



Barbara Gornik*, Irma Potočnik Slavič*

ZELIŠČARSTVO KOT POSLOVNA DEJAVNOST NA PODEŽELJU

Izvirni znanstveni članek
COBISS 1.01
DOI: 10.4321/dela.52.29-59

Izvleček

V zadnjih dvajsetih letih je zeliščarstvo postalo večfunkcijska proizvodno-storitvena dejavnost, v kateri se prepletajo podjetništvo, tradicionalno znanje, kmetijstvo, varovanje naravnega okolja in sodoben način življenja. Ključni, relativno nov akter slovenskega zeliščarstva, so zeliščarji-podjetniki, ki na tržišče vstopajo z različnim znanjem in trženjskimi pristopi. S kvalitativno analizo polstrukturiranih intervjujev z zeliščarji-podjetniki smo za vsako podjetje izdelali kvalitativni profil in shematiziran prikaz podjetniških in trženjskih značilnosti (raznovrstnost ponudbe, prodajni kanali, možnost za širitev ponudbe, promocija, povezovanje in mreženje ter razpoložljivost delovne sile in vprašanje nasledstva). Le-te so močno odvisne od značilnosti nosilca dejavnosti, in sicer njegove starosti, zaključene formalne stopnje izobrazbe, starosti podjetja in podjetniških izkušenj ter razlogov za ustanovitev podjetja. Za uspešno delovanje zeliščarjev-podjetnikov so ključne njihove povezave z lokalnim in širšim (poslovnim) okoljem.

Ključne besede: zeliščarstvo, prenos znanja, podjetništvo na podeželju, razvoj podeželja, Slovenija.

⋮ * Oddelek za geografijo, Filozofska fakulteta Univerze v Ljubljani, Aškerčeva 2, SI-1000
⋮ Ljubljana
⋮ e-pošta: irma.potocnik@ff.uni-lj.si, barbara.gornik93@gmail.com

HERBALISM AS AN ENTREPRENEURIAL ACTIVITY IN RURAL AREAS

Abstract

In the last twenty years, herbalism has become a multifunctional production and service activity in which entrepreneurship, traditional knowledge, agriculture, environmental protection and modern lifestyles are intertwined. A key, relatively new player in Slovenian herbalism are herbal entrepreneurs, who enter the market with different knowledge and marketing approaches. Qualitative analysis of semi-structured interviews with herbal entrepreneurs produced a qualitative profile for each company and a schematic representation of entrepreneurial and marketing characteristics (diversity of offer, sales channels, opportunity for expansion of offer, promotion, networking, availability of workforce and succession issue). They are highly dependent on the characteristics of the operator, namely his or her age, completed formal education, age of the company and entrepreneurial experience, and the reasons for establishing the company. For the successful operation of herbal entrepreneurs their connection with the local and wider (business) environment is of essential importance.

Keywords: herbalism, knowledge transfer, rural entrepreneurship, rural development, Slovenia

1 UVOD

V spletnem Slovarju slovenskega knjižnega jezika (2019) je zeliščarstvo opredeljeno kot »nabiranje ali prodajanje zdravilnih rastlin«, zeliščar kot »kdor nabira ali prodaja zdravilne rastline«, zeliščarica pa kot »ženska, ki nabira ali prodaja zdravilne rastline«. Slovenski etnološki leksikon (2011) k temu dodaja, da je zeliščar »kdor se ukvarja z zdravljenjem brez ustrezne poklicne izobrazbe; ljudsko padar ali ranocelnik«. Te opredelitve so preveč ozke, tudi zastarele, in zeliščarstva kot dejavnosti, ki je danes zelo razširjena, ima številne gospodarske, okoljske, socialne in kulturne učinke ter je osnova za številne druge dejavnosti, ne opredeljujejo ustrezno. Enako velja tudi za opredelitev zeliščarja in zeliščarice. Leksikon Sova (2006, str. 1240) zeliščarstvo opredeljuje kot »nabiranje, gojenje, shranjevanje in predelavo zdravilnih rastlin (zelišč) ter zdravljenje z njimi« in je med vsemi opredelitvami najbolj široka.

Nabiranje samoniklih zelišč v naravi in pridelava zelišč imata na območju Republike Slovenije dolgo tradicijo. Obe dejavnosti sta se v preteklosti razvijali in ohranjali predvsem v samostanih, in sicer v povezavi z zdravljenjem z zelišči (Smernice razvoja ..., 2016).

Bogato je tudi področje ljudskega znanja o zeliščarstvu, ki predstavlja zelo dinamičen splet različnih kulturnih dejavnikov, v izročilu tega znanja pa najdemo antične, predslovenske, slovenske in germanske vplive (Mlakar, 2015).

Na slovenskem podeželju se ljudje z zeliščarstvom ukvarjajo ljubiteljsko, nekateri v sklopu svoje kmetije ali podjetja. V zadnjih dvajsetih letih je zeliščarstvo postalo večfunkcijska proizvodno-storitvena dejavnost, v kateri se prepletajo podjetništvo, tradicionalno znanje, kmetijstvo, varovanje naravnega okolja in sodoben način življenja. Njeni nosilci jo izvajajo v okviru različnih registracijskih oblik (osebno dopolnilno delo, dopolnilna dejavnost na kmetiji, samostojni podjetnik, zavod, družba z omejeno odgovornostjo). Osebno dopolnilno delo se pogosto povezuje z ljubiteljskimi zeliščarji ali ljudmi, ki v zeliščarstvu vidijo predvsem priložnostni/sezonski zaslužek (zakonodajno omejen), ki včasih lahko predstavlja osnovo za začetek podjetniške poti. Pri ostalih registracijskih oblikah pa govorimo o zeliščarstvu kot podjetništvu na podeželju, saj so bistveno bolj finančno in zakonodajno zapletene, zahtevajo ogromno veščin in znanja ter zeliščarjem-podjetnikom pogosto predstavljajo edini vir dohodka.

V zadnjem času zaznavamo tudi povečano povpraševanje po izdelkih iz zelišč, literaturi, različnih delavnicah, izobraževanjih, usposabljanjih, povečuje se tudi število kandidatov, ki želijo pridobiti Nacionalno poklicno kvalifikacijo (NPK) za zeliščarja. Skupaj s povpraševanjem po tovrstnih proizvodih se povečuje število domačih in tujih ponudnikov različnih izdelkov iz zelišč (čaji, tinkture, mila, mazila, zeliščne soli itd.) in z zeliščarstvom povezanih storitev. Na trgu pa so vse bolj prisotni tudi ponudniki kulinarčnih, kulturnih, izobraževalnih ali turističnih doživetij in paketov, povezanih z zeliščarstvom. Ugotavljamo, da gre predvsem za majhna in mlada podjetja, kjer večino dela opravi lastnik ali mu pri tem pomagajo družinski člani. Kljub temu da gre pri zeliščarstvu za dejavnost, ki je v osnovi kmetijska, ima veliko ponudnikov formalno izobrazbo, ki ni povezana s kmetijstvom in s pridelavo zelišč.

V Sloveniji se z zelišči ukvarjajo (tu ne upoštevamo ljubiteljskih zeliščarjev): pridelovalci zelišč (kmetje, podjetja), nabiralci zelišč (podjetniki, posamezniki z registriranim osebnim dopolnilnim delom), predelovalci zelišč (podjetja, kmetje z registrirano dopolnilno dejavnostjo), prodajalci (tako izdelkov kot storitev; podjetja, kmetje z registrirano dopolnilno dejavnostjo) in kupci/potrošniki (gospodinjstva, podjetja, javni sektor).

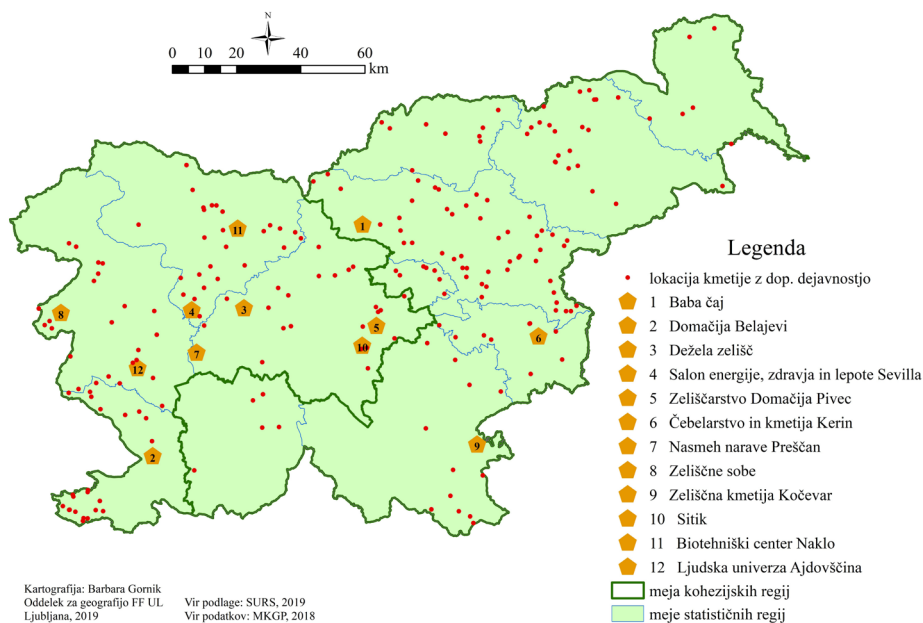
V prispevku se osredinjamo na zeliščarje-podjetnike, ki so pomemben in relativno nov akter na področju zelišč v Sloveniji. Namen prispevka je analiza njihovih podjetniških in trženjskih značilnosti. Ugotavljamo, da je za intervjuvane zeliščarje-podjetnike značilno, da so v eni osebi tako pridelovalci, nabiralci, predelovalci kot prodajalci (ponudniki) izdelkov in storitev, nekoliko redkeje pa tudi kupci. Na slovensko tržišče vstopajo z različnimi znanji in trženjskimi pristopi: nekateri so vpeti v lokalno okolje, drugi s povezovanjem presegajo regionalne ali celo državne okvire. Izjemnega pomena za prihodnji razvoj zeliščarstva kot poslovne ali ljubiteljske dejavnosti pa je formalni in neformalni prenos znanja.

2 MATERIALI IN METODE

Analize podjetniških in trženjskih značilnosti zeliščarjev-podjetnikov smo se lotili s pomočjo sledečih metod dela: pregleda in analize literature, zbiranja in analize statističnih podatkov, ankete med udeleženci neformalnega izobraževanja odraslih, poglobljenega polstrukturiranega intervjuja ter analize kvalitativnih podatkov s programskim orodjem *Atlas.ti*.

Analiza literature je pokazala, da v slovenskem prostoru primanjkuje celovitih študij, ki bi področje zeliščarstva obravnavale z različnih vidikov in/ali vrednotile njegovo trenutno vlogo v razvoju podeželja. Prav tako ne zasledimo študij, ki bi na slovenskem podeželju obravnavale zeliščarstvo v povezavi z marginaliziranimi skupinami prebivalstva, kot so na primer Romi, odvisniki, dolgotrajno brezposelni ali druge ranljive skupine prebivalstva, medtem ko avtorji iz balkanskih držav (Nurković, 2013; Rexhep in sod., 2013; Imami in sod., 2015) obravnavajo tudi ta vidik.

