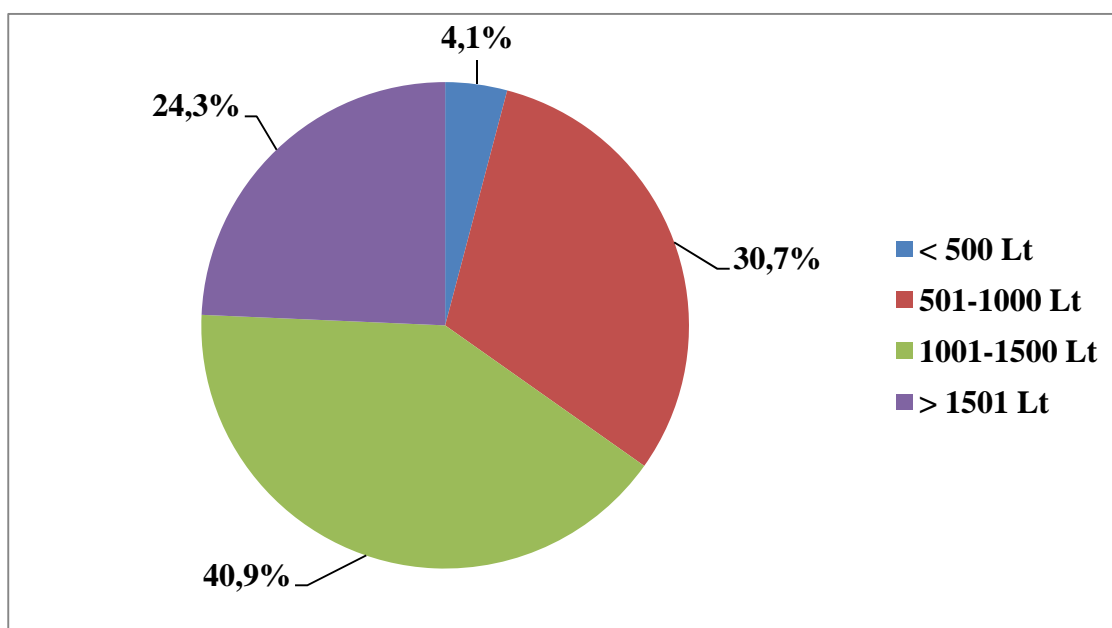
$$\chi^2 = 114,479, df=2, p < 0,05$$

Didesnė dauguma tiriamųjų turėjo aukštąjį išsilavinimą 41,6 %, daugiau nei trečdalis- vidurinį išsilavinimą 33,5 % (7 pav.).



7 pav. Respondentų pasiskirstymas pagal išsilavinimą

Daugiausia apklaustųjų (40,9 %) gauna 1001-1500 Lt pajamų per mėnesį, mažiausiai apklaustųjų (4,1 %) - <500 Lt pajamų per mėnesį (8 pav.).



8 pav. Respondentų pasiskirstymas pagal gaunamas pajamas per mėnesį

4.2. Ekologiškų maisto produktų vartojimas.

4.2.1. Ekologiškų maisto produktų vartojimo paplitimas.

Atlikto tyrimo rezultatai rodo, kad ekologiškus maisto produktus vartoja 82,1 % respondentų (2005 metais- 59 % [12]), iš jų 88,2 % moterų ir 71,2 % vyrų (2 lentelė). Moterys dažniau vartoja ekologiškus maisto produktus negu vyrai, šis skirtumas yra statistiškai reikšmingas ($p=0,000$).

2 lentelė. Ekologiškų maisto produktų vartojimas pagal lytį

Vartojimas	Respondentų sk.		Lytis			
			Moterys		Vyrai	
	Abs. sk.	%	Abs. sk.	%	Abs. sk.	%
Vartoja	422	82,1	291	88,2	131	71,2
Nevartoja	92	17,9	39	11,8	53	28,8

$$\chi^2 = 23,195, df=1, p < 0,05$$

Pagal amžių statistiškai reikšmingai ($p=0,009$) daugiausia ekologiškų maisto produktų vartoja 18-34 metų amžiaus respondentai (85,8 %), taip pat kaip ir 2005 metais [12]. 35- 49 metų amžiaus vartoja- 78,2 %, 50-78 metų- 70,7 % (3 lentelė).

3 lentelė. Ekologiškų maisto produktų vartojimas pagal amžių

Vartojimas	Amžiaus grupės					
	18-34 m. n=323		35-49 m. n=133		50-78 m. n=58	
	Abs. sk.	%	Abs. sk.	%	Abs. sk.	%
Vartoja	277	85,8	104	78,2	41	70,7
Nevartoja	46	14,2	29	21,8	17	29,3

$$\chi^2 = 9,460, df= 2, p < 0,05$$

Ekologiškus maisto produktus statistiškai reikšmingai ($p=0,010$) dažniau vartoja pirmos ir antros amžiaus grupės moterys, atitinkamai 88,2 % ir 90,9 %. Trečioje amžiaus

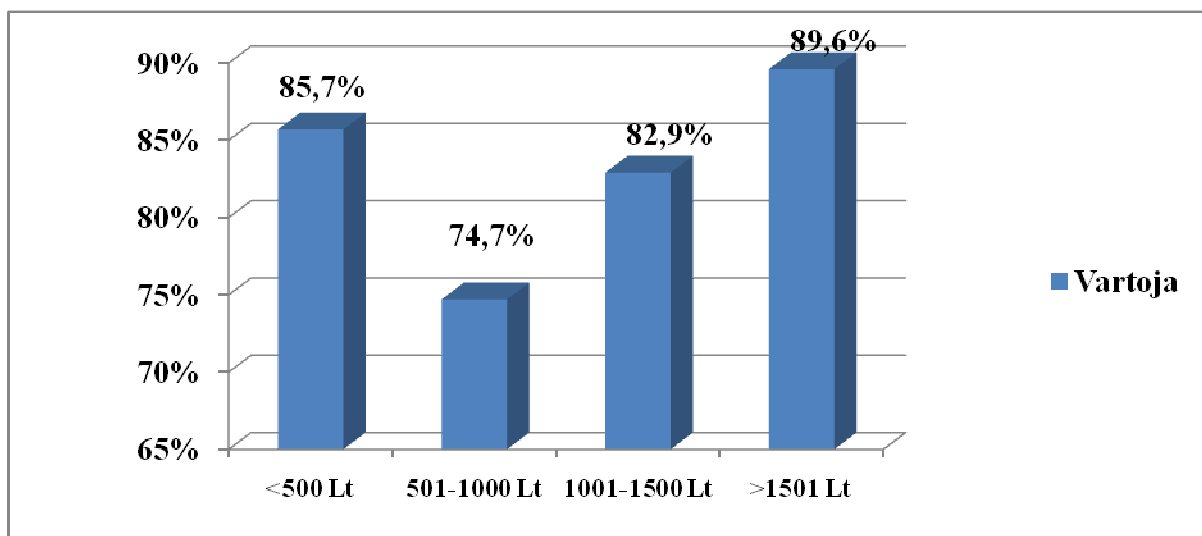
grupėje tarp lyties ir ekologiškų maisto produktų vartojimo statistiškai reikšmingo skirtumo nenustatyta (4 lentelė).

4 lentelė. Ekologiškų maisto produktų vartojimas pagal lytį amžiaus grupėse

Amžiaus grupės	Lytis	Vartojimas				p reikšmė (p≤0,05)	χ^2	df
		Vartoja		Nevartoja				
		Abs. sk.	%	Abs. sk.	%			
18-34 m. n=323	Moterys n=262	231	88,2	31	11,8	0,010*	6,594	1
	Vyrai n=61	46	75,4	15	24,6			
35-49 m. n=133	Moterys n=55	50	90,9	5	9,1	0,003*	8,891	1
	Vyrai n=78	54	69,2	24	30,8			
50-78 m. n=58	Moterys n=13	10	76,9	3	23,1	0,575	0,314	1
	Vyrai n=45	31	68,9	14	31,1			

* statistiškai reikšmingas skirtumas

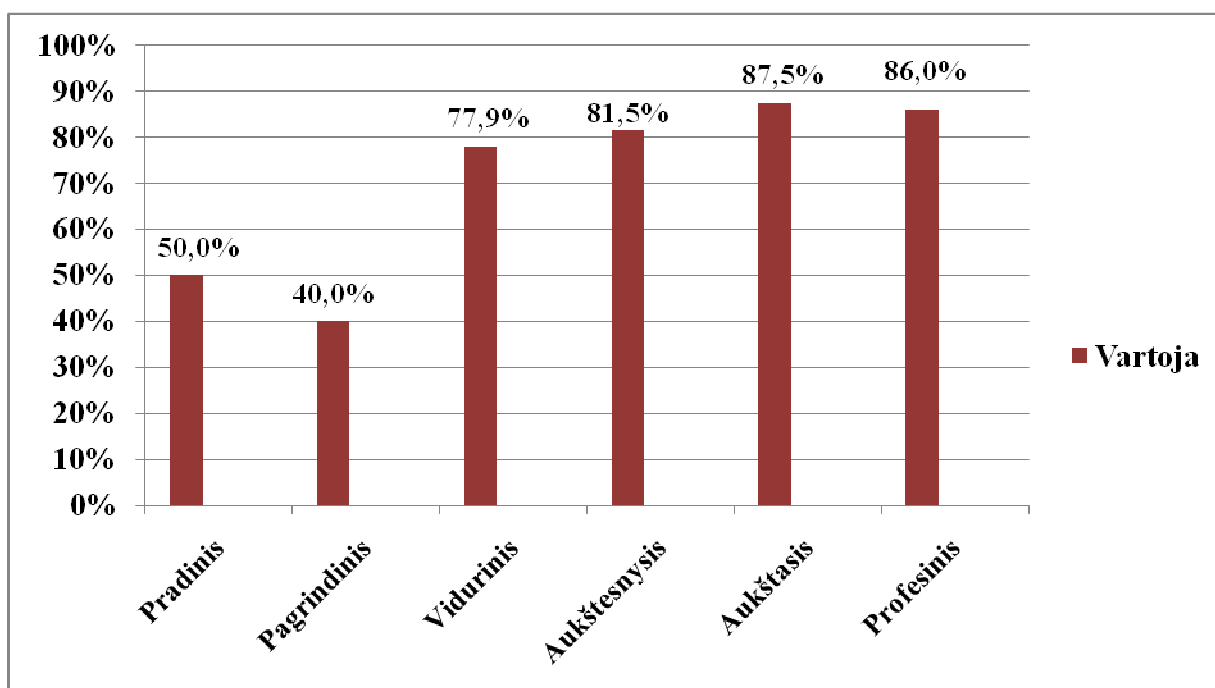
Tarp apklaustųjų, gaunančių per mėnesį < 500 Lt, yra 85,7 % vartojančių ekologiškus maisto produktus, gaunančių 501-1000 Lt- 74,7 %, gaunančių 1001-1500 Lt- 82,9 %, gaunančių >1501 Lt- 89,6 % (9 pav.). Ekologiškų maisto produktų daugiau vartoja respondentai, kurių pajamos yra didesnės nei 1500 Lt per mėnesį arba mažesnės nei 500 Lt ir šis skirtumas yra statistiškai reikšmingas (p=0,012). Galime daryti prielaidą, kad daugiau pajamų gaunantys gyventojai vartoja ekologiškus maisto produktus, nes gali sau leisti juos pirkti, nepaisant didesnės kainos, o mažiausiai pajamų gaunantys asmenys vartoja galbūt dėl to, kad patys juos užsiaugina. Taip pat gali būti, kad įtakos turėjo mažas skaičius respondentų, gaunančių <500 Lt pajamų per mėnesį.



