

# Potrošniško dojemanje novosti: urbano kmetijstvo

Prejeto 31. 8. 2020 / Sprejeto 8. 9. 2020

Znanstveni prispevek

UDK 366.1:911.375:63

**KLJUČNE BESEDE:** novosti, trajnostno, izdelki, potrošniki, tržno urbano usmerjeno kmetijstvo

**POVZETEK** - Potrošnikovo dojemanje novosti je pomembno merilo uvajanja novih agroživilskih proizvodov, novih kmetijskih praks in tehnologij. Ena izmed inovativnih, trajnostnih in varnih novosti je urbano kmetijstvo, ki vključuje vrtičkarstvo, živinorejo, ribogojstvo, gozdno kmetijstvo in urbano čebelarstvo za pridelavo, obdelavo in distribucijo hrane v urbanih območjih. Dosedanje raziskave niso proučevale dojemanja tržno usmerjenega urbanega kmetijstva in varnosti živil, pridelanih v takšnem kmetijstvu. Zato je cilj študije ugotoviti odnos potrošnikov do tržno usmerjenega urbanega kmetijstva in varnosti živilskih proizvodov, pridelanih v tem sistemu, ter identificirati ideje ponovne rabe proizvodov urbanega kmetijstva. Izvedeni so bili poglobljeni intervjuji s 14 potrošniki iz večjih slovenskih mest. Rezultati kažejo, da so udeleženci pripravljeni sprejeti tržno usmerjeno urbano kmetijstvo na področju vrtnarstva in sadjarstva, manj pa na področju živinoreje. Udeleženci niso imeli prevladujočega pozitivnega odnosa do varnosti živil na slovenskem trgu na splošno, kar so pripisali slabemu sistemu nadzora nad pridelavo in prodajo živil. Cena in okus sta ključna elementa (ne)sprejemanja novih živil.

Received 31. 8. 2020 / Accepted 8. 9. 2020

Scientific article

UDC 366.1:911.375:63

**KEYWORDS:** novelty, sustainability, products, consumers, market-oriented agriculture

**ABSTRACT** - Consumer perception of innovation is an important criterion for the introduction of new food products, new agricultural practices and technologies. One of the innovative, sustainable and safe innovations is urban agriculture, which includes horticulture, animal husbandry, aquaculture, forestry and urban beekeeping for the production, processing and distribution of food in urban areas. Previous research has not examined the perception of market-oriented urban agriculture and the safety of food produced in such urban agriculture. Therefore, the aim of the study is to determine the attitude of consumers towards market-oriented urban agriculture and the safety of food products produced in this system, and to identify ideas about the possibilities of reusing urban agricultural products. In-depth interviews were conducted with 14 residents of larger Slovenian cities. The results show that the participants are ready to accept market-oriented urban agriculture in the field of horticulture and fruit growing, but least of all in livestock farming. However, the participants did not have a predominant positive attitude towards food safety on the Slovenian market in general, which they attributed to a poor system of control over the production and sale of food. Price and taste are the key elements of the (non-)acceptance of new foods.

## 1 Uvod

Danes so inovacije ključni koncept poslovanja podjetij, a je njihov uspeh odvisen od potrošnikovega dojemanja in sprejemanja novosti. Da podjetja ostanejo konkurenčna, morajo nenehno ustvarjati novosti na različnih ravneh poslovanja (Pauwels in sod., 2004). Kljub premislekom in številnim raziskavam večina novih izdelkov ne najde svojega mesta na trgu (Srinivasan in sod., 2009). Bartels in Reinders (2011, str. 602) trdita, da večina napak pri uvajanju inovacij izhaja iz nerazumevanja pričakovanj

potrošnikov, saj podjetja razumejo novosti predvsem s tržnega in manj s potrošniškega vidika. Zato je ključno poznati potrošnikovo zaznavanje novosti.

Raziskovanje sprejemanja in razširjanja inovacij v gospodarstvu je na splošno dobro razvito (npr. Rogers, 2003; Roehrich, 2004; Flight in sod., 2011), na področju dojemanja in sprejemanja novih izdelkov, praks in tehnologije v kmetijstvu pa študij primanjkuje (van Es in Woodard, 2017).

Po Lancasterjevi teoriji (1996) se potrošniki odločajo za nakup novega izdelka na podlagi svojih preferenc glede lastnosti izdelka. Izbiro torej določajo posebne kombinacije lastnosti izdelka. Raziskave potrošnikov in tržne raziskave omogočajo podjetju, da v času korektivnih ukrepov identificira pozitivne in manj pozitivne vidike izdelka, ki jih ovrednotijo potencialni potrošniki (Derbyshire in Giovannetti, 2017). Pri uvajanju novega izdelka je treba upoštevati obstoječe trende in usmeritve, vključno s splošnimi trendi, kot sta rast tržnih segmentov in razpoložljivi dohodek potrošnikov v teh segmentih, a tudi trende, povezane s konkurenčnimi izdelki, kot je rast tržnega deleža in z njim povezanih učinkov. Poleg teh »stalnih vidikov« uvajanja izdelkov je treba upoštevati tudi dejavnike potencialnih potrošnikov, ki jih dobimo z njihovimi povratnimi informacijami z individualnimi intervjuji v fokusnih skupinah ali anketiranjem ob upoštevanju dejavnikov, ki bi lahko omejevali uvajanje novosti. Nowotny (2016) je pred kratkim pokazal, da je sprejemanje novih izdelkov na trgu tudi družbeni proces. Novi proizvodi se pojavljajo v določenih obstoječih socialnoekonomskih in tehnoloških režimih, ne pa izolirano. Ti »režimi« so kombinacija tehnoloških priložnosti, primernih pogojev in kumulativnega tehničnega napredka in znanja, običajno povezanega z določenim nizom ključnih tehnologij, vzajemnimi družbenimi praksami in splošnim vedenjem potrošnikov.