Slika 1: Prostorska razmestitev kmetij z registrirano dopolnilno dejavnostjo predelava zelišč ter izvedenih intervjujev in lokacij zeliščarjev, s katerimi smo izvedli poglobljene intervjuje.



Vir podatkov: MKGP, 2018; Intervjuji, 2018.

Osnovne kvantitativne podatke o zeliščarstvu smo pridobili na Statističnem uradu Republike Slovenije (SURs), in sicer v spletni podatkovni bazi SI-STAT. Iskali smo podatke s področja pridelave zdravilnih in aromatičnih rastlin ter nekatere splošne podatke s področja kmetijstva (število kmetijskih gospodarstev, izobrazbena struktura gospodarjev, velikost posesti ipd.). Slednje smo pridobili v kategoriji *Struktura kmetijskih gospodarstev*. Za vpogled v stanje pridelave zelišč v Sloveniji je bilo treba podatke pridobiti v dveh kategorijah, in sicer v *Popisu poljščin*, ki ga izvajajo vsako leto, in v *Popisu tržnega vrtnarstva*, ki se izvaja vsaka tri leta (zadnji leta 2016). Razpoložljivi podatki omogočajo splošen vpogled predvsem v področje stanja tržne pridelave zdravilnih in aromatičnih rastlin v Sloveniji. Vendar uradni statistični podatki ne odražajo dejanskega stanja na področju zeliščarstva v Sloveniji, saj se pomemben del zelišč, ki se predvsem v okviru drobnega podjetništva, ekološkega kmetijstva ali osebnega dopolnilnega dela v različnih oblikah proda na tržišču, nabere v naravnem okolju in teh količin uradna statistika ne beleži.

Preglednica 1: Seznam podjetij, vključenih v raziskavo.

Številka podjetja	Lokacija podjetja	Registracijska oblika	Glavne dejavnosti
1	Gornji Grad	zasebni zavod	Čajanka, delavnice, zeliščni vrt.
2	Divača	s. p.	Pridelava kraškega šetraja, delavnice na kraški domačiji, izdelki iz šetraja.
3	Polhov Gradec	s. p.	Različni izdelki iz zelišč, delavnice, izobraževanja, ogledni zeliščni vrt, pisanje člankov.
4	Žiri	s. p.	Različni izdelki iz zelišč, delavnice, masaže.
5	Šmartno pri Litiji	s. p.	Različni izdelki iz zelišč, delavnice, izobraževanja, ogledni zeliščni vrt, pisanje člankov.
6	Krško	s. p.	Izdelki z ameriškim slamnikom, povezava s čebelarstvom in vinogradništvom.
7	Hotedršica	s. p.	Naravna kozmetika iz zelišč, leseni izdelki.
8	Deskle	s. p.	Zeliščne sobe, delavnice.
9	Suhor	dopolnilna dejavnost na kmetiji	Različni izdelki iz zelišč, delavnice, ogledni zeliščni vrt, povezava zeliščarstva s čebelarstvom.
10	Ivančna Gorica	d. o. o.	Različni izdelki, povezani z dediščino patra Simona Ašiča.

Vir podatkov: Intervjuji, 2018, 2019.

Ministrstvo za kmetijstvo, gozdarstvo in prehrano zbira podatke o številu in lokaciji kmetij z registrirano dopolnilno dejavnostjo *predelava zelišč*. Na osnovi teh podatkov smo s programskim orodjem *ArcMap* izdelali karto prostorske razmestitve kmetij z registrirano dejavnostjo *predelava zelišč* (slika 1), ki je služila kot pomoč pri izboru intervjuvancev.

Ker smo želeli pridobiti čim boljši vpogled v raznolikost podjetniških in trženjskih značilnosti zeliščarjev, smo iskali sogovornike z različnimi pristopi, iz različnih statističnih regij in slovenskih pokrajin ter z več različnimi organizacijskimi oblikami registracije (s. p., dopolnilna dejavnost na kmetiji, zavod, d. o. o.). Večji poudarek pri izboru intervjuvancev smo dali pregledu socialnega omrežja *Facebook*, spletnih strani turistično-informacijskih centrov, deklaracij izdelkov v specializiranih trgovinah ter obisku sejmov. Iskali smo namreč aktivne in že uveljavljene zeliščarje-podjetnike na lokalni ali regionalni ravni. Od februarja 2018 do januarja 2019 smo izvedli 10 intervjujev z zeliščarji in ponudniki storitev, povezanih z zeliščarstvom (preglednica 1). Kljub majhnemu številu intervjuvanih menimo, da smo uspeli prepoznati ključne podjetniške in trženjske značilnosti zeliščarjev-podjetnikov v Sloveniji. Pregled literature in različnih spletnih strani je pokazal, da je zeliščarstvo neločljivo povezano tudi z izobraževanjem, zato sta bila dva intervjuja izvedena s predstavnikoma izobraževalnih ustanov, ki nudijo tečaje in usposabljanja iz zeliščarstva, in sicer z vodjo izobraževanj odraslih v Biotehničnem centru (BC) Naklo, ter z direktorico Ljudske univerze Ajdovščina (LU Ajdovščina). Z intervjuji, ki so trajali od 50 do 90 minut, smo pridobili želene informacije in podatke, intervjuvanci so bili v odgovorih izčrpnini in neposredni.

Metodo anketiranja smo uporabili za vpogled v področje neformalnih izobraževanj, povezanih z zeliščarstvom. BC Naklo je eden pomembnejših izvajalcev tečajev s področja zeliščarstva, med drugim izvaja tudi usposabljanje za zeliščarja. Le-to je zelo dobro obiskano, v letu 2018 je potekalo celo v dveh skupinah (Ribič, 2018). Vanj se vključujejo posamezniki različnih starosti, poklicev, interesov in različnega predznanja. Številni med njimi se po končanem usposabljanju odločijo tudi za pridobitev nacionalne poklicne kvalifikacije. V letu 2017 jo je v BC Naklo NPK pridobilo 19 kandidatov, v letu 2018 pa 28 (Ribič, 2018; Nacionalno informacijsko središče ..., 2018).

Ker gre za bodoče potencialne pridelovalce in/ali pridelovalce zelišč ali celo podjetnike s področja zeliščarstva, smo se odločili, da med njimi izvedemo anketno raziskavo. Želeli smo pridobiti informacije z več različnih področij, zato smo pripravili anonimni anketni vprašalnik, razdeljen na štiri dele s pretežno polodprtimi tipom vprašanj. Prvi del je bil namenjen pridobitvi osnovnih podatkov o udeležencu usposabljanja, v drugem nas je zanimala povezava med udeležencem in zeliščarstvom, v tretjem njegovo dožemanje zeliščarstva v Sloveniji, v četrtem delu pa njegov odnos do izdelkov iz zelišč in njihovega trženja. Anketni vprašalnik smo razdelili med obe skupini udeležencev usposabljanja iz zeliščarstva,

in sicer 5. 4. 2018 in 12. 4. 2018. Za udeležence je bilo to že četrto srečanje, kar pomeni, da so jim bila nekatera znanja že posredovana. Pred začetkom reševanja smo udeležencem pojasnili namen anketnega vprašalnika, v nadaljevanju pa smo bili na voljo za morebitna vprašanja. Skupno je vprašalnik rešilo 36 oseb, v povprečju v 20 minutah. Med anketiranimi so prevladovale ženske (81 %). Večina anketirancev je bilo starih med 46 in 55 let, sledi starostna skupina med 36 in 45 let. Razlogov za takšno starostno strukturo oziroma slabšo zastopanost mlajše generacije je več. Kot ključnega prepoznavamo dejstvo, da je zeliščarstvo dejavnost, ki jo ljudje večinoma dojemajo kot prostočasno aktivnost; obenem so za odločitev za aktivno ukvarjanje z zeliščarstvom potrebni močan osebni interes, določen čas za premislek in pridobitev znanja, razpoložljivost prostora (zemljišč za nabiranje in/ali pridelavo) ali potrebna sprememba v načinu življenja (sprostitvev, vrnitev k naravnemu okolju, bolezni, preventiva).

Vsebinska analiza pridobljenih kvalitativnih podatkov je bila izvedena s pomočjo programskega orodja *Atlas.ti*. Intervjuje smo kodirali v treh zaporednih fazah. V prvi fazi smo glede na vsebino besedila oziroma delov besedila določili glavne kode. V drugi fazi smo se osredotočili na najpogostejše kode in jih poskušali združiti v družine, povezane s podjetniškimi in trženjskimi značilnostmi zeliščarjev-podjetnikov (npr. prodajni kanali, ovire, izdelki, širitev ponudbe, mreženje) ter jih kategorizirati (npr. prodaja na domu/sedežu podjetja). V tretjem delu kodiranja pa je sledilo iskanje povezav in odnosov med kategorijami. Na podlagi analize intervjujev je sledilo oblikovanje kazalcev, ki bi najbolj objektivno prikazovali podjetniške in trženjske lastnosti zeliščarjev.

V prvem koraku smo na osnovi analize intervjujev določili dve skupini kazalcev ter za vsakega izmed njih izdelali merila in določili petstopenjsko ocenjevalno lestvico, pri čemer 1 pomeni najnižjo oceno, 5 pa najvišjo (preglednica 2). Prva skupina kazalcev se usmerja k značilnostim nosilca dejavnosti oziroma podjetnika (1 – starost nosilca dejavnosti, 2 – končana formalna stopnja izobrazbe, 3 – starost podjetja, 4 – razlogi za začetek dejavnosti). Druga skupina je osredotočena na podjetniške in trženjske značilnosti (5 – ponudba, 6 – prodajni kanali, 7 – širitev ponudbe, 8 – promocija, 9 – povezovanje in mreženje, 10 – razpoložljivost delovne sile in vprašanje nasledstva).

Pri določitvi ocenjevalne lestvice za navedeni skupini kazalcev smo izhajali iz literature (Kratnar, 2007; Lavrenčič, 2013; Močnik, 2010; Boštjančič, Lampič, 2015) in iz rezultatov intervjujev. Pri starosti smo se oprli predvsem na izsledke raziskave GEM (Global Entrepreneurship Monitor), ki ugotavlja, da je pri starejših osebah več podjetništva »iz nuje« in hkrati s tem tudi nižja pričakovana življenjska doba njihovega podjetja. Poleg tega so v intervjujih starejši zeliščarji-podjetniki svojo starost pogosto omenili kot pomembno oviro pri njihovem delu (preobremenjenost, utrujenost, nezmožnost opravljanja nekaterih nalog, nižja storilnost, nezagotovljen naslednik). Zato smo višjo oceno pripisali mlajšim zeliščarjem-podjetnikom, ki so potencialna

Preglednica 2: Nabor kazalcev in ocenjevalna lestvica.