9 pav. Ekologiškų maisto produktų vartojimas pagal pajamas per mėnesį

$$\chi^2 = 10,967, df=3, p < 0,05$$

Ekologiškus maisto produktus dažniau vartoja respondentai, turintys aukštąjį ir profesinį išsilavinimą, atitinkamai 87,5 % ir 86,0 % ($p=0,029$). Mažiau vartoja aukštesnįjį (81,5 %) ir vidurinįjį (77,9 %) išsilavinimą turintys respondentai. Pradinio ir pagrindinio išsilavinimo asmenys vartoja mažiausiai ekologiškų produktų (10 pav.).



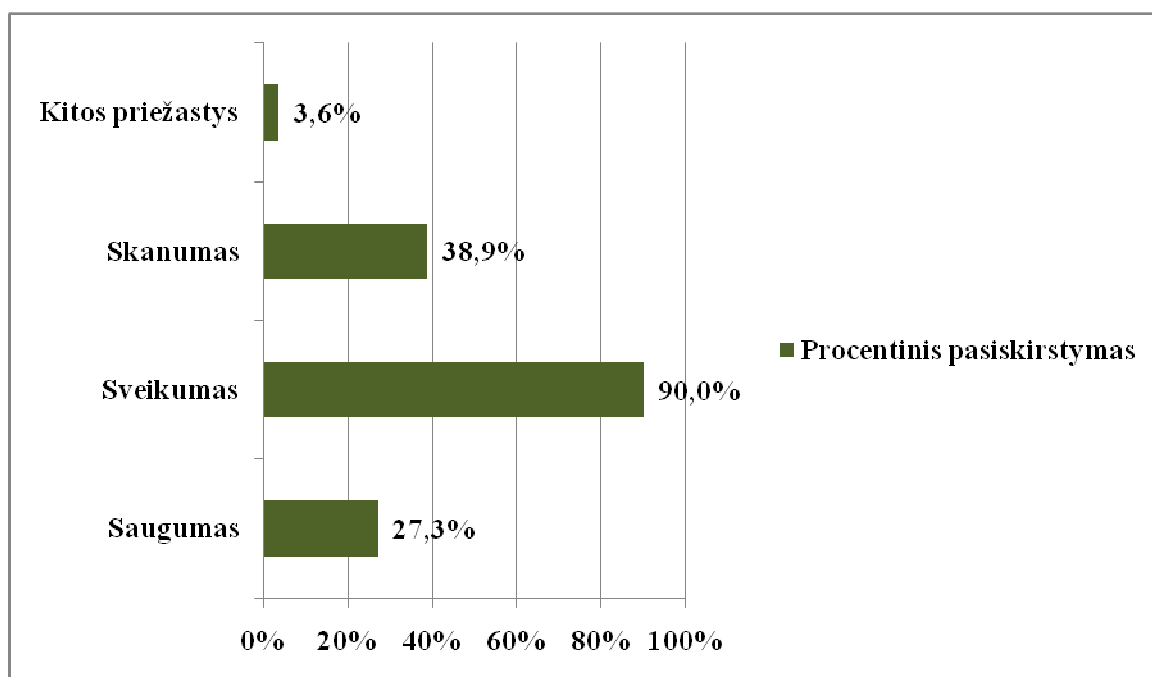
10 pav. Ekologiškų maisto produktų vartojimas pagal išsilavinimą

$$\chi^2 = 12,499, df=5, p < 0,05$$

Paklausus respondentų ar jie pirktų daugiau ekologiškų maisto produktų jeigu leistų galimybės, didžioji dauguma (97,5 %) atsakė, kad pirktų. Ekologiškus maisto produktus pirktų 98,2 % moterų ir 96,2 % vyrų ($p=0,169$, $d=1$, $\chi^2 = 1,890$). Iš tokio atsakymų dažnio galime teigti, kad jeigu ekologiški maisto produktai taptų labiau prieinami gyventojams (būtų mažesnė kaina, didesnis produktų pasirinkimas, daugiau vietų, kur galėtume jų įsigyti ir t.t.), tai padidėtų ir jų vartojimas.

4.2.2. Ekologiškų maisto produktų vartojimo priežastys.

Priežastys, lemiančios ekologiškų maisto produktų vartojimą, yra šių produktų saugumas 27,3 %, sveikumas 90,0 %, skanumas 38,9 %. Kitos priežastys- 3,6 % (11 pav.). Pagrindinis veiksnys, atskiriantis ekologiškus maisto produktus nuo įprastinių yra produktų saugumas, kai produktas nėra užterštas, tačiau kaip rodo rezultatai, tik mažiau nei trečdalis respondentų nurodė, kad vartoja ekologiškus maisto produktus dėl jų saugumo, nors 2004-2007 metais šį kriterijų nurodė daugiausia apklaustų respondentų, mažiau- skonines savybes [9, 11]. Europoje, Azijoje ir Amerikoje atlikto bendro tyrimo rezultatai parodė, kad 58 % vartotojų teigia, jog ekologiški maisto produktai yra sveikesni [50].



11 pav. Ekologiškų maisto produktų vartojimo priežastys

Vyrai statistiškai reikšmingai dažniau vartoja dėl to, kad ekologiški maisto produktai yra skanesni ($p=0,002$). Daugiau vyrų taip pat nurodė vartojantys ir dėl to, kad saugesni, tačiau šis skirtumas nėra statistiškai reikšmingas ($p=0,210$) (5 lentelė).

5 lentelė. Ekologiškų maisto produktų vartojimo priežastys pagal lytį

Vartojimo priežastys	Lytis				P reikšmė ($p \leq 0,05$)	χ^2	df
	Moterys n=291		Vyrai n=131				
	Abs. sk.	%	Abs. sk.	%			
Saugumas	74	25,4	41	31,3	0,210	1,569	1
Sveikumas	263	90,4	117	89,3	0,735	0,114	1
Skanumas	99	34,0	65	49,6	0,002*	9,250	1
Kitos	9	3,1	6	4,6	0,445	0,583	1

*statistiškai reikšmingas skirtumas

35-49 metų amžiaus respondentai renkasi ekologiškus maisto produktus dėl to, kad jie yra saugesni, sveikesni ir skanesni dažniau, nei kitų amžiaus grupių respondentai, bet šie skirtumai nėra statistiškai reikšmingi ($p > 0,05$) (6 lentelė).

6 lentelė. Ekologiškų maisto produktų vartojimo priežastys amžiaus grupėse

Vartojimo priežastys	Amžiaus grupės						P reikšmė ($p \leq 0,05$)	χ^2	df
	18-34 m. n=277		35-49 m. n=104		50-78 m. n=41				
	Abs. sk.	%	Abs. sk.	%	Abs. sk.	%			
Saugumas	70	25,3	33	31,7	12	29,3	0,431	1,685	2
Sveikumas	249	89,9	95	91,3	36	87,8	0,805	0,433	2
Skanumas	101	36,5	48	46,2	15	36,6	0,213	3,088	2
Kitos	10	3,6	4	3,8	1	2,4	0,915	0,177	2

Apklaustieji, gaunantys >1501 Lt per mėnesį ir gaunantys <500 Lt per mėnesį, statistiškai reikšmingai dažniau renkasi ekologiškus maisto produktus dėl jų saugumo ($p=0,055$, $\chi^2 = 7,611$, $df=3$) ir statistiškai nereikšmingai dažniau dėl jų sveikumo ($p=0,492$, $\chi^2 = 2,407$, $df=3$). Dėl to, kad produktai yra skanesni dažniau renkasi taip pat daugiausia pajamų gaunantys respondentai, bet statistiškai reikšmingo skirtumo irgi nepastebėta ($p=0,733$, $\chi^2 = 1,284$, $df=3$). Dėl to, kad renkasi šiuos produktus dėl kitų priežasčių, statistiškai reikšmingo skirtumo nėra ($p=0,867$, $\chi^2 = 0,725$, $df=3$) (7 lentelė).

7 lentelė. Ekologiškų maisto produktų vartojimo priežastys pagal gaunamas pajamas

Vartojimo priežastys	Gaunamos pajamos								P reikšmė ($p \leq 0,05$)
	< 500 Lt n=18		501-1000 Lt n=118		1001-1500 Lt n=174		>1501 Lt n=112		
	Abs.sk	%	Abs.sk	%	Abs.sk	%	Abs.sk	%	
Saugumas	6	33,3	27	22,9	41	23,6	41	36,6	0,055
Sveikumas	17	94,4	103	87,3	156	89,7	104	92,9	0,492
Skanumas	6	33,3	43	36,4	67	38,5	48	42,9	0,733
Kitos	1	5,6	4	3,4	5	2,9	5	4,5	0,867

*statistiškai reikšmingas skirtumas

Statistiškai reikšmingas skirtumas pastebėtas tarp respondentų, vartojančių ekologiškus produktus ir išsilavinimo. Respondentai, turintys profesinį ir aukštąjį išsilavinimą, statistiškai dažniau vartoja ekologiškus maisto produktus dėl to, kad jie yra sveikesni ($p=0,042$, $\chi^2 = 11,531$, $df=5$). Aukštojo išsilavinimo asmenys vartoja dažniau ir dėl to, kad ekologiški maisto produktai yra saugesni, bet čia statistiškai reikšmingo skirtumo nėra ($p=0,072$, $\chi^2 = 10,125$, $df=5$). Tarp išsilavinimo ir dėl to, kad ekologiškus maisto produktus vartoja, nes jie yra skanesni, statistiškai reikšmingo ryšio nėra ($p=0,404$, $\chi^2 = 5,095$, $df=5$) (8 lentelė).

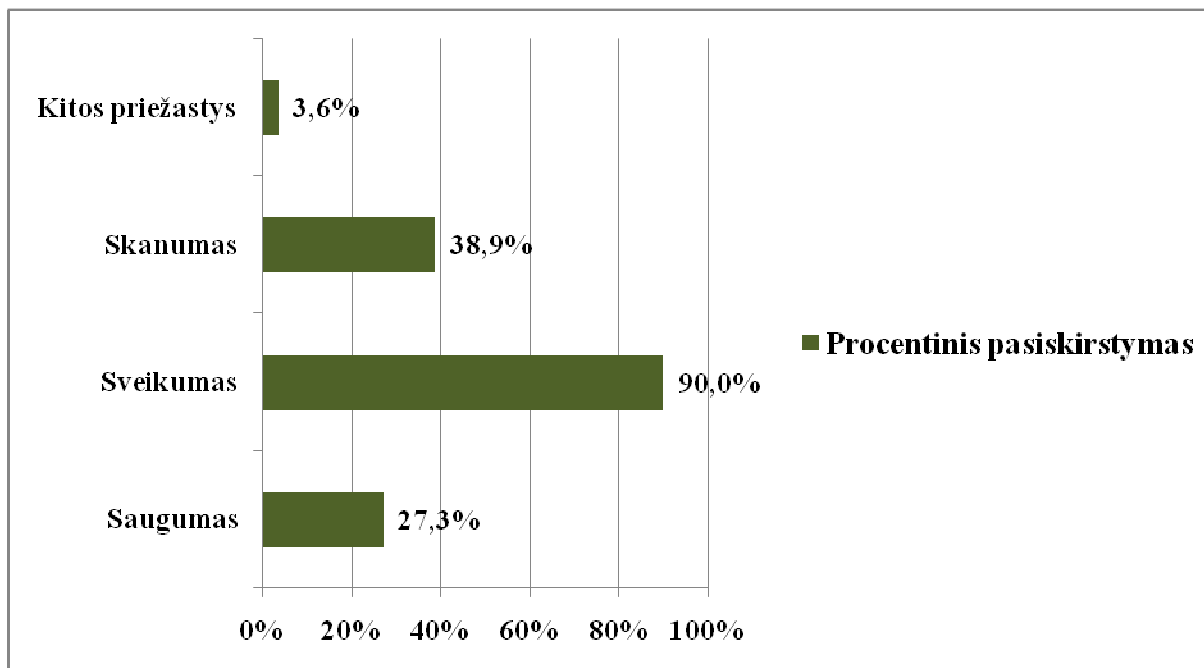
8 lentelė. Ekologiškų maisto produktų vartojimo priežastys pagal išsilavinimą

Išsilavinimas	Vartojimo priežastys							
	Saugumas		Sveikumas		Skanumas		Kitos	
	Abs. sk	%	Abs. sk	%	Abs. sk	%	Abs. sk	%
Pradinis n=1	0	0,0	1	100,0	0	0,0	0	0,0
Pagrindinis n=2	0	0,0	2	100,0	1	50,0	0	0,0
Vidurinis n=134	29	21,6	115	85,8	55	41,0	6	4,5
Aukštesnysis n=66	15	22,7	55	83,3	22	33,3	5	7,6
Aukštasis n=184	64	34,8	173	94,0	77	41,8	3	1,6
Profesinis n=35	7	20,0	34	97,1	9	25,7	1	2,9
P reikšmė ($p \leq 0,05$)	0,072		0,042*		0,404		0,348	

*statistiškai reikšmingas skirtumas

4.2.3. Ekologiškų maisto produktų nevartojimo priežastys.

Priežastys, dėl kurių apklaustieji nevartoja ekologiškų maisto produktų, yra: per brangu (53,3 %), neskanu (5,4 %), trumpesnis galiojimas (21,7 %), nežino, kurie yra ekologiški (28,3 %). Kitos priežastys- 13,0 % (12 pav.). Ir anksčiau atliktuose tyrimuose kaip ribojantis veiksnys nurodyta kaina [9, 10, 29, 31, 35], trumpesnis galiojimas [11, 14]. Pasaulyje vyrauja ta pati nuomonė, 50 % vartotojų, kaip ribojantį veiksnį pasirinko kainą [50].