Strokovnjaki so soglasni, da je potrošnikovo sprejemanje novosti pomembno merilo uvajanja novih agroživilskih proizvodov, novih kmetijskih praks in tehnologij (Lysak in sod., 2019). Vedno več potrošnikov je na eni strani odtujenih od pridelave hrane, na drugi strani pa narašča delež tistih, ki so ozaveščeni o škodljivih okoljskih in družbenih posledicah netrajnostnih sistemov globalne oskrbe hrane in imajo pozitiven odnos do trajnostnih in lokalnih načinov proizvodnje (Vermeir in Verbeke, 2006). Percepcija potrošnikov o varnosti hrane je bistven in ključni dejavnik njihovega odločanja o sprejemanju določenega živilskega izdelka (Henson in Traill, 1993; Liu in sod., 2014). Rezultati raziskav potrošnikov tudi kažejo, da so lokalna proizvodnja hrane, naravna proizvodnja, etični in okoljski vidiki pomembni vidiki pri nakupu novega živila (Grunert in sod., 2008), zato jih je treba upoštevati pri razvoju inovacij. Evropski potrošniki preferirajo nove agroživilske izdelke, povezane z živalmi, s poudarkom na trajnostnem vidiku (Busch in Spiller, 2018), kar vodi do bistveno večje pripravljenosti za plačilo dražjih živil (Bos in sod., 2018).

Inovativno in učinkovito orodje za doseganje ciljev zagotavljanja zadostne količine varne hrane in tudi širših družbenih učinkov, ki se navezujejo na participacijo oziroma sodelovanje državljanov v odločevalskem procesu, socialno vključevanje in trajnostni urbani razvoj, je v zadnjih letih postalo zelo popularno urbano ali mestno kmetijstvo, ki zajema pridelovanje/rejo, predelavo in distribucijo prehranskih in

neprehanskih dobrin (npr. izobraževanje, terapija) v urbanih območjih (mesta, vele-mesta ali metropole), pri čemer se v veliki meri uporablja in ponovno izrablja človeške in naravne vire, izdelke/pridelke in storitve, ki so neposredno na razpolago v urbanem območju oziroma v bližini (Vadnar in Alič, 2008; Kozina in sod., 2019). Urbano kmetijstvo vključuje vrtničkarstvo, živinorejo, ribogojstvo, gozdno kmetijstvo in urbano čebelarstvo (Poljak Istenič in Kumer, 2019, str. 10).

Urbano kmetijstvo ni nekaj novega, saj so že pred 3000 leti v polpuščavskih mestih Perzije namakali oaze s pomočjo akvaduktov in intenzivno pridelovali hrano, ki so jo gnojili z odpadki, zbranimi v skupnosti. Okrog leta 1400 so v Machu Picchu vodo ponovno uporabljali za zalivanje zelenjavnih vrtov na stopničastih delih mesta, ki so bili bolj obsijani s soncem, in tako podaljšali sezono rasti (Viljoen in sod., 2005). V zadnjih stoletjih se je urbano kmetijstvo pojavljalo predvsem med vojno in v času gospodarskih kriz, ko je prišlo do težav s preskrbo hrane. V Nemčiji so v začetku 19. stoletja uvedli mestne vrtove za zmanjšanje revščine in slabe preskrbe s hrano. Prva mestna kmetija je bila ustanovljena leta 1972 v Kentish Townu v Londonu in je temeljila na živinoreji in vrtnarstvu. Leta 2010 je bila v New Yorku odprta največja tržno usmerjena kmetija v svetovnem merilu, ki ji je leta 2012 sledila še večja (Patman, 2015). Trenutno je najhitreje rastoča niša v globalnem smislu hidroponsko vertikalno kmetovanje, npr. podtalne kmetije v Londonu in Parizu.

Urbano kmetijstvo ni ostanek preteklosti, niti ga niso s seboj prinesli priseljenci s podeželja. Urbano kmetijstvo odraža različne stopnje gospodarskega in družbenega razvoja ter družbenih interesov. Ponekod je gonilna sila družbeno gibanje, ki želi doseči večjo trajnost pridelave hrane in participacijo pri odločanju, drugje je v ospredju preskrba s hrano in ustvarjanje dohodka, torej je predvsem tržno usmerjeno. V obeh primerih je urbano kmetijstvo postalo sredstvo za povečevanje dostopa do lokalno pridelane hrane, pomembno vlogo pa ima tudi pri krepitvi prehranske varnosti, saj zmanjšuje potrebo po prevozu in uvažanju hrane. Ključne determinante urbanega kmetijstva so prostorska, ekonomska, sociološka in ekološka umeščenost v živo tkivo sodobnih mest, ki ga generirajo in utrujejo potrebe meščanov (Vadnar in Alič, 2008, str. 191).

Urbano kmetijstvo se v grobem loči na vrte in kmetije. V članku ne obravnavamo prevladujoče in najbolj poznane oblike urbanega kmetijstva, kot so ljubiteljski vrtovi, na katerih se pridelava le manjša količina hrane in imajo majhen gospodarski učinek. Naš predmet obravnave so urbane kmetije, ki razvijajo načrtne poslovne modele ponudbe lokalnih ali regionalnih kmetijskih proizvodov oziroma storitev, izkoriščajo bližino mest in urbanih trgov, možnosti prevoza itn. Urbane kmetije se delijo v dve veliki skupini. Nekatere kmetije se usmerjajo v pridelavo hrane in drugih kmetijskih proizvodov, druge pa ustvarjajo priložnosti za počitek, izobraževanje in terapevtske storitve (Poljak Istenič in Kumer, 2019, str. 10). V članku se osredotočamo na prvo obliko, torej tržno usmerjeno urbano kmetijstvo oziroma »lokalne kmetije za hrano«, ki zajemajo majhna območja mest, na katerih pridelujejo kmetijske pridelke in redijo majhne domače živali ter molznice za prodajo na lokalnem trgu ter vključujejo neposredno povezavo z mestnimi potrošniki (Vadnar in Alič, 2008; Poljak Istenič in

Kumer, 2019). Ker so za pridelavo hrane potrebni predvsem zemlja, voda in hranila (ter sonce), ki jih v mestu primanjkuje, se uporabljajo terase, strehe in degradirane površine, za zalivanje prečiščena deževnica in odpadne vode ter za hranila iztrebki. To pa vključuje tudi tveganja, saj je lahko zemlja onesnažena, odpadne vode lahko vsebujejo škodljive snovi, deževnica je lahko onesnažena z živalskimi iztrebki.