STOPNJA NA OC. LESTVICI	ZNAČILNOSTI NOSILCA DEJAVNOSTI/PODJETNIKA				
	Starost nosilca/ nosilcev dejavnosti	Končana formalna sto- pnja izobrazbe in nefor- malno izobraževanje (s področja zeliščarstva in podjetništva)	Starost podjetja (izkušnje)	Razlogi za ustanovitev podjetja (eden ali več)	Raznovrstnost ponudbe
1	Nad 45 let.	Poklicna šola, tečaji s pod- ročja zeliščarstva, nima podjetniških znanj.	5 let ali manj.	Po »sili razmer« (izguba službe, bolezen) ali zaradi potrebe po dodatnem zaslužku.	Majhna ponudba izdelkov (do 5) ali storitev.
2	41–45 let.	Poklicna šola, povezana z dejavnostjo zeliščarstva. Tečaji s pod- ročja podjetništva.	6–10 let.	Razpoložljivost zemlje, nepre- mičin in drugih virov.	Podjetje ima samo ponudbo storitev (npr. s področja tu- rizma, prenos znanja v obliki tečajev in delavnic).
3	36–40 let.	Višja ali visoka šola, ki ni povezana z dejavnostjo zeliščarstva, farmacije ali podjetništva.	11–15 let.	Ohranjanje dru- žinske ali druge tradicije.	Široka ponudba izdelkov ene vrste (nad 10; npr. samo čajne mešanice).
4	31–35 let.	Višja ali visoka šola, povezana z dejavnostjo zeliščarstva (npr. izobrazba kmetijske, farmacevtske ali ekonomske smeri).	16–20 let.	Zaradi povezo- vanja z drugimi podjetniki ali navezave na že obstoječo dejav- nost.	Široka ponudba različnih izdelkov (nad 5; npr. kreme, čaji, mila, tinkture, hidrolati in likerji).
5	Do 30 let.	Kombinacija formalne in neformalne izobrazbe (npr. NPK, tečaji iz ze- liščarstva, podjetništva, naravne kozmetike).	Več kot 20 let.	Zaradi osebnega zadovoljstva, inovacije, zaradi izpolnitve ži- vljenjskega cilja, želje.	Zelo široka ponudba različnih izdelkov in storitev.

PODJETNIŠKE IN TRŽENJSKE LASTNOSTI ZELIŠČARJA-PODJETNIKA				
Prodajni kanali	Širitev ponudbe	Promocija	Povezovanje in mreženje	Razpoložljivost delovne sile in vprašanje nasledstva
Prodaja poteka samo na domu/sedežu podjetja.	Širitev ponudbe ni predvidena.	Promociji ne posvečajo večje pozornosti.	Povezovanja z okoljem ni.	Vse opravi nosilec dejavnosti, naslednika ni.
Prodaja samo preko spletne trgovine in portalov.	Širitev ponudbe je še v idejni fazi ali fazi razvoja.	Promociji ne posveča večje pozornosti, večinoma poteka od ust do ust.	Povezovanje na lokalni ravni na področju odkupa surovin (s kmeti, drugimi ponudniki).	Občasno nosilcu dejavnosti pomaga družina ali prijatelji, naslednika ni.
Prodaja izdelkov poteka samo na lokalni ravni (na domu/sedežu podjetja, na lokalnih tržnicah, sejmih).	Predvidena je širitev ponudbe izdelkov.	Promocija preko spleta (spletne strani, socialna omrežja).	Povezovanje z drugimi ponudniki na področju prodaje surovin, izdelkov in/ali storitev.	Občasno nosilcu dejavnosti pomaga družina ali prijatelji, naslednik je predviden (eden izmed družinskih članov).
Prodaja poteka na regionalni ravni (na domu/sedežu podjetja, tržnicah, sejmih in drugih dogodkih) in občasno sega na nacionalno raven. Vključuje tudi posamezne trgovine (do 5) in spletno prodajo.	Predvidena je širitev ponudbe izdelkov in storitev (npr. nove delavnice, tečajji).	Kombinacija različnih promocijskih kanalov (splet, letaki, sejmi, tržnice, preko zadovoljnih uporabnikov, prijateljev).	Povezovanje na področju prodaje surovin, izdelkov in/ali storitev (tudi z izobraževalnimi in drugimi ustanovami (TIC, LAS, občine, zavodi).	Občasno nosilcu dejavnosti pomaga družina ali prijatelji. Naslednik trenutno ni določen, vendar zanj dopuščajo možnost (lahko tudi naslednik, ki ni družinski član).
Široka prodajna mreža na nacionalni ravni, ki vključuje tudi trgovine (nad 5), spletno prodajo in prodajo v tujini.	Predvidena je širitev ponudbe izdelkov in storitev.	Kombinacija različnih promocijskih kanalov (splet, letaki, sejmi, tržnice, »od ust do ust«) tudi ob pomoči TIC, LAS ali drugih organizacij.	Povezovanje na vseh ravneh in z različnimi akterji, tako na lokalni, kot na regionalni ali državni ravni.	V podjetju je zaposlenih več ljudi, naslednik je določen.

nova generacija slovenskih zeliščarjev-podjetnikov, prinašalci inovacij in prihodnost zeliščarstva v Sloveniji. Pri izobrazbi smo višje ocene pripisali višjim ravnem končane formalne izobrazbe v kombinaciji z (ne)formalnim izobraževanjem (tudi s področja zeliščarstva in podjetništva). Pri starosti podjetja smo višjo oceno določili starejšim podjetjem. Izhajali smo iz dejstva, da so se uspešno obdržala na trgu, kar pomeni, da imajo več izkušenj in so se uspešno soočala z izzivi poslovnega okolja. Kar se tiče razlogov za ustanovitev podjetja, smo najnižjo oceno pripisali zeliščarjem-podjetnikom po »sili razmer«, najvišji oceni pa zeliščarjem-podjetnikom, ki so podjetje ustanovili zaradi povezovanja z drugimi podjetniki ali navezave na že obstoječo dejavnost, ter tistim, ki so zeliščarji-podjetniki postali zaradi osebnih motivov. Nižjo oceno smo pripisali tudi razpoložljivosti zemljišč, nepremičnin in drugih virov ter ohranjanju družinske in druge tradicije, saj to pomeni, da je zeliščar-podjetnik nekatere pomembne temelje za začetek podjetniške poti že imel ali pa je celo samo prevzel že utečen posel, kar je od njega terjalo bistveno manj sredstev, finančnega vložka, napora in sposobnosti kot od podjetnika iz osebnih motivov.

Pri določevanju ocenjevalne lestvice v drugi skupini kazalcev smo izhajali iz dejstva, da je vsaka višja stopnja na ocenjevalni lestvici bolj zapletena in od zeliščarja-podjetnika zahteva več znanja, veščin in poguma.

Na podlagi rezultatov vrednotenja kazalcev smo za vsako podjetje izdelali kvalitativni profil in shematiziran prikaz podjetniških in trženjskih značilnosti: pri vsakem smo izpostavili tudi izrazito močna in/ali izrazito šibka področja, dodali smo tudi citate iz intervjujev.

3 KLJUČNE ZNAČILNOSTI ZELIŠČARSTVA V SLOVENIJI

Podobno kot drugod po Evropi se je tudi pri nas znanje o zdravilnih rastlinah razvijalo postopoma, nedvomno pa so razvoj tega znanja pomembno zaznamovali samostani oziroma njihovi izobraženi menihi. Vzporedno, vendar ne povsem neodvisno, pa se je razvijala tudi ljudska medicina (Mlakar, 2015). V nadaljevanju bodo predstavljeni nekateri ključni poudarki iz njunega razvoja.

3.1 Zeliščarstvo kot sestavni del ljudske medicine na Slovenskem

Ljudska medicina na Slovenskem predstavlja zelo dinamičen splet različnih kulturnih dejavnikov, v izročilu tega znanja pa najdemo antične, predslovanske, slovanske in germanske vplive. Ljudsko zdravilstvo je kot del tradicionalne kulture Slovencev v marsičem zelo samosvoje, predvsem pa izredno raznoliko in bogato. Razkriva tradicionalno znanje o uporabi zdravilnih in »magičnih« rastlin, pa tudi vso iznajdljivost in prekanjenost naših prednikov, njihov duhovni razvoj, pogled na svet in naravne pojave – torej modrost življenja, ki je izhajala iz tesne

povezanosti ljudi z naravo. Gre za izkustveno znanje, ki so ga predniki skrbno varovali, dopolnjevali ter prenašali iz roda v rod. Za preprečevanje, lajšanje in zdravljenje bolezni so uporabljali okoli 500 zdravilnih rastlin, jih poimenovali z okoli 6000 različnimi ljudskimi imeni domačega izvora ter jih uporabljali v več kot 3500 bolezenskih primerih (Mlakar, 2015).

Ljudje so po zgledu samostanskih vrtov začeli vse več rastlin gojiti tudi na manjših zemljiščih oziroma vrtovih v bližini svojega doma (*gartel, gartelc, pungrt*). Poleg zelenjave, sadik in okrasnih rož je bil namenjen tudi gojenju dišavnic in zdravilnih zelišč za lastne potrebe, bil je naravna lekarna, ki je bila vsak trenutek pri roki. Med najpogostejšimi in najbolj razširjenimi rastlinami so bili: kamilice, ognjič, pelin, majaron, pehtran, luštrek, peteršilj, zelena, drobnjak, bazilika, timijan, janež, kumina, komarček, koper, melisa, meta, rožmarin, slez, sivka, šetraj, žajbelj in vrtna krebujlica. Poleg menihov so med ljudstvom vseskozi delovali tudi ljudski zdravniki, ranocelniki in razni zeliščarji, ki so ljudi in živino zdravili z zdravilnimi rastlinami. Nabirali so jih na najboljših rastiščih, kot so Nanos, Slavnik, Čičarija, Stol in Triglavsko pogorje. Mnogi so prepisovali ljudskomedicinske knjige. Pri nas so bile najbolj znane knjige *Kolomonov žegen*, *Duhovna bramba* in *Šembiljina prerokovanja*. *Kolomonov žegen* je bil med letoma 1740 in 1800 (točna letnica ni znana) tudi prvič natisnjen (Mlakar, 2015).

Poznavalci ljudskega zdravilstva na Slovenskem so bili v preteklosti tudi Romi, ki so se z zdravljenjem in »čarovnijami« ukvarjali že v 15. stoletju. Spretno so razvijali znanje čaranja in čarovnega zdravljenja, kar je postalo pomemben vir za preživljanje. Uveljavili so se tudi kot poznavalci in nabiralci zdravilnih zelišč, ki so jih uporabljali za namene zdravljenja. Za lajšanje zdravstvenih težav so poznali številne pripravke rastlinskega in živalskega izvora, ki so jih pripravljali in uporabljali po natančnih navodilih. Pogosto je zdravljenje spremljal neke vrste čarovniški ritual. Čarovno zdravljenje je bilo med slovenskimi Romi razširjeno še pred drugo svetovno vojno. Običajno so ga izvajale ženske. Romi so se ukvarjali tudi z zdravljenjem živali, najpogosteje konj, saj so z njimi tudi prekupčevali. V obdobju Jugoslavije so bile Rominje znane kot poznavalke in nabiralke zdravilnih rastlin za lastno uporabo in za prodajo. Zanimiv je podatek, da so za zdravilne rastline poznale le slovenska imena, ki so bila razširjena med kmečkim prebivalstvom (Štrukelj, 1980). Danes se Romi (npr. v Beli krajini) ukvarjajo predvsem z nabiranjem in prodajo divjih plodov, kot so borovnice, kostanj in gobe. Zdravilnih zelišč za prodajo ne nabirajo več, ker ni organiziranega odkupa.