12 pav. Ekologiškų maisto produktų nevartojimo priežastys

Vyrai statistiškai reikšmingai dažniau nevartoja ekologiškų produktų dėl to, kad jie yra brangesni ($p=0,000$) ir dėl to, kad jų trumpesnis galiojimas ($p=0,000$). Moterys statistiškai dažniau nevartoja todėl, kad tiksliai nežino, kurie maisto produktai yra ekologiški ($p=0,000$) (9 lentelė).

9 lentelė. Ekologiškų maisto produktų nevartojimo priežastys pagal lytį

Vartojimo priežastys	Lytis				P reikšmė ($p \leq 0,05$)	χ^2	df
	Moterys n=39		Vyrai n=53				
	Abs. sk.	%	Abs. sk.	%			
Per brangu	15	38,5	34	64,2	0,015*	5,956	1
Neskanu	2	5,1	3	5,7	0,911	0,012	1
Trumpesnis galiojimas	2	5,1	18	34,8	0,001*	10,979	1
Nežino, kurie yra ekologiški	21	53,8	5	9,4	0,000*	21,858	1
Kitos	2	5,1	10	18,9	0,053	3,739	1

*statistiškai reikšmingas skirtumas

Antros ir trečios amžiaus grupių respondentai statistiškai reikšmingai dažniau nurodė nevartojantys ekologiškų maisto produktų dėl to, kad jų trumpesnis galiojimas ($p=0,039$). Pirmos amžiaus grupės respondentai statistiškai reikšmingai daugiau nurodė nevartojantys dėl to, kad nežino, kurie maisto produktai yra ekologiški ($p=0,000$) (10 lentelė).

10 lentelė. Ekologiškų maisto produktų nevartojimo priežastys amžiaus grupėse

Nevartojimo priežastys	Amžiaus grupės						P reikšmė ($p \leq 0,05$)	χ^2	df
	18-34 m. n=46		35-49 m. n=29		50-78 m. n=17				
	Abs. sk	%	Abs. sk	%	Abs. sk	%			
Per brangu	19	41,3	19	65,5	11	64,7	0,071	5,286	2
Neskanu	5	10,9	0	0,0	0	0,0	0,071	5,287	2
Trumpesnis galiojimas	5	10,9	9	31,0	6	35,3	0,039*	6,503	2
Nežino, kurie yra ekologiški	23	50,0	3	10,3	0	0,0	0,000*	22,011	2
Kitos	4	8,7	5	17,2	3	17,6	0,464	1,535	2

*statistiškai reikšmingas skirtumas

Tiriamieji asmenys, gaunantys mažesnes pajamas, nevartoja ekologiškų produktų dėl jų kainos (dėl to, kad yra brangesni), bet skirtumas nėra statistiškai reikšmingas ($p=0,104$, $\chi^2 = 6,158$, $df=3$). Apklaustieji, kurių pajamos siekia >1501 Lt per mėnesį, taip pat statistiškai nereikšmingai dažniau nevartoja dėl to, kad šių produktų yra trumpesnis galiojimas ($p=0,078$, $\chi^2 = 6,804$, $df=3$). Tarp amžiaus grupių ir dėl to, kad nevartoja ekologiškų produktų, nes jie yra neskanūs ar dėl to, kad nežino, kurie yra ekologiški, statistiškai reikšmingo skirtumo irgi nėra (11 lentelė). Statistiškai reikšmingas ryšys nustatytas tarp amžiaus grupių ir kitų priežasčių, dėl kurių respondentai nevartoja ekologiškų maisto produktų, tačiau tiriamieji konkrečiai nenurodė kokios tos priežastys.

11 lentelė. Ekologiškų maisto produktų neįvartojimo priežastys pagal gaunamas pajamas

Vartojimo priežastys	Gaunamos pajamos								P reikšmė (p≤0,05)
	< 500 Lt n=3		501-1000 Lt n=40		1001-1500 Lt n=36		>1501 Lt n=13		
	Abs. sk	%	Abs. sk	%	Abs. sk	%	Abs. sk	%	
Per brangu	3	100,0	24	60,0	18	50,0	4	30,8	0,104
Neskanu	0	0,0	3	7,5	1	2,8	1	7,7	0,770
Trumpesnis galiojimas	1	33,3	5	12,5	8	22,2	6	46,2	0,078
Nežino, kurie yra ekologiški	0	0,0	14	35,0	11	30,6	1	7,7	0,180
Kitos	0	0,0	2	5,0	4	11,1	6	46,2	0,001*

*statistiškai reikšmingas skirtumas

Respondentai, turintys aukštąjį išsilavinimą, neįvartoja ekologiškų maisto produktų dėl to, kad jie yra trumpesnio galiojimo ($p=0,242$, $\chi^2=6,721$, $df=5$), viduriniojo ir aukštesniojo išsilavinimo respondentai dažniau neįvartoja, nes nežino, kurie yra ekologiški maisto produktai ($p=0,135$, $\chi^2=8,417$, $df=5$), tačiau tarp išsilavinimo ir ekologiškų maisto produktų neįvartojimo priežasčių statistiškai reikšmingo skirtumo nenustatyta (12 lentelė).

12 lentelė. Ekologiškų maisto produktų neįvartojimo priežastys pagal išsilavinimą

Išsilavinimas	Vartojimo priežastys									
	Per brangu		Neskanu		Trumpesnis galiojimas		Nežino, kurie yra ekologiški		Kitos	
	Abs. sk	%	Abs. sk	%	Abs. sk	%	Abs. sk	%	Abs. sk	%
Pradinis n=1	1	100,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
Pagrindinis n=3	3	100,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
Vidurinis n=38	18	47,4	3	7,9	5	13,2	15	39,5	4	10,5
Aukštesnysis n=15	9	60,0	0	0,0	3	20,0	6	40,0	0	0,0
Aukštasis n=30	16	53,3	2	6,7	11	36,7	4	13,3	7	23,3
Profesinis n=5	2	40,0	0	0,0	1	20,0	1	20,0	1	20,0
P reikšmė (p≤0,05)	0,458		0,861		0,242		0,135		0,299	

4.2.4. Perkamų ekologiškų maisto produktų rūšys.

Respondentai perka tokius ekologiškus maisto produktus: vaisius, uogas ir daržoves (71,8 %), arbatas (42,9 %), pieno produktus (57,6 %), aliejų (24,6 %), kiaušinius (28,7 %), mėsos produktus (29,9 %), saldumynus (9,2 %), duoną ir kitus kepinius (49,3 %), makaronus (12,6 %), prieskonius (13,3 %), kitus produktus (respondentų įrašyti)- medų, vaistažoles, kruopas (7,8 %). 2004 metų tyrimas parodė, kad ekologiškas daržoves perka 76 %, vaisius- 67 %, medų- 52 %, uogas- 45 %, duoną- 27 %, konditerijos gaminius- 18 % [8]. Iš kitų tyrimų rezultatų matome, kad labiausiai žmonės perka daržoves, uogas ir vaisius [9, 11,

29], mėsos gaminius [29], mažiau duonos gaminius, miltus [11, 31]. 2006 metais Prancūzijoje daugiausia pirko vaisius ir daržoves 74 %, pieno produktus- 69 %, mėsos produktus- 48 %, kiaušinius- 44 %, duoną- 43 % [44]. Pasaulyje labai paklausūs ekologiški maisto produktai yra daržovės (38 %), vaisiai (35 %), kiaušiniai (34 %) [50].

Moterys statistiškai reikšmingai daugiau nei vyrai perka vaisių, uogų ir daržovių ($p=0,010$), kiaušinių ($p=0,002$), prieskonių ($p=0,022$). Vyrai statistiškai reikšmingai daugiau perka duonos ir kitų kepinų ($p=0,002$) (13 lentelė).

13 lentelė. Ekologiškų maisto produktų pasirinkimas pagal lytį

Perkami produktai	Lytis				P reikšmė ($p \leq 0,05$)	χ^2	df
	Moterys n=291		Vyrai n=131				
	Abs. sk.	%	Abs. sk.	%			
Vaisiai, uogos, daržovės	220	75,6	83	63,4	0,010*	6,687	1
Arbatos	124	42,6	57	43,5	0,863	0,030	1
Pieno produktai	171	58,8	72	55,0	0,465	0,534	1
Aliejus	78	26,8	26	19,8	0,125	2,354	1
Kiaušiniai	97	33,3	24	18,3	0,002*	9,955	1
Mėsos produktai	84	28,9	42	32,1	0,507	0,440	1
Saldumynai	26	8,9	13	9,9	0,746	0,105	1
Duona ir kiti kepiniai	129	44,3	79	60,3	0,002*	9,224	1
Makaronai	40	13,7	13	9,9	0,273	1,202	1
Prieskoniai	46	15,8	10	7,6	0,022*	5,244	1
Kita	19	6,5	14	10,7	0,141	2,166	1

* statistiškai reikšmingas skirtumas

50-78 metų amžiaus respondentai statistiškai reikšmingai dažniau nei kitų amžiaus grupių respondentai perka vaisius, uogas, daržoves ($p=0,001$), saldumynus ($p=0,032$), duoną ir kitus kepinius ($p=0,007$) (14 lentelė). Kiaušinių dažniau perka pirmos amžiaus grupės vartotojai, bet skirtumas nėra statistiškai reikšmingas ($p=0,329$). Antros amžiaus grupės apklaustieji statistiškai nereikšmingai mažiau perka vaisių, uogų, daržovių, arbatų, makaronų, prieskonių, saldumynų ($p>0,05$) (14 lentelė).