Na splošno lahko tržno usmerjeno urbano kmetijstvo prinese številne koristi, kot je izboljšanje trajnosti (Wakefield in sod., 2007) in dvig varnosti oskrbe s hrano (Dimitri in sod., 2016), ter prispeva k zdravim prehranskim navadam prebivalcev (Warren in sod., 2015). Urbano kmetijstvo pa lahko prinese tudi negativne učinke in povzroči negativne odzive ljudi (Brown in Jameton, 2000; Wortman in Lovell, 2013). Na primer, kmet, ki prideluje hrano v mestu, ima sosede, ki jih motijo umazanija in hrup ter vonji organskih gnojil ali se bojijo, da pesticidi oz. gnojila onesnažujejo zrak in vodo. Nedavna raziskava Wielemakerja in sodelavcev (2019) o uporabi gnojil pri urbanih kmetih na Nizozemskem je pokazala, da je uporaba gnojil za 450–600 % preseгла potrebe pridelka. FAO (2018) opozarja, da je tržno naravnano kmetijstvo povezano z visoko tehnologijo in zato drago ter posledično pretežno omejeno na bogato okolje.

Študije potrošniške percepcije urbanega kmetijstva so redke. Raziskava dojemanja urbanega kmetijstva devetnajstih potrošnikov iz Phoenixa (ZDA) je pokazala 333 različnih asociacij o urbanem kmetijstvu. Udeleženci so agrarno kmetijstvo povezali z različnimi vsebinami, kot so »ekološko«, »lokalno«, »skupnost«, »družina«, »kmetijstvo« in »trajnost«. Ključne teme so bile »sveže«, »lokalno« in »zeleno«. Identificirali pa so tudi negativne povezave, ko so »drago«, »možne bolezni« in »onesnaževanje«, ki pa jih je bilo neprimerno manj od pozitivnih asociacij (Grebitus in sod., 2020).

Do zdaj še ni bilo izvedene študije, ki bi proučevala odnos potrošnikov do tržno usmerjenega urbanega kmetijstva in varne hrane, pridelane v tem sistemu. Da bi napovedali, ali bo tržno usmerjeno urbano kmetovanje uspešna novost, je pomembno razumeti zaznavanje potrošnikov (van Es in Woodard, 2017). Zato je cilj te študije raziskati, kako potrošniki dojemajo tržno usmerjeno urbano kmetovanje in kaj jih skrbi glede pridelkov tržno usmerjenega urbanega kmetijstva.

## 2 Metoda

Uporabili smo deskriptivno kvalitativno metodo. Ker je percepcija novosti zapleten pojav razumevanja potrošnikovega dojetanja (Henson in Traill, 1993), je tehnika zbiranja podatkov, ki temelji na kvalitativnem pristopu, kot so intervjuji in fokusne skupine, uporabna, saj omogoča zbiranje informacij o zaznavah, stališčih in vrednotah posameznikov (Rubin in Rubin, 2005). Uporabili smo poglobljene intervjuje, da smo pridobili podatke o dojetanju tržno usmerjenega urbanega kmetijstva in odnosu do varnosti hrane, pridelane v takšnem sistemu.

Udeleženci so bili prebivalci večjih slovenskih mest (14): Ljubljana (7), Maribor (3), Celje (2), Kranj (1) in Koper (1). Za izbor udeležencev smo uporabili tehniko

snežne kepe, pri čemer smo upoštevali demografske značilnosti udeležencev (spol, starost, stopnjo izobrazbe in socioekonomski položaj).

Tematska vprašanja so se navezovala na naslednje sklope: 1) dojetanje tržno usmerjenega urbanega kmetijstva in pripravljenost za nakup hrane, pridelane v tem sistemu, 2) skrb za varnost hrane na splošno, 2) skrb glede varnosti hrane, pridelane v tem sistemu, 3) možnosti dodatne uporabe pridelkov tržno usmerjenega urbanega kmetijstva in 4) ovire za razvoj tržno usmerjenega urbanega kmetijstva.

Intervjuji so potekali v letih 2019 in 2020 v prostorih, ki so jih intervjuvanci sami izbrali. Vsak pogovor je trajal okrog 60 minut. Intervjuji so bili posneti in izjave intervjuvancev prepisane. Podatki so bili analizirani s tematsko analizo, ki je najpogostejša analiza za kvalitativne podatke in se uporablja za iskanje skupnih vzorcev v zbirki podatkov (Rubin in Rubin, 2005). Proces kodiranja je bil izveden za iskanje ključnih tem. Vzročni vzorci in odnosi med njimi in znotraj njih so bili določeni, da bi razkrili podobnosti, razlike in nasprotja. Oblikovali smo skladno naracijo, ki vključuje citate iz analiziranega prepisa.

### 3 Rezultati

#### 3.1 Stališča do tržno usmerjenega urbanega kmetijstva in pripravljenost za nakup hrane

Da intervjuvanci ne bi zamenjali tržno usmerjeno urbano kmetijstvo s prostočasnim ali ljubiteljskim urbanim vrtnarjenjem, jim je bilo najprej predstavljeno tržno usmerjeno urbano kmetovanje. Po predstavitvi je večina intervjuvancev načelno izrazila pozitivno stališče do tržno usmerjenega kmetijstva in bi tudi kupila pridelke urbane kmetije. Mira iz Ljubljane je izjavila, da pozna kmeta, ki se preživlja z vrtnarjenjem v Ljubljani, in občasno pri njem kupuje zelenjavo, pri tem je kot pozitivno v ospredje postavila lokalno pridelano zelenjavo, ki je sveža, a dražja:

*»Ja, poznam. V Klečah je kmetija, ki se ukvarja s pridelavo in prodajo zelenjave. Zelo dobra je, sveža. Dopoldne dobiš tisto, kar zjutraj natrgajo. Fižol sem kupila nazadnje pri njih. Imam svoj vrt, zato samo včasih kupim, ko nimam kaj pametnega na vrtu. Dobro je, da lahko pri njih na kmetiji kupiš. Zelenjava ostane tako rekoč doma. To je lokalna hrana in zato boljša. Imajo tudi nekaj od drugih kmetov. In mislim, da jim dobro gre in vse prodajo [...]. Pogosto proti večeru že večinoma zmanjka. Mislim, da tudi prodajajo na tržnici. Res pa je, da je precej dražje kot v trgovini.«*

Večina intervjuvancev je izpostavila pozitivno stališče samo do pridelave sadja in zelenjave, ne pa reje živali, saj po njihovem mnenju zaradi smradu in hrupa reja živali ne spada v mesto. »Ne predstavljam si gojiti prašiče sredi mesta [...]. Že zdaj na vasi intenzivna reja noro smrdi in jo komaj prenašam, ko grem k tašči [...]. Sploh prašiči in krave [...]. Nikakor to ni za mesto,« je dejala Marijana iz Maribora. »Ti ne moreš kravi zapovedati, naj zjutraj ne muka, da ne zbudi sosedov,« je izpostavil Tomaž iz Ljubljane.

Pozitivno stališče treh intervjuvancev do vzreje živali v mestu je vključevalo le rejo rib in perutnine, ki naj bi zahtevala manj prostora in imela manj vpliva na okolje, kot je dejala Sonja iz Maribora: »Načeloma sem za vzrejo živali tudi v mestu, ampak samo malih živali [...]. Tistih, ki ne rabijo prostora in ne vplivajo na okolico. Me razumete, kaj hočem reči?«

### 3.2 Varnost hrane na splošno

Več kot polovica intervjuvancev je izrazila zaskrbljenost glede varnosti živilskih izdelkov v Sloveniji na splošno, ker ne zaupajo političnemu in gospodarskemu sistemu. Izkazali so nezaupanje glede varnosti hrane, saj ne zaupajo živilski in drugi industriji, vladi in družbenim oblastem, ki bi morali urejati in nadzorovati varnost hrane in ostale ravni družbenega življenja. Te oblasti so po njihovem mnenju skorumpirane in klientelistične. Značilna izjava je bila izjava Petra iz Kopra:

*»Ne verjamem, da je večina živil na tržnici dejansko varna [...]. Vsi vemo, da je mogoče certifikate enostavno kupiti. Poznamo tisto zgodbo, ko so trgovci z EKO hrano kupovali na veliko blizu Trsta zelenjavo in sadje iz Južne Amerike, nato pa prodali z znakom EKO v Sloveniji po zelo visoki ceni in dobili vse papirje, potrebne za to. Zato je najbolje kupiti neposredno pri kmetu.«*

### 3.3 Varnost hrane, pridelane v tržno usmerjenem urbanem kmetijstvu

Večina intervjuvancev je trdila, da ni velikega tveganja za varnost živil, pridelanih na urbani kmetiji. Štirje intervjuvanci so izrazili veliko zaskrbljenost zaradi onesnaževanja. Na primer Milena iz Ljubljane je argumentirala svojo skrb s prekomerno rabo pesticidov kmetov in vrtičkarjev v mestih:

*»Tle mali kmetje enako kot vrtičkarji v mestih uporabljajo preveč pesticidov in naredijo več škode kot dobrega. Zato je zemlja bolj onesnažena, čeprav večina misli, da je zelenjava ekološka ali vsaj bolj zdrava kot tista, ki jo kupijo v navadni trgovini. Ti mali kar tako na slepo gnojijo ali škropijo [...], sploh ne tehtajo. To je velika past za potrošnike.«*

Dva sogovornika sta tudi izrazila zaskrbljenost, da onesnaženost v mestu vpliva na pridelavo sadja in zelenjave ter medu. Mojca iz Ljubljane je dejala: »Ne vem, kako lahko prodajajo kakovosten med iz mesta, ko pa je zrak in s tem vse [...] rože, sadje, zelenjava [...] onesnaženo [...], ne more biti med čist, če nič ni čisto.« »Kmetijske dejavnosti na onesnaženih zemljiščih, ki imajo v sebi svinec ali kaj drugega, predstavljajo veliko tveganje za zdravje ljudi. Ta tveganja so povezana tudi z uživanjem hrane, ki je bila gojena v takšni zemlji,« je dodala Darja iz Celja. Torej, potrošnike skrbi tudi zelenjava, ki je pridelana v onesnaženi zemlji.

Eno udeleženko je skrbelo uporaba odpadnih voda za namakanje v mestih, ki lahko olajša širjenje bolezni, ki se prenašajo med ljudmi. Katja iz Ljubljane: »Malo me skrbi, kaj bi se zgodilo z množičnim urbanim kmetovanjem. Odpadna voda bi potem pospešila razvoj bolezni [...]. Ne vem, [...] samo na glas razmišljam [...].«

Nekateri so poudarili, da jih skrbi okus zelenjave, pridelane v takšnem sistemu. Ta mora biti boljša od kupljene v supermarketu. Mare iz Maribora:



»Če nekdo pridelava zelenjavo na taki kmetiji, mora biti predvsem dobrega okusa. V bistvu bi moral probati zelenjavo in potem si ustvariti vtis glede okusa, šele nato bi lahko trdil, ali je to OK ali ne. [...] Mi imamo nekaj svoje zelenjave, nekaj dobimo doma od staršev in sorodnikov, nekaj pa tudi kupimo od kmeta, ki ga osebno pozna žena in ve, kako dela [...] kumarice za vlaganje, jabolka [...] na veliko. Je v glavnem dobrega okusa. No, [...] pozimi pa seveda tudi kupimo kivije pa pomaranče in drugo sadje v trgovini.«

Nekaj udeležencev je tudi dejalo, da imajo pomanjkljivo znanje o tem, da bi lahko v celoti ocenili varnost in potencialen nakup živil, pridelanih v urbanem kmetijstvu.