3.2 Samostanska medicina na Slovenskem

V srednjem veku in renesansi so bili pri nas samostani osrednje gibalno duhovnega, gospodarskega, znanstvenega in kulturnega delovanja, nekateri izmed njih pa so se

posvečali tudi zdravljenju oziroma samostanski medicini. Imeli so pomemben vpliv na širšo okolico, saj so svoje znanje širili med prebivalstvo, pogosto pa so se ob boleznih vanje zatekli tudi preprosti kmečki ljudje (Mlakar, 2015).

Prvi znani načrt samostanskega kompleksa, ki je vključeval tudi *apotekarski vrt*, je nastal v začetku 9. stoletja, po njegovem zgledu pa so vse do 17. stoletja nastajali samostanski vrtovi po vsej Evropi. Samostanski zemljiški kompleks je obsegal posestava znotraj samostanskega obzidja ter notranji vrt ali *klauster*, ki je bil jedro samostana. Apotekarski vrt so imeli kostanjeviški samostan, Žička kartuzija, dominikanski samostan na Ptuj, samostan Jurklošter, kartuziji Bistra in Pleterje, samostan Olimje in cistercijanska opatija Stična (Mlakar, 2015). Menihi so nabrane rastline sušili in shranjevali v posebnih prostorih (shrambah), iz katerih so se kasneje razvile samostanske lekarne (Mayer, Uehleke, Saum, 2002). Prva lekarna pri nas je nastala v samostanu Olimje in velja za tretjo najstarejšo lekarno v Evropi.

Zeliščni vrt, katerega izbor je temeljil na starih srednjeveških seznamih, je bil vzdolžno razdeljen na dve polovici s po osmimi polji. Menihi so s križanjem in žlahtnjenjem vzgojili številne nove rastline. Na zeliščnih vrtovih so gojili: grško seno, žajbelj, vinsko rutico, abrašico, rožmarin, peruniko, pehtran, cikorijo, polaj, peteršilj, zeleno, luštrek, komarček, črno ogrščico, šetraj, meto, vrtni mak, slez, slezenovec, koriander, angeliko, sladki koren, meliso, netresk, ožepek. Ob koncu srednjega veka so nekateri samostani pripravljali tudi svoje lekarniške pripravke, med katerimi so bile največkrat zdravilne grenčice, eliksirji, kapljice in dišeče vode (Mlakar, 2015).

Zdravljenje z zdravilnimi rastlinami je s splošno spremenjenim načinom življenja v 19. stoletju postopoma začelo izginjati, po 2. svetovni vojni pa je ta način zdravljenja vztrajno izpodrivala industrija kemičnih zdravil. Kljub temu se je del tradicionalnega zdravljenja tako med ljudstvom kot tudi v nekaterih samostanih ohranil do danes. Med njimi je najpomembnejša cistercijanska opatija v Stični, ki preko podjetja Sitik d. o. o. oziroma njihove ponudbe ohranja zeliščarsko dediščino patra Simona Ašiča.

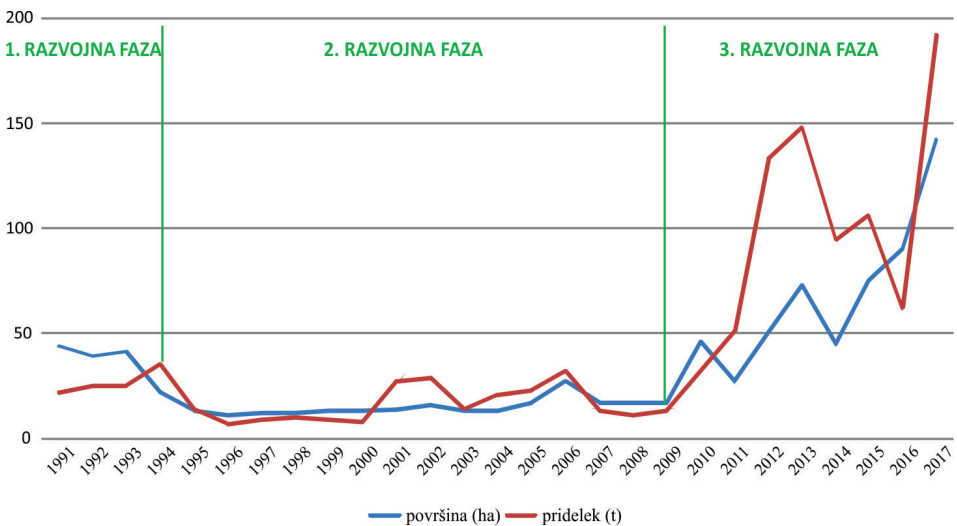
»Pater Simon Ašič je, kakor vam je poznano, hotel zadevo predstaviti malo bolj širši javnosti, da je bolj dostopna. In se je nekako na njegovo željo in na željo samostana oblikovalo podjetje Sitik. In seveda potem tudi znamka pod njegovim imenom – domača lekarna patra Simona Ašiča. Vsi ti izdelki so se potem prilagodili, preoblikovali glede na potrebe tržišča.« (moški, 33 let, farmacevt podjetja Sitik d. o. o.)

V samostanu danes zelišč za tržne namene ne nabirajo ali gojijo več, večina surovin za izdelke prihaja iz tujine. V spomin na patra Simona Ašiča (1906–1992) so leta 2006 ob stoletnici njegovega rojstva pred samostanskim kompleksom uredili ogledni zeliščni vrt.

3.3 Razvoj zeliščarstva v Sloveniji po letu 1991

Pred letom 1991 je bilo v Sloveniji razvito nabiranje zelišč, sušenje le-teh in zbiranje posušenih zelišč v okviru odkupnih centrov za potrebe živilske in farmacevtske industrije. Zaradi potreb organiziranega odkupa se je razvila tudi pridelava zelišč. Od leta 1991 sta organizirani odkup v naravi nabranih zelišč in večina organizirane pridelave zelišč usahnila zaradi globalizacije trgovine in sprememb tehnologije pridobivanja učinkovin rastlinskega izvora. Pridelava zelišč se je od 80-ih let do leta 1994 zmanjšala s 3570 na okoli 20 ha (Smernice razvoja ..., 2019), leta 2001 se je zelišča pridelovalo le še na 12,1 ha zemljišč. Na področju pridelave začimb, dišavnic in zdravilnih rastlin v Sloveniji od leta 1991 do 2017 tako prepoznavamo tri razvojne faze (slika 2).

Slika 2: Pridelava začimb, dišavnic in zdravilnih rastlin v Sloveniji v obdobju 1991–2017.



Vir podatkov: *Okolje in naravni viri*, 2019.

V prvi razvojni fazi (od 80-ih let 20. stoletja do 1994) gre za nadaljevanje stanja, kakršno je bilo tik pred in ob razpadu Jugoslavije. To obdobje zaznamuje postopen upad na področju površin, zasajenih z začimbami, dišavnicami in zdravilnimi rastlinami, kar je posledica več dejavnikov. Kot najpomembnejše izpostavljam razpad skupne države in s tem izgubo nekdanjega (skupnega) tržišča, spremenjeno politično in vojaško situacijo v državah v regiji (izbruh vojne na Balkanu), prehod na tržno gospodarstvo, globalizacijo trgovine ter spremembe na področju tehnologije pridobivanja učinkovin rastlinskega izvora.

Druga razvojna faza (1995–2009) je logična posledica zgoraj naštetih dejavnikov. Gre za obdobje, ko smo v Sloveniji beležili izjemno nizko tako skupno površino zemljišč, zasajenih z začimbami, dišavnicami in zdravilnimi rastlinami, kot tudi nizko skupno količino pridelka. Največji upad je evidentiran med leti 1996 in 2000. Tudi podatki *Popisa tržnega vrtnarstva* za leta 2000, 2003 in 2006 (preglednica 3) kažejo izjemno nizke vrednosti tako glede pridelovalne površine zelišč, dišavnic in aromatičnih rastlin za tržne namene kot tudi pri številu kmetijskih gospodarstev, ki so jih pridelovala.

Preglednica 3: Pridelava zelišč, dišavnic in aromatičnih rastlin za tržne namene od 2000 do 2016.

Kazalec/leto	2000	2003	2006	2010	2013	2016
pridelovalna površina – skupaj (ha)	13,3	13,4	12,1	44	56,6	98,3
število kmetijskih gospodarstev	64	64	57	142	253	262

Vir podatkov: *Okolje in naravni viri*, 2019.

Tretja razvojna faza (2010–2017) je obdobje, ko smo v Sloveniji, z nekaj nihami, beležili postopno rast tako v skupni površini zasajenih začimb, dišavnic in zdravilnih rastlin kot tudi v količini pridelka. Po letu 2000 je površina pridelovalnih površin, na katerih se je pridelovalo začimbe, dišavnice in zdravilne rastline, med leti nihala, a je glede na predhodno obdobje trend naraščajoč. Vzroke za takšno stanje pripisujemo več dejavnikom: vstopu Slovenije v EU leta 2004 in s tem povezanim novostim (skupna kmetijska politika, finančne spodbude iz EU skladov, skupno tržišče EU), finančno-gospodarski krizi po letu 2008 in z njo povezanim spremembam v gospodarstvu in načinu življenja ljudi, vse večjemu zavedanju o pomenu zdrave in lokalno pridelane hrane. V letu 2016 smo v Sloveniji začimbe, dišavnice in zdravilne rastline pridelovali na 90 ha, v letu 2017 pa se je skupna površina povečala na 142 ha. Nekoliko drugačna situacija je pri količini pridelka, ki je do leta 2009 precej nihala, v letih 2011–2013 je strmo porasla, potem pa ponovno nihala. V letu 2016 smo pridelali 62 t, v letu 2017 pa skupno kar 192 t, kar je največ od leta 1991. Poudariti je treba, da je količina pridelka odvisna tudi od vrste rastline, pomembno vlogo pa imajo tudi podnebni elementi (razporeditev, količina in vrsta padavin v rastni dobi, temperatura, bolezni, škodljivci). V tretji razvojni fazi so se v Sloveniji (glede na predhodno obdobje) znatno povečale tako pridelovalne površine zelišč, dišavnic in aromatičnih rastlin za tržne namene kot tudi število kmetijskih gospodarstev, ki so jih pridelovala: pridelovalna površina zelišč za prodajo se je s 44 ha (2010) povečala na 98,3 ha, število kmetijskih gospodarstev pa se je s 142 (2010) gospodarstev v letu 2016 povečalo na 262 (*Okolje in naravni viri*, 2019), kar predstavlja 0,37 % vseh kmetijskih gospodarstev v Sloveniji (*Struktura kmetijskih gospodarstev*, 2019),

in sicer na 3,9 % površin, ki so namenjene tržni vrtnarski pridelavi. Večina pridelovalcev oziroma kmetijskih gospodarstev (61 %) se nahaja v Vzhodni kohezivski regiji. Ugotavljamo tudi, da so med statističnimi regijami velike razlike. Največ pridelovalnih površin, zasajenih z začimbami, dišavnicami in zdravilnimi rastlinami, je v Pomurski statistični regiji (45,7 ha), najmanj pa v Primorsko-notranjski (0,8 ha) statistični regiji. Največje število tržnih pridelovalcev zelišč v Sloveniji je v Osrednjeslovenski statistični regiji, najmanj v Zasavski statistični regiji (pet). Če primerjamo podatka o številu tržnih pridelovalcev zelišč (262 gospodarstev v letu 2016) in številu kmetij z registrirano dopolnilno dejavnostjo predelava zelišč (243 gospodarstev v letu 2018), lahko ugotovimo, da ima večina pridelovalcev zelišč v tržne namene registrirano tudi dopolnilno dejavnost predelave zelišč.