14 lentelė. Ekologiškų maisto produktų pasirinkimas amžiaus grupėse

Perkami produktai	Amžiaus grupės						P reikšmė ($p \leq 0,05$)	χ^2	df
	18-34 m. n=277		35-49 m. n=104		50-78 m. n=41				
	Abs. sk.	%	Abs. sk.	%	Abs. sk.	%			
Vaisiai, uogos, daržovės	210	75,8	60	57,7	33	80,5	0,001*	13,954	2
Arbatos	117	42,2	41	39,4	23	56,1	0,176	3,478	2
Pieno produktai	160	57,8	62	59,6	21	51,2	0,651	0,859	2
Aliejus	69	24,9	25	24,0	10	24,4	0,984	0,032	2
Kiaušiniai	86	31,0	25	24,0	10	24,4	0,329	2,223	2
Mėsos produktai	77	27,8	32	30,8	17	41,5	0,198	3,239	2
Saldumynai	28	10,1	4	3,8	7	17,1	0,032*	6,856	2
Duona ir kiti kepiniai	122	44,0	59	56,7	27	65,9	0,007*	9,855	2
Makaronai	36	13,0	9	8,7	8	19,5	0,192	3,297	2
Prieskoniai	41	14,8	9	8,7	6	14,6	0,279	2,556	2
Kita	18	6,5	8	7,7	7	17,1	0,063	5,544	2

* statistiškai reikšmingas skirtumas

Apklaustieji, gaunantys >1501 Lt per mėnesį, statistiškai reikšmingai dažniau perka duoną ir kitus kepinius ($p=0,043$, $\chi^2 =8,142$, $df=3$). Mažiausiai pajamų uždirbantys dažniau atsakė perkantys vaisius, uogas, daržoves ($p=0,686$, $\chi^2 =1,484$, $df=3$), arbatas ($p=0,523$, $\chi^2 =2,247$, $df=3$), makaronus ($p=0,478$, $\chi^2 =2,486$, $df=3$), tačiau statistiškai reikšmingo ryšio nėra (15 lentelė). Tai pat reikšmingo skirtumo nenustatyta ir tarp kitas pajamas gaunančių vartotojų ir perkamų ekologiškų maisto produktų, bet iš rezultatų matome, kad 501-1000 Lt uždirbantys dažniau perka prieskonius ($p=0,266$, $\chi^2 =3,956$, $df=3$), kiaušinius ($p=0,961$, $\chi^2 =0,293$, $df=3$), daugiau kaip 1501 Lt uždirbantys- pieno produktus ($p=0,354$, $\chi^2 =3,258$, $df=3$), aliejų ($p=0,161$, $\chi^2 =5,149$, $df=3$), mėsos produktus ($p=0,206$, $\chi^2 =4,567$, $df=3$), saldumynus ($p=0,184$, $\chi^2 =4,838$, $df=3$), kitus produktus ($p=0,113$, $\chi^2 =5,981$, $df=3$).

15 lentelė. Ekologiškų maisto produktų pasirinkimas pagal pajamas

Perkami produktai	Gaunamos pajamos								P reikšmė ($p \leq 0,05$)
	< 500 Lt n=18		501-1000 Lt n=118		1001-1500 Lt n=174		>1501 Lt n=112		
	Abs.sk	%	Abs.sk	%	Abs.sk	%	Abs.sk	%	
Vaisiai, uogos, daržovės	14	77,8	80	67,8	127	73,0	82	73,2	0,686
Arbatos	10	55,6	51	43,2	69	39,7	51	45,5	0,523
Pieno produktai	11	61,1	69	58,5	92	52,9	71	63,4	0,354
Aliejus	5	27,8	27	22,9	36	20,7	36	32,1	0,161
Kiaušiniai	5	27,8	35	29,7	51	29,3	30	26,8	0,961
Mėsos produktai	4	22,2	28	23,7	54	31,0	40	35,7	0,206
Saldumynai	1	5,6	8	6,8	14	8,0	16	14,3	0,184
Duona ir kiti kepiniai	9	50,0	53	44,9	78	44,8	68	60,7	0,043*
Makaronai	4	22,2	12	10,2	21	12,1	16	14,3	0,478
Prieskoniai	1	5,6	18	15,3	18	10,3	19	17,0	0,266
Kita	2	11,1	5	4,2	12	6,9	14	12,5	0,113

* statistiškai reikšmingas skirtumas

Tiriamieji, turintys aukštesnį ir aukštą išsilavinimą statistiškai reikšmingai dažniau perka mėsos produktus ($p=0,040$, $\chi^2 =11,644$, $df=5$), turintys vidurinį ir aukštą išsilavinimą dažniau pasirenko „kita“ ($p=0,011$, $\chi^2 =14,821$, $df=5$). Tarp kitų išsilavinimų ir produktų pasirinkimo statistiškai reikšmingo skirtumo nenustatyta (16a ir 16b lentelės). Iš apklausos rezultatų matome, kad pradinio, pagrindinio ir vidurinio išsilavinimo asmenys dažniau perka vaisius, uogas, daržoves ($p=0,522$, $\chi^2 =4,192$, $df=5$), vidurinio ir aukštesniojo išsilavinimo- makaronus ($p=0,776$, $\chi^2 =2,503$, $df=5$), vidurinio ir aukštojo išsilavinimo- prieskonius ($p=0,476$, $\chi^2 =4,529$, $df=5$), aukštojo išsilavinimo- arbatas ($p=0,390$, $\chi^2 =5,221$, $df=5$), aukštesniojo ir aukštojo išsilavinimo- pieno produktus ($p=0,099$, $\chi^2 =9,267$, $df=5$), kiaušinius ($p=0,554$, $\chi^2 =3,970$, $df=5$), aukštesniojo išsilavinimo- aliejų ($p=0,543$, $\chi^2 =4,048$, $df=5$), aukštojo ir profesinio išsilavinimo- saldumynus ($p=0,949$, $\chi^2 =1,152$, $df=5$), profesinio išsilavinimo- duoną ir kitus kepinus ($p=0,133$, $\chi^2 =8,453$, $df=5$).

16 lentelė. Ekologiškų maisto produktų pasirinkimas pagal išsilavinimą

Išsilavinimas	Perkami produktai											
	Vaisiai, uogos, daržovės		Arbatos		Pieno produktai		Aliejus		Kiaušiniai		Mėsos produktai	
	Abs. sk	%	Abs. sk	%	Abs. sk	%	Abs. sk	%	Abs. sk	%	Abs. sk	%
Pradinis n=1	1	100,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
Pagrindinis n=2	2	100,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	2	100,0
Vidurinis n=134	96	71,6	52	38,8	72	53,7	31	23,1	35	26,1	33	24,6
Aukštesnysis n=66	23	34,8	27	40,9	43	65,2	21	31,8	21	31,8	22	33,3
Aukštasis n=184	46	25,0	88	47,8	112	60,9	46	25,0	58	31,5	63	34,2
Profesinis n=35	12	34,3	14	40,0	16	45,7	6	17,1	7	20,0	6	17,1
P reikšmė ($p \leq 0,05$)	0,522		0,390		0,099		0,543		0,554		0,040*	

* statistiškai reikšmingas skirtumas

16 lentelės tęsinys

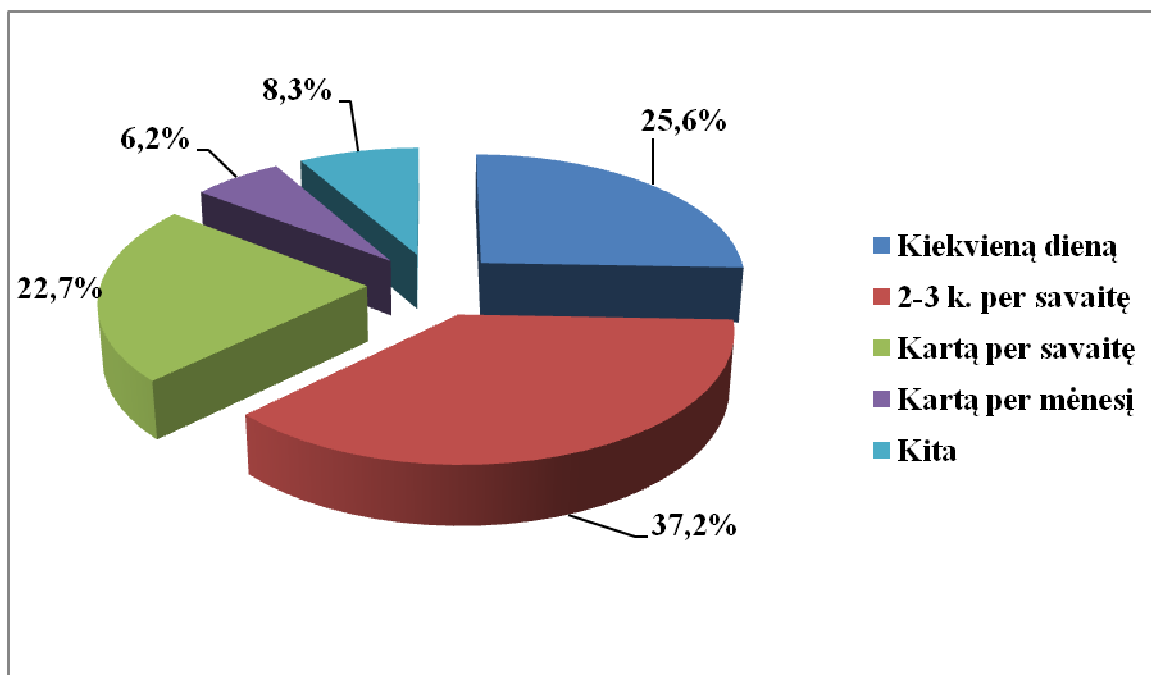
Išsilavinimas	Perkami produktai									
	Saldumynai		Duona ir kiti kepiniai		Makaronai		Prieskoniai		Kita	
	Abs. sk	%	Abs. sk	%	Abs. sk	%	Abs. sk	%	Abs. sk	%
Pradinis n=1	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	1	100,0
Pagrindinis n=2	0	0,0	1	50,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
Vidurinis n=134	11	8,2	56	41,8	20	14,9	21	15,7	13	9,7
Aukštesnysis n=66	5	7,6	30	45,5	10	15,2	4	6,1	3	4,5
Aukštasis n=184	19	10,3	99	53,8	20	10,9	27	14,7	15	8,2
Profesinis n=35	4	11,4	22	62,9	3	8,6	4	11,4	1	2,9
P reikšmė (p≤0,05)	0,949		0,133		0,776		0,476		0,011*	

* statistiškai reikšmingas skirtumas

4.2.5. Ekologiškų maisto produktų vartojimo dažnumas.

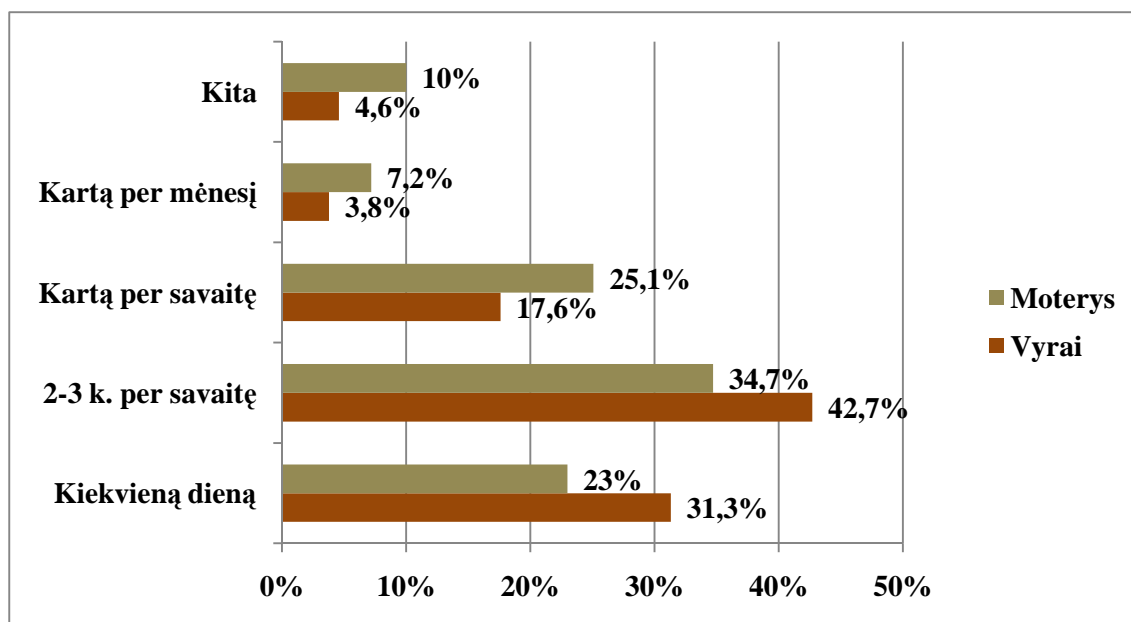
Ekologiškų maisto produktų vartojimo dažnumas parodo ar vartotojai juos vartoja nuolat ar tik retkarčiais, nepastoviai, atsitiktinai.