### 3.4 Možnosti dodatne uporabe pridelkov

Ker je takšno kmetijstvo razmeroma drago, so intervjuvanci prevladujoče kot dodatno možnost predlagali prodajo komposta v obliki gnojila, pa tudi v obliki briketov za gnojenje zelenjave in cvetja v mestih. »Tak kompost je lahko uporaben za gnojenje za zelo različne namene, kot je zelenjava v visokih koritih in rože na oknih in drugače,« je dejala Alenka iz Celja.

Poleg trajnostne rabe, ki so jo omenili vsi intervjuvanci, so nekateri posebej poudarili, da bi bila takšna praksa najbolj koristna za kmete v smislu povečanja dohodka. Tipična je bila izjava Marjane iz Maribora: »Dodatno uporaba v obliki kompostnega gnojila bi bila koristna za kmete [...]. Tak dodaten dohodek bi jim prav prišel.«

### 3.5 Ovire pri uspešni uvedbi tržno usmerjenega urbanega kmetijstva

Nekateri intervjuvanci so posebej izpostavili ovire za uspešno uvedbo tržno usmerjenega urbanega kmetijstva. Večina je izpostavila problem omejene zemlje, ki je draga. »Ne predstavljam si velike kmetije v mestu, ker je enostavno zemlja predraga in jo je premalo. Včasih je to veljalo samo za Ljubljano in primorska mesta, zdaj pa za večino slovenskih mest,« je dejala Milena iz Ljubljane.

Poudarili so, da je cena ključen problem, saj potrošniki niso pripravljeni plačati višjih cen, ker ne cenijo kakovosti. »Slovenski potrošniki niso pripravljeni za višjo kakovost plačati njegovo dejansko vrednost, ker je na trgu preveč poceni hrane. Čeprav je ta slabše kakovosti, potrošniki zaradi cene niso pripravljeni plačati več,« je dodala Milena iz Ljubljane.

Več kot polovica udeležencev se je tudi strinjala, da se večina slovenskih potrošnikov ne zaveda kakovosti takšnih izdelkov in zato ne ceni njihove kakovosti in za takšne izdelke ni pripravljena plačati več. Slovensko televizijo so na splošno opredelili kot ključnega krivca, ki ne more predstaviti dobre zgodbe slovenskih kmetij na način, ki bi bil privlačen večini slovenskih potrošnikov in bi ozaveščal o kakovostnih živilskih izdelkih, kot to počne televizija sosednjih držav. Katja iz Ljubljane je trdila:

»Rada gledam oddaje na avstrijski, italijanski, francoski televiziji. Tam imajo veliko takih oddaj o kakovostni regionalni hrani, naredijo dober in gledljiv program, v katerem pokažejo, kje in kako pridelajo hrano, ter ustvarijo odlično kuharsko zgodbo. Povezujejo živinorejo in lokalni turizem. V Sloveniji je najpomembnejša cena, ne glede na to, od kod prihaja hrana in kako je pridelana. Mislim, da je treba potrošnike

*izobraževati na sodoben način. Vendar je naša televizijska produkcija tako slaba, da je ne morete gledati.»*

## 4 Razprava

Rezultati kažejo, da so intervjuvanci pripravljene sprejeti novost, kot je tržno usmerjeno urbano kmetovanje. Večina udeležencev je imela pozitivno stališče do pridelave sadja in zelenjave, ne pa do živinoreje, ker bi ta povzročala smrad in hrup. Pozitivno stališče je temeljilo na pridelavi sadja in zelenjave, ki naj bi bila bolj trajnostna in lokalna s svežimi pridelki. Trajnost je tudi ključni element sprejemanja novih agroživilskih izdelkov, procesov in tehnologij v Evropi (Bos in sod., 2018; Busch in Spiller, 2018). Rezultati so skladni z ugotovitvami Grebitusa in sodelavcev (2020), ki so ugotovili, da je večina asociacij glede urbanega kmetijstva pozitivnih in vezanih na »sveže«, »lokalno« in »zeleno«. Identificirali pa so tudi negativne povezave, kot so »drago«, »možne bolezni« in »onesnaževanje«.

Udeleženci pa niso imeli prevladujočega pozitivnega odnosa do varnosti živil na slovenskem trgu, kar so pripisali slabemu sistemu nadzora. Te rezultate lahko vsaj delno razložimo z nezaupanjem v družbene institucije na splošno ter v politični in gospodarski sistem. Namreč, v primerjavi s potrošniki drugih držav ima večina prebivalcev balkanskih in sredozemskih držav šibko zaupanje v nacionalne in mednarodne institucije (GESIS, 2019). Sociološke in antropološke raziskave kažejo, da ima večina Slovencev šibko zaupanje v družbene institucije, kot so politične, državne, zdravstvene, bančne, pravosodne in medijske organizacije (Valicon, 2019). Večina Slovencev (87 %) namreč ne zaupa političnemu in gospodarskemu sistemu ter družbenim oblastem in jih dojema kot nelegitimne, saj verjame, da jim ne dovolijo sodelovati pri pomembnih odločitvah o njihovem življenju (Godina, 2016; Klopčič in sod., 2020).

Večina udeležencev ni zaskrbljena zaradi varnosti živil, pridelanih na urbani kmetiji, nekaj skrbi glede varnosti hrane povzroča možna onesnaženost pridelkov zaradi pridelave v onesnaženem okolju (onesnažena zemlja in voda) in prekomerne uporabe pesticidov (nepravilna uporaba pesticidov).