Kljub temu je skupen obseg pridelave, tudi v primerjavi z balkanskimi državami, še vedno izjemno nizek. Razlogov za takšno stanje na področju pridelave zelišč je več. Izhajajo tako iz naravno- kot tudi iz družbenogeografskih značilnosti Slovenije in njenih statističnih regij: relief, podnebne in vegetacijske značilnosti, starostna in izobrazbena struktura prebivalstva, zaposlitvene možnosti, razpoložljivost kmetijskih zemljišč. Pomembno vlogo ima tudi bližina trga (npr. mesta, turistična središča), kar potrjujeta število tržnih pridelovalcev zelišč in pridelovalna površina zelišč v Osrednjeslovenski statistični regiji. Zanimiv je tudi podatek, da imamo največ pridelovalnih površin zelišč za tržne namene v Pomurski statistični regiji in tam tudi hkrati eno najnižjih števil registriranih dopolnilnih dejavnosti predelave zelišč (samo šest kmetij). To pomeni, da 23 kmetij nepredelana zelišča namenja nadaljnji prodaji. Nižje deleže pridelovalnih površin zelišč v Obalno-kraški, Primorsko-notranjski in Goriški statistični regiji verjetno lahko pripisujemo reliefnim in podnebnim značilnostim regije. Gre za območja, ki so bogata z naravnimi rastišči zdravilnih rastlin, zato je verjetno veliko zelišč nabranih tudi v naravnem okolju. Hkrati pa je v Obalno-kraški in Goriški statistični regiji registriranih veliko kmetij z registrirano dopolnilno dejavnostjo predelave zelišč. Višja gostota je predvsem v obalnem delu, kar je verjetno povezano tudi z bližino pomembnih turističnih središč.

3.4 Prenos znanja na področju zeliščarstva

Ugotovili smo, da so v Sloveniji različna, predvsem neformalna izobraževanja s področja zeliščarstva zelo aktualna in priljubljena ter da jih izvajajo tako javne kot zasebne ustanove oziroma posamezniki. Za področje zeliščarstva je zelo pomembno izvajanje usposabljanj za pridobitev nacionalne poklicne kvalifikacije (NPK) *Zeliščar/zeliščarka* oziroma *Zeliščar pridelovalec/zeliščarka pridelovalka*. Leta 2017 je namreč v veljavo stopil prenovljen katalog standardov strokovnih znanj in spretnosti *Zeliščar pridelovalec/zeliščarka pridelovalka* (Katalog strokovnih znanj ..., 2017). NPK je v osnovi sistem preverjanja in potrjevanja neformalno pridobljenega znanja; za pristop k izpitu ni nujna predhodna udeležba na usposabljanjih, je pa priporočljiva.

V Sloveniji je pet aktualnih izvajalcev NPK: Ljudska univerza Ajdovščina, BC Naklo, Šola za hortikulturo in vizualne umetnosti Celje, Ljudska univerza Koper in Grm Novo mesto-Center biotehnike in turizma. Ni nujno, da vsi navedeni izvajalci izvajajo tudi predhodna usposabljanja, nekateri samo organizirajo izvedbo izpita za NPK, kandidati pa znanja pridobivajo drugje. Od leta 2013 do leta 2018 je po bazi Nacionalnega informacijskega središča za poklicne kvalifikacije NPK za *zeliščarja/ko in zeliščarja/ko pridelovalca/ko* pridobilo 289 oseb, največ preko Šole za hortikulturo in vizualne umetnosti Celje (91), sledita BC Naklo (88) in Ljudska univerza Ajdovščina (65; Nacionalno informacijsko središče ..., 2018).

Glede na rezultate anketnega vprašalnika smo poskušali prepoznati in določiti tipe udeležencev usposabljanja glede na interes, ki ga izkazujejo v povezavi z zeliščarstvom kot podjetniško dejavnostjo. Tipizacijo smo izvedli glede na odgovore na vprašanje »Zakaj ste se odločili za usposabljanje iz zeliščarstva?« in stopnje strinjanja s trditvijo »V zeliščarstvu vidim priložnost za razvoj svoje poslovne ideje in priložnost lastne zaposlitve.«

Prepoznali smo **tri osnovne tipe udeležencev**.

- Za udeležence prvega tipa je značilno, da so se na usposabljanje iz zeliščarstva prijavili izključno zato, ker jih področje zanima in v povezavi z njim nimajo nobene podjetniške ideje in želja. Ta tip udeležencev niti ne namera opraviti NPK. V ospredju je torej **želja po pridobitvi osnovnega zeliščarskega znanja** (večinoma bo uporabljeno za lastne potrebe) in s tem povezana osebnotna rast in zadovoljstvo.
- Za udeležence drugega tipa je značilno, da osnovno znanje s področja zeliščarstva že imajo, to znanje **želijo nadgraditi in bodo v večini pristopili k postopku za pridobitev NPK**. Slednjega vidijo kot potrditev formalno in neformalno pridobljenega znanja. Podjetniška pot se jim sicer zdi zanimiva, saj v zeliščarstvu vidijo številne potenciale, vendar se vanjo po vsej verjetnosti ne bodo podali, ni pa nujno. Ta tip udeležencev je prevladujoč.
- Za udeležence tretjega tipa je značilno, da imajo široko znanje s področja zeliščarstva in se z njim tudi aktivno ukvarjajo. Usposabljanje vidijo le kot možnost **nadgradnje znanja**, oblikovanja novih idej in poznanstev, predvsem pa kot izhodišče oziroma **nujno stopnjo v procesu pridobitve NPK**. Za ta tip udeležencev je značilno, da **že imajo izoblikovano poslovno idejo** in zeliščarstvo vidijo kot možnost dodatnega zaslužka ali lastne zaposlitve. Ta tip udeležencev je v manjšini, vendar je za nadaljnji razvoj zeliščarstva in z njim povezanega podjetništva izjemnega pomena.

4 ANALIZA TRŽENJSKIH IN PODJETNIŠKIH ZNAČILNOSTI ZELIŠČARJEV-PODJETNIKOV

4.1 Tržne poti zelišč v Sloveniji

V Sloveniji zelišča oziroma izdelki iz zelišč do končnega kupca pridejo na tri glavne načine.

Preko zeliščarjev-podjetnikov, ki v večini primerov zelišča pridelajo in/ali naberejo sami v lokalnem/regionalnem okolju (na ekološki ali konvencionalni način), ta zelišča predelajo (v izdelke, storitve) in prodajo. Prodaja izdelkov in/ali storitev poteka na več načinov in je namenjena različnim skupinam potrošnikov. Njihove najpomembnejše in največje stranke so gospodinjstva, kamor ponudijo in prodajo tudi večino svojih storitev. Redkeje svoje izdelke in storitve prodajo v gostinsko-turistični sektor in sektor prodaje na drobno (specializirane trgovine, trgovine z lokalnimi kakovostnimi proizvodi). Razlogi za takšno stanje so različni, velikokrat pa so povezani z omejenostjo količine surovin in/ali končnih izdelkov ter s konceptom prodaje (pristopa do kupca), ki ga ima zeliščar-podjetnik. Zeliščarji-podjetniki se iz ekonomskih razlogov trudijo večino izdelkov prodati sami in v prodajno verigo ne vključujejo posrednikov. Večina zelišč in izdelkov je prodanih znotraj lokalnega (kraj oziroma občina bivanja) in regionalnega okolja.

Preko pridelovalcev-kooperantov. V tem primeru gre večinoma za kmetijska gospodarstva, ki imajo registrirano tržno pridelavo zelišč. Gre za kooperante-pridelovalce, ki v industrijo prodajo sveža oziroma nepredelana zelišča. V Sloveniji je bil ta način prodaje močan v obdobju nekdanje Jugoslavije, v obdobju samostojne države Slovenije pa sveža zelišča odkupujejo le še nekatera večja podjetja (farmaceutska, prehrambena). Industrija sicer kupuje surovine na regionalnih tržiščih (npr. pri pogodbenih pridelovalcih).

Preko uvoznikov-posrednikov. Velik del zelišč na slovensko tržišče prihaja iz uvoza in se (v obliki izdelkov in polizdelkov) pojavljajo na tržišču. Nekatera podjetja zelišča odkupujejo na svetovnem trgu, jih predelajo in potem prodajo v lokalnem/regionalnem oziroma državnem okviru. V Sloveniji so primer takšnega delovanja velika podjetja (npr. Sitik d. o. o.), ki pogosto delujejo tudi s pomočjo posrednikov, njihovi izdelki pa dosežejo gospodinjstva, industrijo, prodajo na drobno in gostinsko-turistični sektor.

V naši raziskavi smo ugotovili, da postaja v Sloveniji vse pomembnejši in močnejši prvi način: zelišča do končnega kupca pridejo preko zeliščarjev-podjetnikov.

4.2 Tipi intervjuvanih zeliščarjev-podjetnikov

Z našo raziskavo smo prepoznali tri tipe intervjuvanih zeliščarjev-podjetnikov, in sicer: podjetnik iz nuje, podjetnik iz priložnosti in podjetnik zaradi osebne izpolnitve. Prevladujejo podjetniki iz priložnosti (podjetja št. 4, 6, 7, 8, 9, 10), ki so zaradi razpoložljivosti različnih virov, ohranjanja tradicije (npr. družinske, lokalne) ali povezovanja z drugimi podjetniki oziroma navezave na že obstoječo dejavnost, postali podjetniki. Podjetniki iz nuje (podjetji št. 3 in 5) sta v našem primeru (kljub starostni skupini, ki ji pripadata) razvili uspešno poslovno zgodbo, kar je glede na ugotovitve GEM manj pogosto. Podjetniki zaradi osebne izpolnitve (podjetji št. 1 in 2) pa so osebe, ki svojo podjetniško pot dojema-jo kot način življenja, izziv in izpolnitev lastne ideje. Pri tem tipu tudi ni toliko v ospred-ju finančna donosnost podjetja. V nadaljevanju bodo podrobneje predstavljene ključne značilnosti posameznih tipov zeliščarjev-podjetnikov in njihovih poslovnih modelov.

4.2.1 Podjetnica iz nuje

Gre za samostojno podjetnico v prvi starostni skupini (starejša od 45 let). Nosilka dejavnosti ima štiri poklice, opravila je številne tečaje v povezavi z zeliščarstvom in drugimi vsebinami ter ima certifikat NPK. Gospa je izpostavila, da je znanje in izku-šnje od vsakega poklica, za katerega se je izsolala, uporabila oziroma še uporablja v okviru svojega poslovnega modela.