Ekologiškus maisto produktus gyventojai dažniausiai vartoja 2-3 kartus per savaitę 37,2 %, o mažiausiai apklaustųjų vartoja kartą per mėnesį 6,2 % (13 pav.). Prancūzijoje- kartą per mėnesį pirko 43 % respondentų, kartą per savaitę- 23 %, kasdien- 7 % [44].



13 pav. Ekologiškų maisto produktų vartojimo dažnumas

Vyrai statistiškai reikšmingai dažniau ekologiškus maisto produktus vartoja 2-3 kartus per savaitę- 42,7 % ir kiekvieną dieną- 31,3 %, o moterys dažniau vartoja kartą per savaitę- 25,1 % ir kartą per mėnesį- 7,2 % ($p = 0,000$, $\chi^2 = 11,090$, $df=4$) (14 pav.).



14 pav. Ekologiškų maisto produktų vartojimo dažnumas pagal lytį

$U=21567,000$, $p<0,05$

50-78 metų amžiaus asmenys dažniau vartoja ekologiškus maisto produktus kiekvieną dieną- 36,6 %, o jaunesnio amžiaus respondentai- 2-3 kartus per savaitę: 18-34 m.- 37,9 %, 35-49 m.- 38,5 %, tačiau skirtumas nėra statistiškai reikšmingas ($p=0,389$, $\chi^2=8,467$, $df=8$).

Taip pat statistiškai reikšmingo skirtumo nėra ir tarp vartojimo dažnumo ir išsilavinimo ($p=0,716$, $\chi^2=16,010$, $df=20$), tačiau kaip matome iš rezultatų, kiekvieną dieną ekologiškus maisto produktus dažniau vartoja profesinio išsilavinimo respondentai (31,3 %), 2-3 kartus per savaitę- profesinio (42,9 %) ir vidurinio (41,0 %), kartą per savaitę- aukštojo (25,5 %), kartą per mėnesį- viduriniojo (6,7 %), kita- aukštesniojo (16,7 %) išsilavinimo respondentai.

Apklaustieji, kurie gauna daugiau kaip 1500 Lt pajamų per mėnesį, ekologiškus maisto produktus dažniau vartoja 2-3 kartus per savaitę (41,1 %), gaunantys mažiau kaip 500 Lt- kartą per savaitę (38,9 %), bet statistiškai reikšmingo ryšio tarp vartojimo dažnumo ir gaunamų pajamų nenustatyta ($p=0,259$, $\chi^2=14,686$, $df=12$).

4.2.6. Ekologiškų maisto produktų įsigijimas.

Didžioji dalis apklaustųjų, kurie vartoja ekologiškus maisto produktus, juos perka prekybos centruose- 83,6 %, mažiau perka turguje- 34,1 %, mugėje- 11,8 %, kitose vietose (pvz. specializuotose parduotuvėse) - 14,9 % [31]. Iš tiriamųjų, kurie vartoja ekologiškus maisto produktus, 3,1 % nurodė, kad neperka šių produktų, galime manyti, kad užsiaugina patys. 2004-2006 metų tyrimas rodo, kad 67 % pirkto prekybos centruose, turguje- 27 % [9]. Prancūzijoje taip pat daugiausia pirkto prekybos centruose (75 %), mažiau- turguje (37 %), specializuotose parduotuvėse (30 %), iš ekologinių ūkių (23 %) [44].

Vyrai statistiškai reikšmingai dažniau ekologiškus maisto produktus perka prekybos centruose ($p=0,017$, $\chi^2=5,737$, $df=1$), turguje ($p=0,003$, $\chi^2=8,709$, $df=1$), mugėse ($p=0,000$, $\chi^2=13,965$, $df=1$). Moterys statistiškai reikšmingai dažniau perka kitose vietose ($p=0,026$, $\chi^2=4,978$, $df=1$).

Lyginant amžiaus grupėse, jaunesnio amžiaus respondentai dažniau perka prekybos centruose, tačiau skirtumas nėra statistiškai reikšmingas ($p=0,583$, $\chi^2 =1,079$, $df=2$). Statistiškai reikšmingai ekologiškus maisto produktus 50-78 metų amžiaus gyventojai perka turguje ($p=0,004$, $\chi^2 =11,131$, $df=2$), mugėse ($p=0,000$, $\chi^2 =20,188$, $df=2$). 35-49 metų amžiaus grupė dažniau perka kitose vietose, bet tai nėra statistiškai reikšminga ($p=0,179$, $\chi^2 =3,438$, $df=2$).

Aukštojo (16,3%) ir aukštesniojo (15,2 %) išsilavinimo respondentai dažniau ekologiškus maisto produktus perka mugėje, aukštesniojo išsilavinimo (22,7 %) dažniau dar ir kitose vietose, tačiau skirtumas nėra statistiškai reikšmingas ($p=0,068$, $\chi^2 =10,285$, $df=5$). Prekybos centruose ir turguje respondentai perka vienodai dažnai, statistiškai reikšmingo ryšio nenustatyta. Statistiškai reikšmingai dažniau profesinio išsilavinimo gyventojai, vartojantys ekologiškus maisto produktus (11,8 %) atsakė, kad neperka ekologiškų maisto produktų ($p=0,011$, $\chi^2 =14,938$, $df=5$). Galima daryti prielaidą, kad šio išsilavinimo žmonės daugiau ekologiškų maisto produktų užsiaugina patys.

Respondentai, gaunantys per mėnesį daugiau kaip 1500 Lt, ekologiškus maisto produktus dažniau perka mugėse (21,6 %) ir šis skirtumas yra statistiškai reikšmingas ($p=0,000$, $\chi^2 =24,061$, $df=3$). Tarp kitas pajamas gaunančių respondentų ir produktų pirkimo vietos statistiškai reikšmingo ryšio nenustatyta. Prekybos centruose gyventojai vienodai dažnai perka ($p=0,798$, $\chi^2 =1,015$, $df=3$), turguje mažiausiai perka mažiausiai pajamų gaunantys respondentai ($p=0,191$, $\chi^2 =4,749$, $df=3$).

Paklausus ar mato išskirtas ekologiškų maisto produktų lentynas daugiausia respondentų atsakė, kad mato 80,9 %, iš jų mato, bet ne visuose prekybos centruose 43,0 %. Išskirtų lentynų nemato 19,1 % respondentų.

Išskirtas lentynas mato 79,1 % moterų ir 84,2 % vyrų, iš jų ne visuose prekybos centruose mato- 39,7 % moterų ir 48,9 % vyrų. Išskirtų lentynų nemato 20,9 % moterų ir 15,8 % vyrų. Nustatytas statistiškai reikšmingas ryšys tarp lyties ir išskirtų lentynų matymo prekybos centruose ($U=27204,500$, $p=0,035$, $\chi^2 =4,491$, $df=2$).

Pagal amžių išskirtas ekologiškų maisto produktų lentynas daugiausia mato antros amžiaus grupės asmenys 84,2 %, bet skirtumas nėra statistiškai reikšmingas ($p=0,687$, $\chi^2 =2,265$, $df=4$).

Išskirtas ekologiškų maisto produktų lentynas dažniau mato respondentai su aukštesniu išsilavinimu (87,5 %) ir šis skirtumas yra statistiškai reikšmingas ($p=0,010$, $\chi^2=23,185$, $df=10$).

Statistiškai reikšmingas skirtumas pastebėtas tarp gaunamų pajamų ir ar mato išskirtas ekologiškų maisto produktų lentynas ($p=0,025$, $\chi^2=14,469$, $df=6$). Mažiausiai pajamų gaunantys respondentai (90,5 %) dažniau mato išskirtas lentynas. Mažiausiai mato 501-1000 Lt gaunantys respondentai (72,7%).

Į klausimą ar būtina išskirti ekologiškų maisto produktų lentynas 91,2 % apklaustųjų atsakė teigiamai. Vyrų (92,4 %) dažniau pasirinko teigiamą atsakymą nei moterys (90,6 %), bet skirtumas nėra statistiškai reikšmingas ($p=0,492$, $\chi^2=0,471$, $df=1$).

Pirmos amžiaus grupės respondentai dažniau atsakė, kad nebūtina išskirti ekologiškų maisto produktų lentynų, kitos amžiaus grupės dažniau atsakė, kad būtina, bet skirtumas nėra statistiškai reikšmingas ($p=0,307$, $\chi^2=2,365$, $df=2$).

Aukštojo ir aukštesniojo išsilavinimo gyventojai dažniau nei kitų išsilavinimų respondentai mano, kad būtina išskirti ekologiškų maisto produktų lentynas ir skirtumas yra statistiškai reikšmingas ($p=0,007$, $\chi^2=16,100$, $df=5$).

1001-1500 Lt pajamų per mėnesį gaunantys respondentai statistiškai reikšmingai ($p=0,001$, $\chi^2=15,513$, $df=3$) dažniau rinkosi teigiamą atsakymo variantą, manydami, kad reikia ekologiškus maisto produktus išskirti į atskiras lentynas.

Paklausus respondentų ar lengvai randa ekologiškų maisto produktų, 41,1 % jų atsakė neigiamai, 33,1 % atsakė, kad randa, o 25,9 % - neieško.

Moterys (35,2 %) statistiškai reikšmingai dažniau lengviau randa ekologiškų maisto produktų nei vyrai (29,3 %) ($U=26403,000$, $p=0,009$, $\chi^2=10,452$, $df=2$).

Pagal amžių, jauniausi respondentai dažniau lengviau randa ekologiškų maisto produktų 35,0 %, o vyriausi respondentai dažniau neranda 46,6 %, bet skirtumas nėra statistiškai reikšmingas ($p=0,292$, $\chi^2=4,953$, $df=4$).

Statistiškai reikšmingo skirtumo taip pat nepastebėta tarp išsilavinimo ir dėl to, ar lengvai randa ekologiškų maisto produktų ($p=0,101$, $\chi^2=15,951$, $df=10$). Iš apklausos rezultatų matyti, kad dažniau lengviau ekologiškų produktų randa profesinio išsilavinimo respondentai (35,0 %).

<500 Lt ir >1501 Lt pajamų per mėnesį gaunantys respondentai statistiškai reikšmingai dažniau lengviau randa ekologiškų maisto produktų ($p=0,008$, $\chi^2 =17,301$, $df=6$).

Svarbu išsiaiškinti ar žmonėms pakanka esamų ekologiškų maisto produktų ar visgi jų pasigenda. 47,5 % apklaustųjų pasigenda ekologiškų maisto produktų, o tai reiškia, kad beveik pusei respondentų trūksta ekologiškų produktų asortimento, kad būtų patenkinti jų poreikiai. Moterys (55,5 %) labiau nei vyrai (33,2 %) pasigenda ekologiškų maisto produktų ir šis skirtumas yra statistiškai reikšmingas ($p=0,000$, $\chi^2 =23,564$, $df=1$). Daugiausia gyventojai pasigenda daržovių, vaisių, mėsos ir pieno produktų. Tą patį rezultatą parodė ir anksčiau atlikti tyrimai [9, 31]. Olandijoje taip pat trūksta ekologiško pieno [49]. Taip pat buvo minima, kad yra per mažas visų esamų ekologiškų maisto produktų pasirinkimas [31].