Ključna ovira pri uspešni uvedbi tržno usmerjenega urbanega kmetijstva je po mnenju udeležencev omejena zemlja, ki je draga. Potrošniki vidijo omejitve pri nakupu pridelkov urbane kmetije v ceni pridelkov, saj po njihovem mnenju večina slovenskih potrošnikov ni pripravljena plačati hrane po višjih cenah, četudi je kakovostna. Pri sprejemanju pridelkov sta posebej pomembna cena in okus. To je v skladu z drugimi raziskavami, ki kažejo, da sta bila cena in okus najpomembnejša dejavnika izbire hrane v Sloveniji (Klopčič in sod., 2020), za razliko od potrošnikov v razvitejših državah, katerih ključni argumenti pri nakupu hrane so lokalna pridelava, čim bolj naravna produkcija, etični in okoljski problemi (Grunert in sod., 2008).

Ker je takšno kmetovanje razmeroma drago, bi lahko kmetije dodatno prodajali kompost tudi v obliki briketov za urbano ljubiteljsko vrtnarjenje.



Študija je pokazala uporabnost raziskovanja mnenj potrošnikov pri uvajanju novosti na področju urbanega kmetovanja. Rezultati kažejo, da slovenski potrošniki v ospredje postavljajo trajnostno naravnost urbanega kmetovanja, pri nakupu sta jim pomembna cena in okus zelenjave in sadja, pridelanega na urbani kmetiji. Rezultati kažejo, da bi morala slovenska država veliko več pozornosti nameniti zaupanju javnosti do ključnih družbenih institucij. Rezultati niso uporabni samo za posamezne urbane pridelovalce, ampak tudi za kmetijsko ministrstvo in mestne oblasti, ki načrtujejo različne spodbude za urbano kmetovanje.

Ključna omejitev raziskave je majhen vzorec, ki ne dovoljuje, da bi rezultate posploševali na celotno populacijo slovenskih potrošnikov, razkrivajo, kako razmišlja oziroma sprejema novosti le določen vzorec prebivalstva.

*Karmen Erjavec, PhD*

## **Consumers' Perception of Novelty: Urban Agriculture**

*The results show that the interviewees are ready to accept a novelty, such as market-oriented urban farming. Most of the participants had a positive attitude towards the production of fruit and vegetables, but not towards livestock farming in the city, as this would create stench and noise. The positive attitude is based on the production of fruit and vegetables, which is sustainable and the crops are local and fresh. The positive attitude is therefore based primarily on sustainability, which is in line with prevailing European trends (Bos et al., 2018; Busch and Spiller, 2018).*

*Research on the acceptance and dissemination of innovation is well developed (e.g. Rogers, 2003; Roehrich, 2004; Flight et al., 2011), but there is a lack of studies in the field of consumer innovation in agri-food. According to Bartels and Reinders (2011, p. 602), most mistakes in introducing innovations stem from a misunderstanding of consumer expectations, as companies understand innovation primarily from a market and less from a consumer perspective. Therefore, it is crucial to know the consumer's perception of novelty.*

*According to Lancaster's theory (1996), consumers make decisions based on their preferences regarding product characteristics. The choice is therefore determined by specific combinations of product properties. Consumer research and market research allow a company to identify the positive and less positive aspects of a product that are evaluated by potential consumers during corrective action (Derbyshire and Giovannetti, 2017).*

*Experts agree that consumer acceptance of innovation is an important measure of the introduction of new food products, new agricultural practices and technologies (Lysak et al., 2019). On the one hand, more and more consumers are being alienated from food production, and, on the other hand, there is a growing share of those who are aware of the harmful environmental and social consequences of unsustainable*

global food supply systems and have a positive attitude towards sustainable production methods (Vermeir and Verbeke, 2006). Consumer perceptions of food safety are an essential and key factor in consumer decision-making about accepting a particular food product (Henson and Traill, 1993; Liu et al., 2014). The results of consumer research also show that local food production, natural production, ethical and environmental aspects are important factors when buying food (Grunert et al., 2008) and should be taken into account when developing innovations. European consumers prefer new food products related to sustainability and animals that move freely (Busch and Spiller, 2018).

An innovative and effective tool for ensuring a sufficient amount of food safety and wider social effects related to the participation or co-operation of citizens in the decision-making process, social inclusion, and sustainable urban development is urban or city agriculture (Kozina et al., 2019). Urban agriculture covers the production, processing and distribution of food in urban areas. It includes agriculture, horticulture, animal husbandry, aquaculture, forestry and urban beekeeping (Poljak Istenič and Kumer, 2019, p. 10).

Urban agriculture is divided into urban gardening and urban farming. In the article I am not interested in the predominant form of urban agriculture, i.e. gardens where only a small amount of food is produced and has a small economic effect, but in urban farms that develop planned business models of local or regional agricultural products or services which take advantage of the proximity to cities and urban markets, transport options, etc. Farms can also be divided into two groups. Some farms focus on the production of food and other agricultural products, while others create opportunities for rest, education and therapeutic services (Poljak Istenič and Kumer, 2019, p. 10). The article focuses on the first form, i.e. on market-oriented urban agriculture or "local food farms", which include small areas in the cities for the production of agricultural products, the breeding of small domestic animals, and the production of dairy products for sale in the local market, and include a direct link with urban consumers (Vadnal and Alič, 2008; Poljak Istenič and Kumer, 2019). As the food, soil and water which are needed for food production, are in short supply in the city, terraces, roofs and degraded areas are used, treated rainwater and wastewater are used for irrigation, and excrement is used as nutrients. This entails risks, as the soil can be polluted, the wastewater can contain harmful substances, and the rainwater can be contaminated with animal excrement.

Urban agriculture reflects different levels of economic and social development. In some places, the social movement of sustainable communities is at the forefront, while, in other places, food supply and income generation are at the forefront, making it market-oriented. In both cases, urban agriculture has become a means of increasing access to locally grown food, and it also plays an important role in strengthening food security by reducing the need to transport and import food. The key determinants of urban agriculture are the spatial, economic, sociological and ecological locations in the living tissue of modern cities, which is generated and consolidated by the needs of citizens (Vadnal and Alič, 2008, p. 191).