»V bistvu sem se začela z zeliščarstvom ukvarjati, kako bi rekla, po sili razmer. Za svojo družino, za svoje potrebe sem jaz to delala nekje od 1979. leta. Se pravi za otro-ke, zase, ker nikoli nisem bila velik pristaš kemičnih pripravkov. Vendarle, ko pa sem leta 2000 izgubila službo, je moj hobi postal način preživetja. Sem se pač registrirala, naredila vse potrebne korake ali karkoli, da sem se registrirala kot zeliščar.«

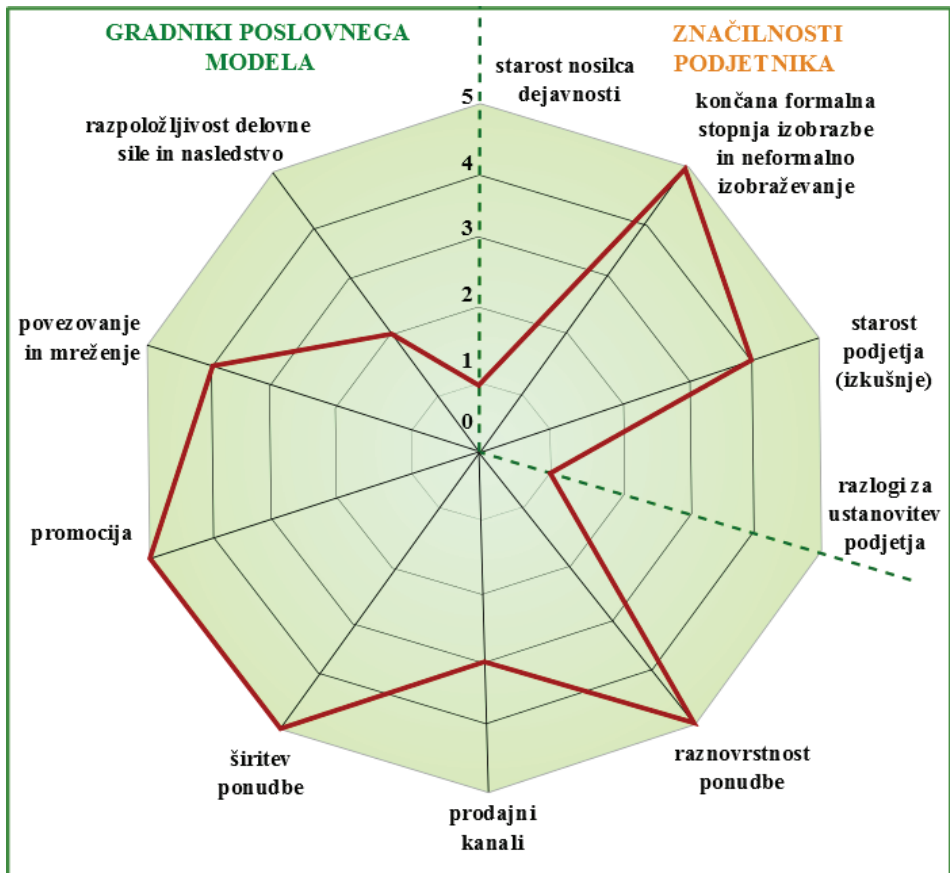
Nosilka dejavnosti, ki ji pri delu občasno pomaga mož, se ukvarja predvsem z na-biranjem zelišč, iz katerih pripravlja različne proizvode. Ima široko ponudbo izdelkov, ki jo redno dopolnjuje, izdelke pa povezuje tudi z umetnostjo. Zelišč sama ne goji, ker nima dovolj površin. V sklopu domačije je tudi ogledni zeliščni vrt.

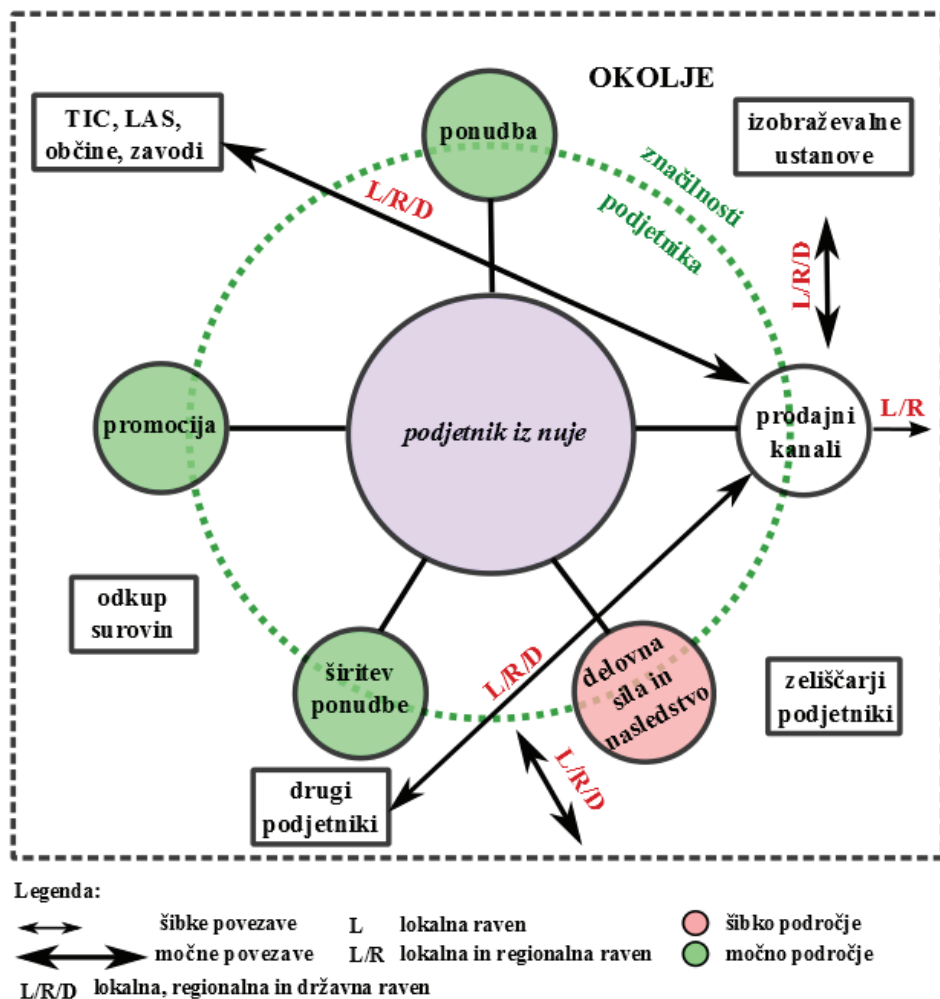
»Delam pa različne stvari zato, ker me zanima, ker vedno hočem nekaj novega. Nisem jaz tak človek, da bi jaz nekaj poštudirala in bi na tem obstala in delala to vse življenje. To je meni predolgočasno. Taka pač sem. Poleg tega pa je izziv nekaj ponuditi ljudem.«

Poleg izdelkov zeliščarka-podjetnica nudi tudi storitve, ki zajemajo predvsem or-ganizacijo in izvedbo delavnic po različnih delih Slovenije. V okviru tega sodeluje z izobraževalnimi in drugimi ustanovami, z društvi, LAS-i, tako na lokalni kot na dr-žavni ravni. Piše tudi članke za revije in se pojavlja v tematskih oddajah na televiziji. Predvidena je širitev ponudbe tako na področju izdelkov kot na področju storitev.

»Nimam naslednikov, ki bi za menoj dejavnost prevzeli, tako da mož mi pomaga samo pri čiščenju, pri teh dodatnih opravilih. Kar se samega proizvodjanja produktov tiče, tam pač ne. Tam sem sama in en človek več kot toliko ne more narediti. In tudi meni ni cilj proizvajati, meni je cilj izobraževati, ker imam tudi delavnice in pa z veseljem predavam in hodim poučevati in sodelovat na delavnicah kjer koli po Sloveniji. Tako da to mi je vizija, vizija mi je nekako čim več ljudi naučit, kaj se lahko iz narave dobi, kako se na pravi način iz narave pobere, s tem da ohranjamo in rastlinske vrste in zemljo kot tako in to porabiti zase, za svoje potrebe.«

Sliki 3 in 4: Kvalitativni profil in shematiziran prikaz podjetniških in trženjskih značilnosti podjetja št. 5.