Statistiškai nereikšmingai dažniau ($p=0,103$, $\chi^2 =4,550$, $df=2$) ekologiškų maisto produktų pasigenda 18-34 metų amžiaus grupės asmenys (51,1 %).

Aukštąjį ir aukštesnįjį išsilavinimą turintys respondentai (atitinkamai 52,8 % ir 48,1 %) dažniau pasigenda ekologiškų maisto produktų, nei kitokio išsilavinimo žmonės, bet statistiškai reikšmingo ryšio nenustatyta ($p=0,252$, $\chi^2 =6,600$, $df=5$).

Tarp gaunamų pajamų ir ekologiškų maisto produktų pasigedimo statistiškai reikšmingo ryšio taip pat nėra ($p=206$, $\chi^2 =4,577$, $df=3$). Iš rezultatų galime matyti, kad daugiausia produktų pasigenda daugiausia pajamų gaunantys respondentai (52,8 %).

4.3. Ekologiškų maisto produktų žinomumas ir vertinimas.

Iš apklausos rezultatų matyti, kad tiriamieji yra susipažinę su informacija apie ekologiškus maisto produktus, nes 87,4 % respondentų žino, kad tokius produktus nuo įprastinių galima atskirti pagal etiketę, o 2004- 2006 metais tai žinojo tik apie 60 % vartotojų [9, 12]. 21,4 % vartotojų galvoja, kad galima atskirti pagal skonį, 16,3 %- iš išvaizdos, o 9,7 %- iš kvapo.

Iš etiketės atskiria 86,7 % moterų ir 88,6 % vyrų, bet šis skirtumas nėra statistiškai reikšmingas ($p=0,530$, $\chi^2 =0,394$, $df=1$).

Statistiškai reikšmingo ryšio nepastebėta ir tarp amžiaus grupių ir ekologiškų maisto produktų atskyrimo nuo įprastinių, tačiau antros amžiaus grupės respondentai (91,0 %) dažniau žino, kad atskirti produktus galima iš etiketės ($p=0,083$, $\chi^2 =4,978$, $df=2$). Vyresnio amžiaus gyventojai dažniau galvoja, kad atskirti galima iš skonio 25,9 % ($p=0,440$, $\chi^2 =1,641$,

df=2), iš išvaizdos 24,1 % ($p=0,149$, $\chi^2 = 3,812$, df=2), iš kvapo 12,1 % ($p=0,552$, $\chi^2 = 1,189$, df=2).

Aukštojo išsilavinimo respondentai (91,6 %) dažniau atskiria ekologiškus maisto produktus iš etiketės, tačiau skirtumas nėra statistiškai reikšmingas ($p=0,085$, $\chi^2 = 9,660$, df=5).

Daugiausiai (91,2 %) ir mažiausiai (90,5 %) pajamų gaunantys gyventojai atskiria ekologiškus maisto produktus iš etiketės, bet skirtumas nėra statistiškai reikšmingas ($p=0,411$, $\chi^2 = 2,874$, df=3).

Paklausti ar priskiria prie ekologiškų maisto produktų produktus su užrašais „Bio“, „Sveikas maistas“, „Tik iš natūralių ingredientų“, net 56,0 % respondentų atsakė teigiamai, neigiamai atsakė 44,0 %. Iš tokių apklausos rezultatų galime spręsti, kad žmonėms vis dar trūksta informacijos apie ekologiškus maisto produktus, nes daugiau nei pusė apklaustųjų nežino, kurie produktai yra tikrai ekologiški ir painioja skirtingas sąvokas.

57,9 % moterų ir 52,7 % vyrų priskiria tokius produktus ekologiškiems. Vyrų (47,3 %) truputį daugiau nei moterų (42,1 %) atsakė, kad nepriskiria, bet skirtumas yra statistiškai nereikšmingas ($p=0,258$, $\chi^2 = 1,277$, df=1).

Tarp amžiaus grupių ir produktų priskyrimo ekologiškiems statistiškai reikšmingo skirtumo nenustatyta ($p=0,877$, $\chi^2 = 0,263$, df=2).

Asmenys su aukštesniu išsilavinimu (53,7 %) statistiškai reikšmingai dažniau nei kitokio išsilavinimo žmonės atsakė, kad nepriskiria tokių produktų ekologiškiems maisto produktams ($p=0,002$, $\chi^2 = 19,210$, df=5).

Gyventojai, gaunantys per mėnesį 1500 Lt ir daugiau (60,0 %) taip pat dažniau nepriskiria produktų su minėtais užrašais prie ekologiškų ir šis skirtumas yra statistiškai reikšmingas ($p=0,000$, $\chi^2 = 20,258$, df=3).

Atsakymai į klausimą kaip gyventojai vertina ekologiškus maisto produktus parodė, kad daugiausia žmonės juos vertina gerai ir labai gerai (atitinkamai 45,9 % ir 45,1 %). 8,6 % įvertino patenkinamai, 0,4 % - blogai. Nė vienas iš respondentų neįvertino ekologiškų maisto produktų labai blogai. Net ir tie, kurie nevartoja ekologiškų maisto produktų, juos vertina teigiamai ir todėl galime teigti, kad turi būti skatinamas ekologiškų maisto produktų vartojimas.

Vyrai ir moterys vienodai dažnai vertina ekologiškus maisto produktus gerai ir labai gerai, nėra statistiškai reikšmingo skirtumo ($p=0,101$, $U=27975,000$).

Tarp amžiaus grupių ir produktų vertinimo taipogi statistiškai reikšmingo skirtumo nėra ($p=0,817$, $\chi^2=2,936$, $df=6$). Labai gerai ekologiškus maisto produktus dažniau vertina antra (48,9 %) ir trečia (48,3 %) amžiaus grupės, gerai (47,1 %) ir patenkinamai (9,6 %)- pirma amžiaus grupė.

Tarp išsilavinimo ir produktų vertinimo statistiškai reikšmingo skirtumo nepastebėta ($p=0,946$, $\chi^2=7,399$, $df=15$). Žmonės vienodai dažnai pagal išsilavinimą vertina ekologiškus maisto produktus labai gerai, gerai, patenkinamai ar blogai.

<500 Lt pajamų per mėnesį gaunantys respondentai dažniau ekologiškus maisto produktus vertina labai gerai (61,9 %), 501- 1000 Lt pajamų per mėnesį gaunantys- patenkinamai (11,4 %), daugiau nei 501 Lt pajamų per mėnesį gaunantys- gerai, tačiau statistiškai reikšmingo skirtumo nėra ($p=0,373$, $\chi^2=9,729$, $df=9$).

Paklausus ar reikėtų skatinti ekologiškų žemės ūkių plėtojimą Lietuvoje, 98,2 % respondentų atsakė teigiamai ir tik 1,8 % - neigiamai.

Pastebėtas statistiškai reikšmingas skirtumas tarp lyties ir ar reikia skatinti ekologiškų žemės ūkių plėtojimą ($p=0,008$, $\chi^2=7,024$, $df=1$). Vyrai dažniau atsakė neigiamai (3,8 %) nei moterys (0,6 %).

Pagal amžiaus grupes respondentai vienodai dažnai pasirinko teigiamą ar neigiamą atsakymo variantą, statistiškai reikšmingo ryšio nenustatyta ($p=0,966$, $\chi^2=0,069$, $df=2$).

Tarp išsilavinimo ir dėl to, kad būtų skatinamas ekologiškų žemės ūkių plėtojimas, statistiškai reikšmingo skirtumo nėra ($p=0,694$, $\chi^2=3,038$, $df=5$). Tik tarp vidurinių (2,3 %) ir aukštųjų (2,3 %) išsilavinimą turinčių respondentų buvo neigiamų atsakymų.

Statistiškai reikšmingas skirtumas yra tarp gaunamų pajamų ir ar skatinti ekologiškų žemės ūkių plėtojimą ($p=0,025$, $\chi^2=9,329$, $df=3$). Asmenys, kurie gauna mažiau kaip 500 Lt per mėnesį, dažniau atsakė teigiamai. Galime daryti prielaidą, kad didesnis ekologiškų ūkių skaičius šalyje, nulemtų mažesnes ekologiškų produktų kainas, todėl ekologiškų maisto produktų vartojimas taptų labiau prieinamas mažesnes pajamas gaunantiems gyventojams.

4.4. Gyventojų informuotumas apie ekologiškus maisto produktus.

Svarbu yra įvertinti gyventojų informuotumą apie ekologiškus maisto produktus, nes tada galėsime sužinoti, kurioje srityje reikia įdėti daugiau pastangų teikiant informaciją apie ekologiškų maisto produktų svarbą, naudą organizmui.

4.4.1. Informacijos apie ekologiškus maisto produktus poreikis.

72,6 % atsakiusiųjų teigia, kad jiems nepakanka informacijos apie ekologiškus maisto produktus, 27,4 % teigia, kad pakanka, ankstesniame tyrime tik 8 % respondentų pakako informacijos [31]. 2007 metais informacijos apie ekologiškų maisto produktų naudą ir savybes trūko 56 % respondentų [11].

Moterims (80,9 %) statistiškai reikšmingai dažniau nei vyrams (57,6 %) nepakanka informacijos apie ekologiškus maisto produktus ($p=0,000$, $\chi^2=32,218$, $df=1$).

18-35 metų amžiaus respondentams (78,0 %) dažniau nei vyresnio amžiaus respondentams nepakanka informacijos apie ekologiškus maisto produktus ir šis skirtumas yra statistiškai reikšmingas ($p=0,002$, $\chi^2=12,980$, $df=2$).

Viduriniojo (76,7 %) ir aukštesniojo (75,3 %) išsilavinimo apklaustieji dažniau atsakė, kad jiems nepakanka informacijos apie ekologiškus maisto produktus, bet skirtumas nėra statistiškai reikšmingas ($p=0,393$, $\chi^2=5,191$, $df=5$).

Labiausiai informacijos nepakanka respondentams, kurie per mėnesį gauna 501-1000 Lt pajamų (77,8 %), bet skirtumas nėra statistiškai reikšmingas ($p=0,343$, $\chi^2=3,337$, $df=3$). Mažiausiai pajamų gaunantys dažniau atsakė, kad jiems informacijos pakanka (33,3 %).

4.4.2. Informacijos apie ekologiškus maisto produktus gavimas.

Paklausti iš kur respondentai sužinojo apie ekologiškus maisto produktus, atsakymai pasiskirstė taip: draugai ir artimieji 39,1 %, žiniasklaida 37,9 %, televizija 36,8 %, parduotuvės 36,6 %, internetas 26,3 %, mokymo įstaigos 18,3 %, kita 8,0 %. 2004 m. tyrimo duomenimis, iš televizijos informacijos gavo 60 %, iš spaudos- 45 %, iš interneto- 0 % [8]. Klaipėdos gyventojai daugiausia apie ekologiškus maisto produktus sužino iš televizijos ir spaudos [29]. Iš Čiukienės tyrimo matome, kad 51 % respondentų informacijos gauna iš

ekologiškų maisto produktų mugių ir parodų, 50 %- iš laikraščių ir žurnalų, 43 %, iš radijo ir televizijos [31]. Čekijos gyventojai vis daugiau informacijos sužino per žiniasklaidą, reklamą ir kitas visuomenės informavimo priemones [47].

Moterys statistiškai reikšmingai dažniau apie ekologiškus maisto produktus sužinojo mokymo įstaigose 24,5 % ($p=0,000$, $\chi^2 =24,155$, $df=1$), parduotuvėse 42,7 % ($p=0,000$, $\chi^2 =15,037$, $df=1$), o vyrai- internete 32,6 % ($p=0,015$, $\chi^2 =5,956$, $df=1$), iš draugų ir artimųjų 46,7 % ($p=0,008$, $\chi^2 =7,014$, $df=1$). Taip pat vyrai daugiau sužinojo iš žiniasklaidos ir televizijos, bet šis skirtumas nėra statistiškai reikšmingas.