*In general, urban agriculture can bring many benefits, such as improving sustainability (Wakefield et al., 2007), which in turn contributes to food security (Dimitri et al., 2016) and to healthy eating patterns of the population (Warren et al., 2015). However, urban agriculture can also cause negative effects (Brown and Jameton, 2000; Wortman and Lovell, 2013). For example, a farmer who grows food in the city may encounter neighbors who are bothered by the dirt and noise from machinery, the smell of organic fertilizers, or who are afraid that pesticides or fertilizers pollute the air and water. A recent study by Wielemaker and colleagues (2019) on the use of fertilizers by urban farmers in the Netherlands showed that fertilizers exceed 450–600% of crop needs.*

*To date, no study has been conducted to examine consumers' attitudes towards market-oriented urban agriculture and the safe food produced in this way. To predict whether market-oriented urban farming will succeed, it is important to understand consumer perception. Therefore, the aim of this research is to investigate how consumers perceive market-oriented urban farming and what safety concerns they have about the products of market-oriented urban agriculture.*

*Because the perception of novelty is a very complex phenomenon that requires an understanding of consumer perception (Henson and Traill, 1993), a technique based on qualitative data, such as in-depth interviews, is useful for collecting data, as it allows collecting information about perceptions, attitudes and values of a group of participants. It is particularly suitable for addressing cultural characteristics and contributing to the creation of a new idea (Rubin and Rubin, 2005). I used in-depth interviews to obtain data on attitudes towards market-oriented urban agriculture and the safety of food produced in such a system.*

*The participants were residents of major Slovenian cities (14): Ljubljana (7), Maribor (3), Celje (2), Kranj (1), Koper (1). I used the snowball technique to select participants, taking into account their demographic characteristics (gender, age and level of education). The thematic issues included the following topics: 1) views on market-oriented urban agriculture, 2) concern for food safety in general, 2) concern for the safety of food produced in this system, 3) the possibility of additional use of market-oriented urban agriculture, and 4) barriers to market-oriented urban agriculture.*

*Each conversation lasted about 60 minutes. Interviews were recorded and the statements of participants transcribed. Data was analyzed using thematic analysis, which is the most common analysis for qualitative data and is used to find common patterns in a database (Rubin and Rubin, 2005). The coding process was performed to find the key topics. Causal patterns and relationships between and within them were determined to reveal similarities, differences, and contradictions. I created a coherent narrative that includes quotes from the analyzed transcript.*

*The results show that the interviewees are ready to accept a novelty, such as market-oriented urban farming. Most of the participants had a positive attitude towards the production of fruit and vegetables, but not towards livestock farming in the city, as this would create stench and noise. The positive attitude is based on the production of fruit and vegetables, which is sustainable and the crops are local and fresh. The*

positive attitude is therefore based primarily on sustainability, which is in line with prevailing European trends (Bos et al., 2018; Busch and Spiller, 2018).

The results are consistent with the findings of Grebitus et al. (2020), who found that most associations regarding urban agriculture are positive and tied to “fresh”, “local” and “green”. However, they also identified negative links, e.g. “expensive”, “potential diseases” and “pollution”.

However, the participants did not have a predominant positive attitude towards food safety on the Slovenian market, which they attributed to a poor control system. These results can be explained, at least in part, by the distrust of social institutions in general and of the political and economic system. Namely, compared to consumers in other countries, the majority of the population of the Balkan and Mediterranean countries has weak trust in national and international institutions (GESIS, 2019). Sociological and anthropological research shows that most Slovenes have weak trust in social institutions, such as political, state, health, banking, judicial and media organizations (Valicon, 2019). Namely, the majority of Slovenes (87%) do not trust the political and economic system and social authorities, and perceive them as illegitimate, believing that they are not allowed to participate in important decisions about their lives (Godina, 2016; Klopčič et al., 2020).

Most participants were concerned about the pollution of crops due to production in a polluted environment and the pollution that can be caused by urban agriculture through the excessive use of pesticides.

A key obstacle to the successful introduction of market-oriented urban agriculture is the problem of limited land, which is expensive, and the price of food, as consumers are unwilling to pay higher prices. Participants highlighted price and taste as the key elements in the (non-) acceptance of the introduction of food products provided by market-oriented urban agriculture. This is in line with other research showing that price and taste were the most important factors affecting food choice in Slovenia (Klopčič et al., 2020), in contrast to consumers in more developed countries, whose key arguments are that local production, as natural production as possible, ethical and environmental issues are important aspects of food purchase (Grunert et al., 2008).

The study showed the usefulness of consumer opinion research in introducing innovations. The results show that Slovenian consumers prioritize a sustainable attitude, and the price and taste of vegetables and fruits. The results show that the Slovenian state should pay much more attention to public confidence in the key social institutions.

The key limitation of the research is a small sample, which does not allow generalizing the results to the entire population of Slovenian consumers, but nevertheless reveals a certain thought pattern.

## LITERATURA

1. Bartels, J. and Reinders, M. J. (2011). Consumer innovativeness and its correlates: A propositional inventory for future research. *Journal of Business Research*, 64, št. 6, str. 601–609.