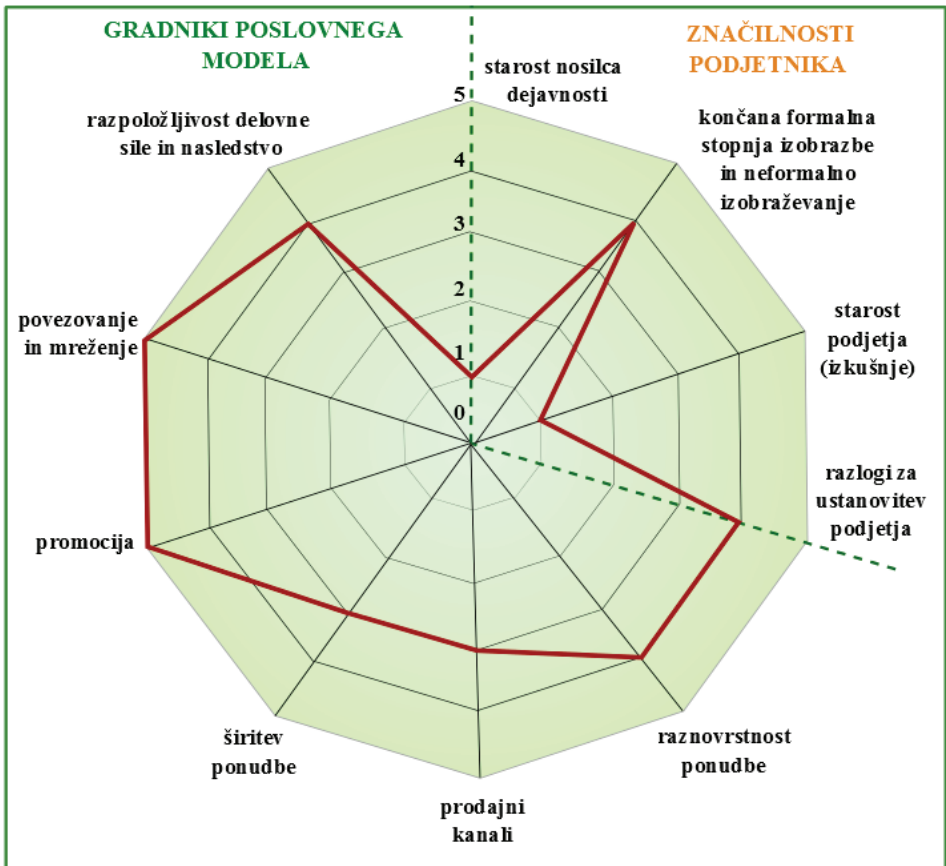


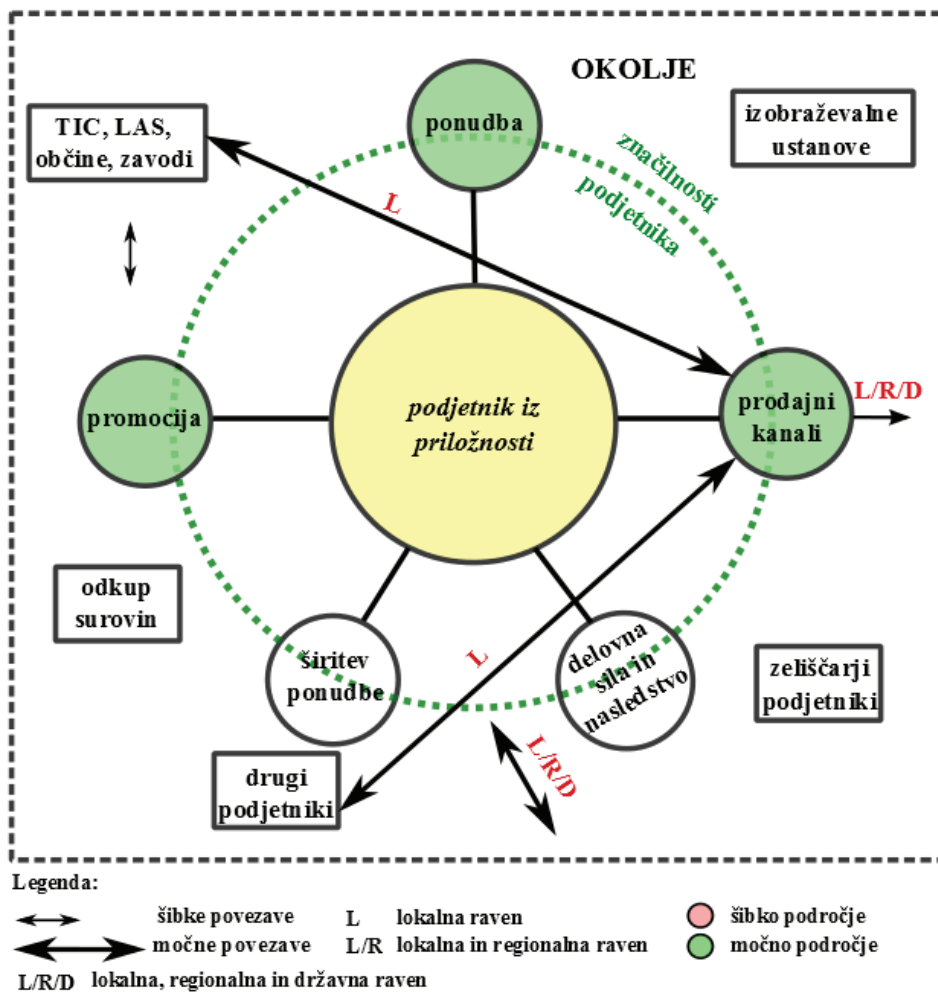
4.2.2 Podjetnica iz priložnosti

Nosilka dejavnosti je **samostojna podjetnica**, ki spada v prvo starostno skupino (starejša od 45 let). Je univerzitetno izobražena, smer izobrazbe je povezana z dejavnostjo, ki jo opravlja. Ukvarja se s proizvodnjo in razvojem ekološke kozmetike. Posebnost njenega modela je v tem, da kozmetične izdelke nosilka dejavnosti prodaja pod blagovno znamko prijateljice, ki ji tudi dobavlja nekatere surovine.

»Pred 4 leti sva se pa s to kolegico po naključju srečali spet po mnogih letih in je povedala, da se 100 % samo še z zelišči ukvarja oziroma se je ukvarjala predvsem z grafologijo; ko je nastopila kriza, pa je ta posel šel povsem po zlu in je potem pojačala to zeliščarstvo. In potem je iskala nekoga, da bi ji začel izdelovat razna mazila, ki jih potem ona ponuja zraven pač za nego ali pa za kakšne težave na koži. In sem rekla – v redu, če to zase delam, bom pa še zate. Saj ni problema. V glavnem, začelo se je s 4 mazili, zdaj pa mislim, da je izdelkov že preko 60.«

Sliki 5 in 6: Kvalitativni profil in shematiziran prikaz podjetniških in trženjskih značilnosti podjetja št. 7.





Pri razvoju izdelkov je zelo inovativna, išče tržne vrzeli in stremi k razvoju izdelkov in storitev, ki jih na tržišču še ni. Trenutno skupaj s hčerko razvijata linijo ekoloških parfumov. Pri delu ji pomagajo družinski člani, v hčerki pa vidi možno naslednico dejavnosti. Nosilka dejavnosti se povezuje z različnimi akterji na lokalni, regionalni in državni ravni. Poleg ekološkega kmetovanja jo zanimajo tudi druge alternativne oblike kmetovanja, še posebej biodinamično kmetovanje.

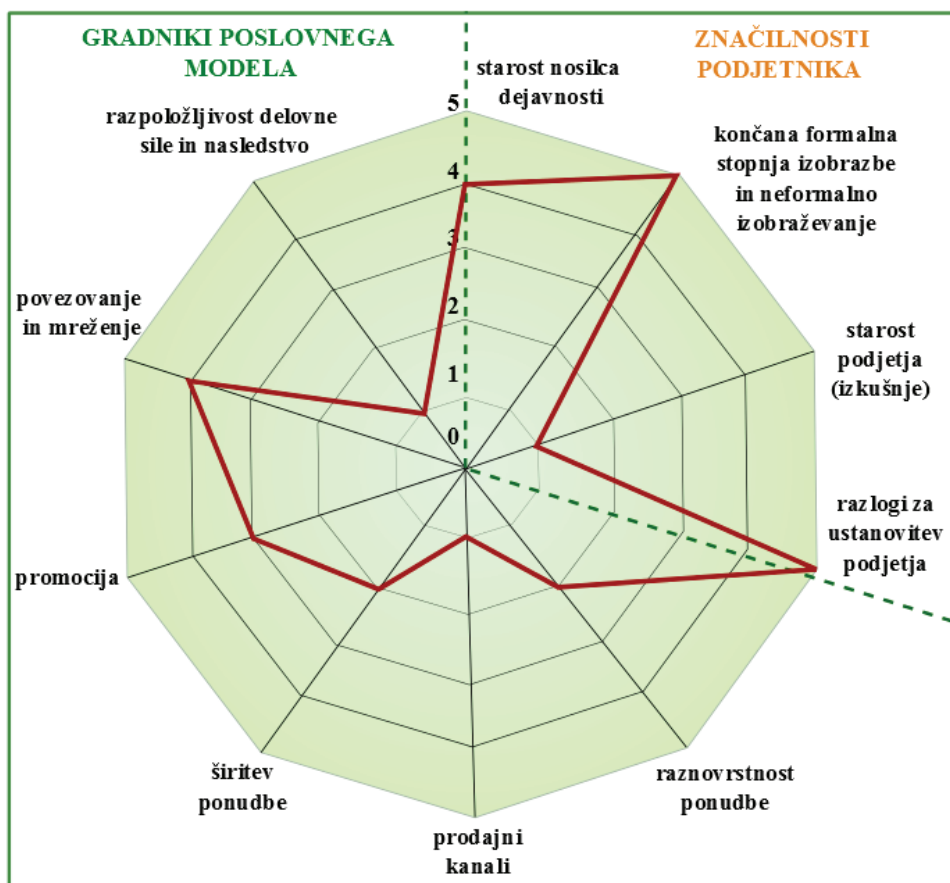
»Če je ponudba široka, je lažje, je bistveno več vložnega dela pa denarja, ampak je potem lažje prodat. Bi pa vsak moral najti eno nišo. Men se zdi to, kar ima moja kolegica, da ima grafologijo, odlična zadeva. Da ima grafologijo, da jo uporablja za to, da vidi, kaj se s tem človekom dogaja in kako mu pomagat.«

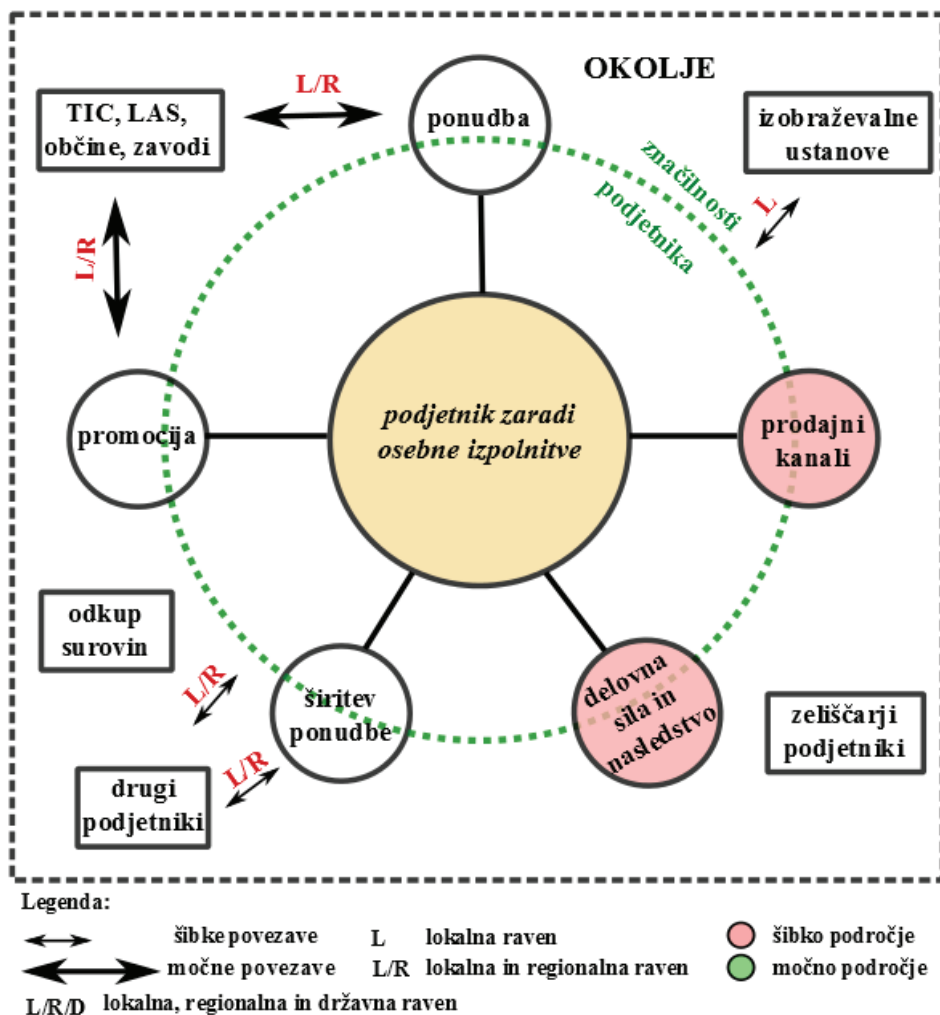
Nosilka dejavnosti je v intervjuju sicer večkrat poudarila prednosti sodelovanja s prijateljico in prodaje pod skupno blagovno znamko, vendar priznava, da je pri tem potrebno veliko usklajevanja, zaupanja in iskanja kompromisov.

4.2.3 Podjetnici zaradi osebne izpolnitve

Gre za mlado podjetje, **zasebni zavod**, ki ga vodita ženski v četrti starostni skupini z univerzitetno izobrazbo, ki ni povezana s kmetijstvom. Izobrazbo s področja zeliščarstva sta pridobili preko NPK (ena lastnica) in preko izobraževanja v Avstriji (druga lastnica). Razlogi za začetek dejavnosti izhajajo iz osebnih razlogov.

Sliki 7 in 8: Kvalitativni profil in shematiziran prikaz podjetniških in trženjskih značilnosti podjetja št. 1.