18-34 metų amžiaus respondentai statistiškai reikšmingai dažniau apie ekologiškus maisto produktus sužinojo mokymo įstaigose 25,7 % ($p=0,000$, $\chi^2 =32,835$, $df=2$), parduotuvėse 41,2 % ($p=0,019$, $\chi^2 =7,940$, $df=2$). 35-49 metų amžiaus asmenys dažniau sužinojo iš žiniasklaidos 41,4 %, tačiau skirtumas nėra statistiškai reikšmingas ($p=0,628$, $\chi^2 =0,930$, $df=2$). 50-78 metų amžiaus gyventojai statistiškai nereikšmingai dažniau sužinojo iš televizijos 46,6 % ($p=0,066$, $\chi^2 =5,432$, $df=2$), draugų ir artimųjų 51,7 % ($p=0,063$, $\chi^2 =5,543$, $df=2$).

Žmonės su aukštesniu išsilavinimu statistiškai reikšmingai dažniau apie ekologiškus maisto produktus sužinojo žiniasklaidoje 44,9 % ($p=0,037$, $\chi^2 =11,834$, $df=5$), internete 34,6 % ($p=0,007$, $\chi^2 =15,966$, $df=5$). Profesinio išsilavinimo respondentai statistiškai nereikšmingai - televizijoje 42,5 % ($p=0,706$, $\chi^2 =2,962$, $df=5$), iš draugų, artimųjų 47,5 % ($p=0,281$, $\chi^2 =6,272$, $df=5$). Asmenys su viduriniu išsilavinimu statistiškai nereikšmingai dažniau sužinojo parduotuvėse 43,6 % ($p=0,097$, $\chi^2 =9,319$, $df=5$). Aukštojo išsilavinimo asmenys statistiškai nereikšmingai dažniau sužinojo mokymo įstaigose 22,4 % ($p=0,070$, $\chi^2 =10,183$, $df=5$).

Daugiau nei 1500 Lt uždirbantys respondentai statistiškai reikšmingai dažniau apie ekologiškus maisto produktus sužinojo žiniasklaidoje 44,8 % ($p=0,040$, $\chi^2 =8,320$, $df=3$), internete 35,2 % ($p=0,001$, $\chi^2 =15,765$, $df=3$), iš kitų šaltinių 13,6 % ($p=0,038$, $\chi^2 =8,441$, $df=3$). 1001-1500 Lt gaunantys dažniau sužinojo iš televizijos 38,1 % ($p=0,820$, $\chi^2 =0,920$, $df=3$), iš draugų, artimųjų 41,4 % ($p=0,218$, $\chi^2 =4,433$, $df=3$), mažiau kaip 500 Lt gaunantys- mokymo įstaigose 28,6 % ($p=0,642$, $\chi^2 =1,677$, $df=3$), parduotuvėse 47,6 % ($p=0,451$, $\chi^2 =2,638$, $df=3$), tačiau statistiškai reikšmingų skirtumų nenustatyta.

5. IŠVADOS

1. Ekologiškus maisto produktus vartoja 82,1 % apklaustųjų, dažniausiai 2-3 kartus per savaitę (37,2 %), moterys statistiškai reikšmingai dažniau vartoja negu vyrai.
2. Statistiškai reikšmingai dažniau vartoja 18-34 metų amžiaus respondentai, taip pat respondentai, gaunantys daugiau kaip 1500 Lt per mėnesį arba mažiau kaip 500 Lt per mėnesį ir aukštojo bei profesinio išsilavinimo respondentai.
3. Ekologiškus maisto produktus gyventojai vartoja dėl to, kad ekologiški maisto produktai yra sveikesni (90,0 %). Tarp amžiaus grupių bei gaunamų pajamų ir ekologiškų maisto produktų vartojimo statistiškai reikšmingo skirtumo nenustatyta.
4. Dažniausiai ekologiškų maisto produktų nevartojimo priežastis yra produktų brangumas (53,3 %) ir vyrai statistiškai reikšmingai dažniau dėl to nevartoja. Jaunesnio amžiaus respondentai dažniau nežino, kurie yra ekologiški maisto produktai. Tarp pajamų ir išsilavinimo bei ekologiškų maisto produktų vartojimo statistiškai reikšmingo ryšio nėra.
5. Respondentai daugiausiai perka ekologiškus vaisius, uogas, daržoves, pieno produktus, duoną ir kitus kepinius, arbatas. Mažiausiai perka saldumynų, makaronų, prieskonių, kitų produktų (tokių kaip medus, kruopos, vaistažolės).
6. Beveik pusė apklaustųjų (47,5 %) pasigenda ekologiškų maisto produktų, moterys statistiškai reikšmingai dažniau. Daugiausia gyventojai pasigenda daržovių, vaisių, mėsos ir pieno produktų. Aukštąjį ir aukštesnįjį išsilavinimą turintys respondentai dažniau pasigenda ekologiškų maisto produktų.
7. Didžioji dalis apklaustųjų ekologiškus maisto produktus perka prekybos centruose (83,6 %). Vyresnio amžiaus respondentai statistiškai reikšmingai dažniau perka turguje, mugėje, o jaunesnio amžiaus respondentai statistiškai nereikšmingai- prekybos centruose. Daugiausiai pajamų gaunantys žmonės dažniausiai perka mugėse.

8. Didžioji dauguma respondentų (87,4 %) žino, kad ekologiškus maisto produktus nuo įprastinių galima atskirti pagal etiketę.
9. 91,0 % respondentų ekologiškus maisto produktus vertina labai gerai ir gerai, 98,2 % atsakiusiųjų sutiko, kad reikia skatinti ekologiškų žemės ūkių plėtojimą. Mažiausiai pajamų gaunantys respondentai statistiškai reikšmingai dažniau atsakė, kad reikia plėtoti ekologiškus žemės ūkius.
10. 72,6 % atsakiusiųjų teigia, kad jiems nepakanka informacijos apie ekologiškus maisto produktus ir tik mažiau nei trečdaliui- pakanka. Moterims (80,9 %) ir jaunesniems respondentams (78,0 %) statistiškai reikšmingai dažniau nepakanka informacijos.
11. Daugiausiai apie ekologiškus maisto produktus respondentai sužino iš draugų ir artimųjų (39,1 %), žiniasklaidos (37,9 %), televizijos (36,8 %), parduotuvių (36,6 %).

6. PASIŪLYMAI

1. Savivaldybių visuomenės sveikatos biurai savo veiklos planuose turi numatyti informacijos apie ekologiškus maisto produktus sklaidą.
2. Mokyklose mokant sveikos gyvensenos reikia teikti informaciją ir apie ekologiškų maisto produktų naudą.
3. Maisto produktų gamintojams reikia siūlyti plėsti ekologiškų maisto produktų asortimentą.
4. Vykdam Lietuvos gyventojų mitybos tyrimus, reikia įtraukti ir klausimų apie ekologiškų maisto produktų vartojimą.
5. Spalio 16 d. yra Pasaulinė maisto diena. Per ją galima rengti įvairius renginius apimant ne tik įprastinį maistą, bet ir ekologišką.
6. Labai svarbi yra pačių žmonių nuomonė ir jų sąmoningumas, kuri reikia ugdyti.

7. LITERATŪROS SĄRAŠAS

1. Lietuvos Respublikos žemės ūkio ministro įsakymas Nr. 375 „Dėl ekologinio žemės ūkio taisyklių patvirtinimo ir ekologiškų žemės ūkio produktų gamybos proceso ir produkcijos sertifikavimo“. 2000.

2. Lietuvos higienos norma HN 119:2002 „Maisto produktų ženklavimas“ (Žin., 2003, Nr. 13-530).

3. Lietuvos Respublikos žemės ūkio ministro įsakymas Nr. 3D-199 „Dėl žemės ūkio ministro 2000 m. gruodžio 28 d. įsakymo Nr. 375 „Dėl ekologinio žemės ūkio taisyklių patvirtinimo“ pakeitimo. 2008.

4. Lietuvos Respublikos Vyriausybės nutarimas Nr. 1325 „Dėl valstybinės maisto ir mitybos strategijos ir jos įgyvendinimo priemonių 2003-2010 metų plano patvirtinimo“ (Žin., 2003, Nr. 101-4556).

5. Lietuvos Respublikos žemės ūkio ministro įsakymu Nr. 3D-308 patvirtinta „Ekologinio žemės ūkio plėtros 2007-2010 metams programa“.

6. About Organics tinklalapis. Prieiga per internetą: http://www.aboutorganics.co.uk/organic_information/organic_principles_ifoam.htm (žiūrėta 2008 03 15)

7. Tatulos programa tinklalapis. Prieiga per internetą: <http://www.organic.lt> (žiūrėta 2008 03 12)

8. Kšivickienė D. Ar Lietuvos vartotojai pirks ekologiškus produktus? Lietuvos agrarinės ekonomikos institutas. 2004. Prieiga per internetą: <http://74.125.39.104/search?q=cache:iKUBfHiYQl4J:www.bendruomenes.lt/downloads/structure//ekolog.apklausa.doc+Ar+Lietuvos+vartotojai+pirks+ekologi%C5%A1kus+produktus&hl=lt&ct=clnk&cd=2&gl=lt> (žiūrėta 2008 03 22)

9. Rutkovicienė V., Garliauskienė G. Ekologiškų maisto produktų paklausą lemiantys veiksniai. Žemės ūkio mokslai, 2007. T. 14. Nr. 2. P. 66–71.

Prieiga per internetą: http://eko.laei.lt/eko_fls/ms/Zem_066_071.pdf (žiūrėta 2008 03 22)

10. Jankauskaitė J. Maisto kokybės analizė ir ekologiškos mitybos pranašumai. Kaunas, 2008. Prieiga per internetą:

http://sf.library.lt/marc/getobj.php?obj=LT-eLABa-0001:E.02~2008~D_20080408_100201-22954 (žiūrėta 2009 05 06)

11. Rickuvienė A., Jonėnienė V. Apklausa „Ekologiškų produktų ir jų ženklinimo reikšmė bei įtaka darnaus vartojimo ugdyme“ ataskaita. Vakarų Lietuvos verslo kolegija, 2007.
12. Alborovienė B., Jarašūnienė V. Ekologiškų produktų marketingo tyrimas. Lietuvos vartotojų institutas. 2005. Prieiga per internetą:
<http://www.vartotojai.lt/lt/13/pbl214.html> (žiūrėta 2008 03 24)
13. Viešosios įstaigos „Ekoagros“ tinklalapis. Prieiga per internetą:
<http://www.ekoagros.lt> (žiūrėta 2008 03 05)
14. Kriaučiūnienė V., Petkevičienė J., Klumbienė J., Vaisvalavičius V. Ar Lietuvos gyventojai domisi maisto produktų ženklinimo informacija? // Lietuvos bendrosios praktikos gydytojas. 2007. T 11. Nr. 5. P. 329-333.
15. Skurdenienė I., Ribikauskas V., Bakutis B. Ekologinio ūkio privalumai gyvulininkystėje. Kaunas, 2007.
16. Principles of organic agriculture. International Federation Of Organic Agriculture Movements (IFOAM). Prieiga per internetą:
http://www.ifoam.org/about_ifoam/principles/index.html (žiūrėta 2008 04 04)
17. Lietuvos agrarinės ekonomikos instituto tinklalapis. Prieiga per internetą:
<http://eko.laei.lt> (žiūrėta 2008 04 10)
18. Lietuvos kaimo plėtros 2004-2006 metų planas. Lietuvos Respublikos Žemės Ūkio Ministerija, 2004.
19. Lietuvos kaimo plėtros 2007-2013 metų programa. Lietuvos Respublikos Žemės Ūkio Ministerija, 2007.
20. Tarybos Reglamentas (EB) Nr. 834/2007 „Dėl ekologinės gamybos ir ekologiškų produktų ženklinimo ir panaikinantis Reglamentą (EEB) 2092/91“. 2007.
21. Mokslinės- praktinės konferencijos „Ekologinis žemės ūkis ir maisto saugumas“ medžiaga. Roma (Italija), gegužės 3-5 d. d., 2007. Prieiga per internetą:
http://www.fao.org/ORGANICAG/ofs/index_en.htm (žiūrėta 2008 04 05)
22. Lietuvos sveikatos informacijos centras. Prieiga per internetą:
<http://www.lsic.lt/> (žiūrėta 2008 04 20)
23. Ruževičius J. Kokybės vadybos modeliai ir jų taikymas organizacijų veiklos tobulinimui. Vilnius, 2006. P. 173-175.
24. Kerežienė R. Vartotojų požiūris į maisto produktų ženklinimą. Kauno Medicinos universitetas. 2008.