2. Brown, K. H. and Jameton, A. L. (2000). Public health implications of urban agriculture. *Journal of Public Health Policy*, 21, št. 1, str. 20–39.
3. Busch, G. and Spiller, A. (2018). Consumer acceptance of livestock farming around the globe. *Animal Frontiers*, 8, št. 1, str. 1–3.
4. Derbyshire, J. and Giovannetti, E. (2017). Understanding the failure to understand new product development failures: Mitigating the uncertainty associated with innovating new products by combining scenario planning and forecasting. *Technological Forecasting and Social Change*, 125, št. 3, str. 334–344.
5. Dimitri, C., Oberholtzer, L. and Pressman, A. (2016). Urban agriculture: connecting producers with consumers. *British Food Journal*, 118, št. 4, str. 603–617.
6. Flight, R., Allaway, A. W., Kim, W. M. and S'Souza, G. (2011.) A study of perceived innovation characteristics across cultures and stages of diffusion. *Journal of Marketing Theory and Practice*, 519, št. 1, str. 109–125.
7. Galama, P. J., Bokma, S., van Dooren, H. J., Ouweltjes, W., Smith, M. and Driehuis, F. (2011). Prospects for bedded pack barns for dairy cattle. Lelystad: Wageningen UR Livestock Research.
8. GESIS (2019). Trust in National and International Institutions. Pridobljeno s svetovnega spleta: <https://www.gesis.org/eurobarometer-data-service/search-data-access/eb-trends-trend-files/list-of-trends/trust-in-institutions>. Accessed 2 February 2020.
9. Godina, V. (2016). *Zablode postsocializma*. Ljubljana: Beletrina.
10. Grebitus, C., Chenarides, L., Muenich, R. and Mahalov, A. (2020). Consumers' perception of urban farming- an exploratory study. *Frontiers in Sustainable Food Systems*, 4, str. 79–92.
11. Grunert, K. G., Jensen, B., Sonne, A., Brunso, K., Byrne, D., Clausen, C., Friis, A., Holm, L., Hyldig, G. and Kristensen, N. (2008). User-oriented innovation in the food sector: Relevant streams of research and an agenda for future work. *Trends in Food Science & Technology* 19, št. 11, str. 590–602, doi:10.1016/j.tifs.2008.03.008
12. Henson, S. and Traill, B. (1993). Consumer perceptions of food safety and their impact on food choice. V: Birch, G.G. and Campbell - Platt, G. (ur.). *Food safety – The challenge ahead*. Andover: Intercep, str. 39–55.
13. Klopčič, M., Slokan, P. and Erjavec, K. (2020) Consumer preference for nutrition and health claims: A multi-methodological approach. *Food Quality and Preferences*, 82, doi: 10.1016/j.foodqual.2019.103863
14. Kozina, J., Šmid Hribar, M., Poljak Istenič, S., Tiran, J. and Halilovič, N. (2019). Družbeni učinki urbanega kmetijstva. Ljubljana: Založba ZRC.
15. Lancaster, K. (1996). A New Approach to Consumer Theory. *The Journal of Political Economy*, 513, št. 74, str. 132–157.
16. Liu, R., Pieniak, Z. and Verbeke, W. (2014). Food-related hazards in China: Consumers' perceptions of risk and trust in information sources. *Food Control*, 46, str. 291–298.
17. Lysak, M., Ritz, C. and Bugge Henriksen, C. (2019). Assessing Consumer Acceptance and Willingness to Pay for Novel Value-Added Products. *Sustainability*, 11, št. 3135, doi:10.3390/su1111313
18. Nowotny, H. (2016). *The Cunning of Uncertainty*. Cambridge: Polity Press.
19. Pauwels, K., Silva - Risso, J., Srinivasan, S. and Hanssens, D. M. (2004). New products, sales promotions, and firm value: The case of the automobile industry. *Journal of marketing*, 68, št. 4, str. 142–156.
20. Patman, S. (2015). A New Direction in Garden History. *Garden History*, 43, št. 2, str. 273–283.
21. Poljak Istenič, S. and Kumer, P. (2019). Participativno urbano kmetijstvo kot orodje za doseganje širših družbenih učinkov. V: Szalók M., Bende, Cs., Kozina, J. and Tiran, J. (ur.). *Participativno urbano kmetijstvo kot orodje socialnega vključevanja v Podonavju*. Székesfehérvár: Central Transdanubian Regional Innovation Agency, str. 10–12.
22. Rogers, E. (2003). *The Diffusion of Innovations*. New York: The Free Press.
23. Roehrich, G. (2004). Consumer innovativeness concept and measurement. *Journal of Business Research*, 57, št. 4, str. 671–677.

24. Rubin, H. J. and Rubin, I. S. (2005). *Qualitative Interviewing*. New York: Thousand Oaks.
25. Srinivasan, S., Pauwels, K., Silva - Risso, J. and Hanssens, D. M. (2009). Product innovations, advertising, and stock returns. *Journal of Marketing*, 73, št. 1, str. 24–43.
26. Van Es, H. and Woodard, J. (2017). Innovation in Agriculture and Food System in the Digital Age. V: Dutta, S., Lanvin, B., Wunsch - Vincent, S. (Eds.). *The Global Innovation index 2017*. Fontainebleau, Ženeva: Cornell Universty, INSEAD, WIPO, str. 97–104.
27. Vadnal, K. and Alič, V. (2008). Mestno kmetijstvo – oblike in izkušnje. *Acta agriculturae Slovenica*, 91, št. 1, str. 191–212.
28. Valicon (2019). Valicon Ogledalo Slovenije 2014–2018. Pridobljeno dne 22. 7. 2020 s svetovnega spleta: <https://skupnostobcin.si/wp-content/uploads/2018/04/raziskava-valicon-ogledalo-slovenije-2018.pdf>.
29. Vermeir, V. and Verbeke, W. (2006). Sustainable Food Consumption: Exploring the Consumer »Attitude – Behavioral Intention« Gap. *Journal of Agricultural and Environmental Ethics*, 19, št. 2, str. 169–193.
30. Viljoen, A., Bohn, K. and Howe, J. (2005). *Continuous productive urban landscapes: designing urban agriculture for sustainable cities*. Oxford: Architectural Press.
31. Wakefield, S., Yeudall, F., Taron, C., Reynolds, J. and Skinner, A. (2007). Growing urban health: community gardening in South-East Toronto. *Health Promotion International*, 22, št. 2, str. 92–101.
32. Warren, E., Hawkesworth, S. and Knai, C. (2015). Investigating the association between urban agriculture and food security, dietary diversity, and nutritional status: a systematic literature review. *Food Policy*, 53, št. 2, str. 54–66.
33. Wielemaker, R., Oenema, O., Zeeman, G. and Weijma, J. (2019). Fertile cities: nutrient management practices in urban agriculture. *Science of the Total Environment*, 668, str. 1277–1288.
34. Wortman, S. E. and Lovell, S. T. (2013). Environmental challenges threatening the growth of urban agriculture in the United States. *Journal of Environmental Quality*, 42, št. 5, str. 1283–1294.