25. LR ūkio ministro įsakymas Nr. 170 „Dėl Lietuvos Respublikoje parduodamų daiktų (prekių) ženklavimo ir kainų nurodymo taisyklių“ (Žin., 2002, Nr. 50-1927; 2004, Nr. 76-2630).

26. LR žemės ūkio ministro įsakymas Nr. 3D-2 „Dėl ekologiškų žemės ūkio ir maisto produktų ženklavimo ir ekologiškų maisto produktų ženklo naudojimo tvarkos aprašo patvirtinimo“. 2009.

27. Europos komisijos žemės ūkio ir kaimo plėtros generalinio direktorato tinklalapis. Prieiga per internetą: http://ec.europa.eu/agriculture/organic/eu-policy/logo_lt (žiūrėta 2009 05 01)

28. Abaravičius A., Barzda A., Bartkevičiūtė R., Olechnovič M., Žebrauskas P. Lietuvos žmonių mitybos ir gyvenimo ypatumai // Sveikatos mokslai. 2002. Nr. 3. P. 5-8.

29. Eidukevičienė M., Bučienė A. Ekologiškų maisto produktų rinkos susidarymas vakarų Lietuvoje // Tiltai. 2005. Nr 2. P. 45-54.

30. Zemeckis R., Ribašauskienė E. Ekologinis žemės ūkis- ateities ūkio modelis. Lietuvos agrarinės ekonomikos institutas. Prieiga per internetą: http://eko.laei.lt/index.php?option=com_content&task=view&id=50&Itemid=38 (žiūrėta 2009 05 05)

31. Čiukienė A. Ekologiškų maisto produktų pirkimo ir vartojimo motyvai. Lietuvos žemės ūkio universitetas. Prieiga per internetą: http://www.lzuu.lt/jaunasis_mokslininkas/smk_2006/vadyba/Ciukiene%20Ausra.pdf (žiūrėta 2009 05 05)

32. Tolstošejeva I. Ekologinio ūkininkavimo plėtotė Lietuvoje. Lietuvos žemės ūkio universitetas. Prieiga per internetą: http://www.lzuu.lt/jaunasis_mokslininkas/smk_2007/ekonomika/Tolstosejeva_Inga.pdf (žiūrėta 2009 05 05)

33. Kriščiukaitienė I., Tamošaitienė A., Andrikienė S. Ekologinio ūkininkavimo perspektyvos // Rinkotyra. 2006. Nr. 2. P. 65-76. Prieiga per internetą: [http://eko.laei.lt/eko_fls/fao2006/Eko_ukiai%20\(Rinkotyra%202006_2\(32\).pdf](http://eko.laei.lt/eko_fls/fao2006/Eko_ukiai%20(Rinkotyra%202006_2(32).pdf) (žiūrėta 2009 05 05)

34. Maskoliūnaitė D. Ekologinio ūkininkavimo ypatumai Europoje ir Lietuvoje. Lietuvos agrarinės ekonomikos institutas // Mano ūkis. 2004. Nr. 5. Prieiga per internetą: http://www.manoukis.lt/print_forms/print_st_z.php?s=315&z=19 (žiūrėta 2009 05 05)

35. Kuizinienė Z. Ekologiškų produktų prieinamumo įvertinimas. Kaunas, 2008.

Prieiga per internetą:

http://sf.library.lt/marc/getobj.php?obj=LT-eLABa-0001:E.02~2008~D_20080613_152208-65965 (žiūrėta 2009 05 06)

36. Lietuvos sveikata tinklalapis. Prieiga per internetą:

http://www.lsveikata.lt/index.php?page_id=278&s=2809 (žiūrėta 2009 05 06)

37. LR žemės ūkio ministro įsakymas Nr. 3D-125 „Dėl ekologinio žemės ūkio plėtotės rėmimo 2003 m. taisyklių“.

38. LR žemės ūkio ir kaimo plėtros įstatymas Nr. IX-987 (Žin., 2002, Nr. 72-3009).

39. Stukas R. Ekologiškas maistas ir jo reikšmė sveikatai// Slauga. Mokslas ir praktika. Nr. 3. 2007.

40. Schmid O., Dabbert S., Eichert C., Gonzalvez V., Lampkin N., etc. Organic Action Plans: Development, implementation and evaluation. A resource manual for the organic food and farming sector. Research Institute of Organic Agriculture. Nr. CT-2005-006591.

41. Zhang F., Qiao Y., Zhang F., Zhang W. A Perspective on Organic Agriculture in China- opportunities and challenges. 2007.

Prieiga per internetą: <http://orgprints.org/10388/> (žiūrėta 2009 05 12)

42. Report on the situation of manufacturers of ecological food products in 2005.

Prieiga per internetą: <http://www.aoel.org/en/index.html> (žiūrėta 2009 05 12)

43. Willer H., Youssefi- Menzler M., Sorensen N. The world of organic agriculture. Statistics & emerging trends 2008.

44. Žemės ūkio informacijos ir kaimo verslo centras. Žemės ūkio ir maisto produktų rinkos informacinė sistema.

Prieiga per internetą: <http://www.vic.lt/ris/index.php?id=25624&action=more> (žiūrėta 2009 05 13)

45. Chmieliauskaitė I., Bartkevičiūtė R., Stukas R., Barzda A., Kornyšova S. Lietuvos suaugusiųjų gyventojų nuomonės apie maisto produktų ženklumą tyrimas // Visuomenės sveikata. 2009. Nr. 1. P. 43-49.

46. Torjusen H., Sangstad L., O'Doherty Jensen K., Kjærnes U. European consumers' conceptions of organic food: a review of available research. Professional report. No. 4. 2004.

Prieiga per internetą: <http://orgprints.org/2490/01/haccrapport.pdf> (žiūrėta 2009 05 15)

47. Žemės ūkio informacijos ir kaimo verslo centras. Žemės ūkio ir maisto produktų rinkos informacinė sistema.

Prieiga per internetą: <http://www.vic.lt/ris/index.php?id=28030&action=more> (žiūrėta 2009 05 18)

48. Žemės ūkio informacijos ir kaimo verslo centras. Žemės ūkio ir maisto produktų rinkos informacinė sistema.

Prieiga per internetą: <http://www.vic.lt/ris/index.php?id=5381> (žiūrėta 2009 05 17)

49. Žemės ūkio informacijos ir kaimo verslo centras. Žemės ūkio ir maisto produktų rinkos informacinė sistema.

Prieiga per internetą: <http://www.vic.lt/ris/index.php?id=26361&action=more> (žiūrėta 2009 05 18)

50. Žemės ūkio informacijos ir kaimo verslo centras. Žemės ūkio ir maisto produktų rinkos informacinė sistema.

Prieiga per internetą: <http://www.vic.lt/ris/index.php?id=26698&action=more> (žiūrėta 2009 05 18)

8. PRIEDAI

Priedas Nr. 1.

„Ekologiškų maisto produktų vartojimo ir požiūrio į juos tyrimo anketa“

Šioje anketoje yra pateikti klausimai, kurių atsakymai yra labai svarbūs ir bus panaudoti mokslo tiriamajam darbui. Surinkta informacija bus skirta įvertinti esamą situaciją Vilniaus mieste, todėl prašome kuo tiksliau atsakyti į klausimus (tinkamą variantą pažymėkite). Anketa yra anoniminė, todėl nereikia nurodyti nei vardo, nei pavardės.

ANONIMIŠKUMAS IR KONFIDENCIALUMAS GARANTUOJAMAS

Dėkojame už dalyvavimą apklausoje

1. **Lytis:** vyras moteris
2. **Amžius:** metai
3. **Išsilavinimas:** pradinis pagrindinis vidurinis aukštesnysis aukštasis
 profesinis
4. **Gaunamos pajamos (per mėnesį):** < 500 lt 501-1000 lt 1001-1500 lt > 1501 lt
5. **Ekologiškas maisto produktas- tai maisto produktas, užaugintas nenaudojant pesticidų, hormonų, antibiotikų, kenksmingų cheminių medžiagų, genetiškai modifikuotų organizmų ir pažymėtas specialiu ženklu. Ar vartojate ekologiškus maisto produktus?**
 taip (jeigu ir retai vartojate) ne

Jei atsakėte ne, tai pereikite prie 9 klausimo

6. **Kokius ekologiškus maisto produktus perkate?**
 - vaisius, uogas, daržoves
 - arbatas
 - pieno produktus
 - aliejų
 - kiaušinius
 - mėsos produktus
 - saldumynus
 - duoną ir kitus kepinus
 - makaronus
 - prieskonius
 - kita (įrašykite)

7. Kaip dažnai vartojate ekologiškus maisto produktus?

- kiekvieną dieną
 2-3 kartus per savaitę
 kartą per savaitę
 kartą per mėnesį
 kita (įrašykite)

8. Kodėl vartojate ekologiškus maisto produktus? (galimi keli atsakymo variantai)

- saugesni sveikesni skanesni kita (įrašykite)

Eikite prie 10 klausimo

9. Kodėl nevartojate ekologiškų maisto produktų? (galimi keli atsakymo variantai)

- per brangu neskanu trumpesnis galiojimas nežinau, kurie yra ekologiški
 kita (įrašykite)

10. Kaip vertinate ekologiškus maisto produktus?

- labai gerai gerai patenkinamai blogai labai blogai

11. Ar pasigendate ekologiškų maisto produktų?

- taip (įrašykite kokių)
- ne

12. Ar žinote kaip atskirti ekologišką maisto produktą nuo neekologiško?

- iš išvaizdos
 iš kvapo
 iš skonio
 iš etiketės

13. Ar produktus su trumpiniu „Bio“ ar užrašais ant etiketės „Sveikas maistas“, „Tik iš natūralių ingredientų“ priskirtumėte prie ekologiškų maisto produktų?

- taip ne

14. Ar lengvai randate ekologiškų maisto produktų? taip ne neieškau

15. Kur perkate ekologiškus maisto produktus?

- prekybos centruose turguje mugėje kita (įrašykite)
- neperku

16. Ar prekybos centruose matote atskirai išskirtus lentynose ekologiškus maisto produktus? taip ne ne visuose

17. Ar būtina išskirti ekologiškus maisto produktus į atskiras lentynas?

- taip ne

18. Iš kur sužinojote apie ekologiškus maisto produktus?

- žiniasklaidoje televizijoje mokymo įstaigose parduotuvėse internete
 iš draugų, artimųjų kita (įrašykite)

19. Ar pakanka informacijos apie ekologiškus maisto produktus? taip ne

20. Kaip manote, ar reikėtų skatinti ekologiškų žemės ūkių plėtojimą Lietuvoje?
 taip ne

21. Ar pirktumėte daugiau ekologiškų maisto produktų, jeigu leistų galimybės?
 taip ne

Dėkojame už atsakymus!