»V bistvu sva midve na podeželju doma, obe sva radi v Gornjem Gradu in se ne bi radi vozili v Ljubljano uro pa pol. Pa tukaj dejansko nič ni, nič nimamo, imamo pa največjo katedralo v Sloveniji. Samo okolje pa, če greš samo en korak, pa imaš že zelišča. Bolj naravno ne bi moglo biti. Ampak to moraš najprej razumeti in videti, da to lahko s tem kaj začneš. Načeloma sva ugotovili, da bo to kar način življenja. To sva že itak vedeli prej, ko sva se v to podali. Če tega ne bi sprejeli, se v to ne bi podali. Zaradi tega, ker je pač to, ali pa nič drugega. In to sva midve tudi tako vzeli. Je način življenja.«

Njun poslovni model temelji na storitvah (čajanka, delavnice), ki so povezane z zeliščnim vrtom ob katedrali v Gornjem Gradu, in so močno vezane na lokalno okolje. Gre za preplet tradicije, zgodovine, naravnih danosti in tradicionalnega znanja v moderni podobi, ki jih nudi lokalno okolje. Širitev ponudbe je predvidena in je vezana na storitve, vendar je še v idejni fazi. Podjetje je odprto za sodelovanje, povezuje se z izobraževalnimi ustanovami na lokalni ravni, LAS-om ter s ponudniki drugih storitev, ki se lahko s svojo dejavnostjo navežejo na njuno ponudbo.

»Tako se mi zdi škoda, ko ljudje hočejo iz svojih vasi, pa s podeželja ven, ko je pa čisto fino. Pač mi imamo vse, je pa dejstvo, da je za ženske tukaj malo problem. Pač za pultom ali pa za šankom v neki obliki in potem tudi nimaš več toliko možnosti. In bi radi sebi ustvarili eno možnost. Hkrati pa tudi to je široka stvar, da se lahko na to navezuje še veliko stvari. To lahko za sabo potegne ogromno. Ne delava midve nekaj popoldansko, midve sva dali odpoved. In upava, da se bo v prihodnosti na najin produkt lahko vezalo še kaj drugega. Da bo še kdo drug videl priložnost v tem.«

V času od izvedenega intervjuja sta v Gornjem Gradu odprli prodajalno z zelišči pod imenom »Stara pošta«. Poleg tega se vse pogosteje pojavljata v medijih kot primer uspešnega, mladega in inovativnega podjetja, ki temelji na virih lokalnega okolja.

4.3 Izbrane lastnosti intervjuvanih zeliščarjev-podjetnikov

Glede na starost so v naši raziskavi prevladovali nosilci dejavnosti, starejši od 45 let. Tej starostni skupini je skupna široka ponudba različnih izdelkov in storitev. Svoje izdelke prodajajo na domu, tržnicah, sejmih in drugih dogodkih po Sloveniji ali/in v posameznih trgovinah (do 5) ter preko spleta. Prav tako predvidevajo širitev izdelkov in/ali storitev. Podjetniki te starostne skupine se poslužujejo kombinacije različnih promocijskih kanalov (splet, letaki, sejmi, tržnice, preko zadovoljnih uporabnikov, prijateljev) tudi ob pomoči turistično-informacijskih centrov, lokalnih akcijskih skupin ali drugih organizacij. Skupno jim je tudi sodelovanje in povezovanje na področju prodaje lastnih surovin, izdelkov ali storitev ter sodelovanje z izobraževalnimi in drugimi ustanovami (TIC, LAS). Štirim podjetnikom v prvi starostni skupini tudi občasno pomagajo družinski člani ali prijatelji, ena podjetnica pa vse delo opravi sama.

Glede nasledstva pa je situacija nekoliko drugačna; predvideno je le v enem primeru, v dveh še ni določeno, vendar zanj dopuščajo možnost, dva podjetnika pa naslednika nimata. Večina intervjuvanih podjetnikov je visoko izobraženih (imajo univerzitetno izobrazbo) in so znanja s področja zeliščarstva in podjetništva pridobivali preko različnih tečajev in usposabljanj ali preko drugih oblik neformalnega izobraževanja. Štirje nosilci dejavnosti imajo tudi certifikat NPK *Zeliščar/zeliščarka*. Vsi podjetniki v intervjujih izpostavljajo znanje, njegov prenos in nenehno nadgradnjo kot temelj zeliščarstva in uspešnega delovanja podjetja. Večinoma gre za mlada podjetja, stara do 5 let, dve podjetji sta stari med 6 in 10 let, samo eno je nastalo pred letom 2000.

Razlogi za začetek ukvarjanja z dejavnostjo so med podjetniki precej različni. Lahko jih razdelimo v dve skupini: podjetja, ki so nastala predvsem zaradi osebnih razlogov oziroma okoliščin (po »sili razmer«, potrebe po dodatnem zaslužku, zaradi osebnega zadovoljstva, izpolnitve življenjskega cilja, inovacije, razpoložljivosti zemljišč in drugih virov), ter podjetja, ki so nastala zaradi drugih razlogov in okoliščin (zaradi sodelovanja z drugimi podjetniki, navezave na že obstoječo dejavnost, ohranjanja družinske ali druge tradicije). Kljub temu je iz vseh intervjujev razbrati, da so to podjetniki, ki jim njihova dejavnost oziroma podjetje predstavlja način življenja.

Večina podjetij ima tudi široko ponudbo izdelkov in/ali storitev, dve podjetji pa nudita samo storitve. Njihovi prodajni kanali so usmerjeni predvsem na lokalno in regionalno raven, le eno podjetje ima vzpostavljeno širšo in močno prodajno mrežo, ki vključuje tudi prodajo v tujini. Večina podjetnikov načrtuje širitev svoje ponudbe, ki je v večini primerov še v idejni fazi oziroma v fazi razvoja. Ob tem izpostavljajo različne ovire, najpogosteje časovne in kadrovske omejitve, včasih pa tudi administrativne ovire (čakanje na razpise, težave z registracijo storitev ali proizvodov, certificiranje). Vsi podjetniki so odprti za sodelovanje, večina sodeluje predvsem na področju prodaje lastnih surovin, izdelkov ter storitev, sodelujejo z izobraževalnimi in drugimi ustanovami (zavodi, turistično-informacijski center – TIC, lokalna akcijska skupina – LAS, društva) na lokalni ali regionalni ravni, nekatera pa se povezujejo na vseh ravneh, tudi na državni in z različnimi akterji. Vsi podjetniki so izkazali interes po vključitvi v skupno oziroma krovno blagovno znamko. Vanjo bi se vključili pod primernimi pogoji (ustrezna plačila, dovršenost in prepoznavnost znamke, da je znamka blizu njihovim načelom in prepričanjem). Večini podjetnikov pri delu občasno pomagajo družinski člani ali prijatelji. Samo v treh primerih je določen naslednik dejavnosti (od tega je en primer d. o. o.). V dveh primerih dopuščajo možnost, da bo podjetje prevzel nekdo od družinskih članov, če bo za to izkazal željo oziroma interes.

Pri delu in vodenju podjetja se srečujejo s precej podobnimi ovirami: pomanjkanje informacij (s strani pristojnih služb), pomanjkanje strokovne podpore in svetovanja s strani pristojnih ustanov in služb tako na lokalni kot na državni ravni, (pre)visoke davkatve glede na vrsto in obseg (zaslužek) dejavnosti, zahtevnost zakonodaje in z njo povezane omejitve (omejitve glede navajanja zdravilnih učinkov rastlin), pomanjkanje kakovostnih izobraževanj (v smislu znanstvenih predavanj), pomanjkanje sofinanciranja in finančnih spodbud države, dolgotrajnost postopkov, povezanih z razpisi, visoki finančni vložki v certificiranje izdelkov. Navajajo tudi druge ovire (pomanjkanje časa, preobremenjenost, razpoložljivost delovne sile, ustreznih prostorov in obdelovalnih površin). Prej navedene ovire pa so predvsem sistemske in nanje podjetniki večinoma nimajo vpliva.

5 SKLEP

Zeliščarstvo je dejavnost, ki zajema nabiranje, gojenje in predelavo zelišč v različne pripravke za lastno uporabo ali nadaljnjo prodajo za namene preventive ali zdravljenja. Zeliščar pa je oseba s širokim znanjem o pravilnem nabiranju, gojenju, predelavi in uporabi zelišč na naravi prijazen način ter znanjem o njihovih učinkih na zdravje ljudi, živali in rastlin.

Ugotavljamo, da je glede na rezultate naše analize nadaljnji razvoj zeliščarstva v Sloveniji močno odvisen od zeliščarjev-podjetnikov, njihovih osebnostnih potez (ambicij) ter podjetniških in trženjskih značilnosti. To pomeni, da v prihodnosti od teh podjetnikov bistvene razširitve ponudbe ni mogoče pričakovati, saj že sedaj priznavajo, da so preobremenjeni, njihov obstoječi poslovni model pa ne omogoča (dostojnega) zaslužka še eni osebi. Poleg tega je glede na starost podjetnikov pričakovati njihovo postopno upokojevanje in/ali zmanjševanje, prestrukturiranje oziroma opuščanje dejavnosti. Ker večina intervjuvanih zeliščarjev-podjetnikov nima predvidenega naslednika, lahko pričakujemo, da bodo ta podjetja v prihodnosti postopno ugašala. To pa pomeni nove izzive za nadaljnji razvoj zeliščarstva v Sloveniji kot tudi za njegovo načrtovanje. Tu bo svojo vlogo morala odigrati tudi država, saj področje zeliščarstva še zdaleč ni dovolj dobro sistemsko urejeno.

K nadaljnjemu razvoju zeliščarstva bo v prihodnosti moralo več prispevati tudi formalno izobraževanje oziroma javno šolstvo na vseh ravneh. Izobraževanje otrok in mladostnikov o poznavanju, gojenju in uporabi zdravilnih rastlin je izjemnega pomena tako v kontekstu ohranjanja in prenosa znanja kot tudi za prihodnji razvoj zeliščarstva v Sloveniji. Deloma nadaljnji razvoj neformalnega izobraževanja na področju zeliščarstva v Sloveniji nakazuje tudi prenovljeni Katalog strokovnih znanj in spretnosti *Zeliščar pridelovalec/zeliščarka pridelovalka* za pridobitev NPK. Ta namreč glavni poudarek daje pridelavi zelišč, ne pa toliko njihovi predelavi in trženju. Glede na ugotovitve naše raziskave, ki izhajajo predvsem iz analize podjetniških in trženjskih značilnosti intervjuvanih zeliščarjev-podjetnikov, je ta katalog nekoliko pomanjkljiv. Zeliščarjem-podjetnikom pogosto primanjkuje znanj s področja podjetništva (zakonodaja, trženje, vodenje podjetja), zato bi bilo smiselno, da se v prihodnosti večji poudarek nameni tudi tem vsebinam. Tudi zato, ker ugotavljamo, da se bo glede na starostno strukturo obstoječih slovenskih zeliščarjev-podjetnikov in njihovega nasledstva slovensko zeliščarstvo moralo soočiti z novimi izzivi, povezanimi z zmanjšanim številom ali celo pomanjkanjem zeliščarjev-podjetnikov.

Dodaten izziv za slovensko zeliščarstvo bo predstavljalo tudi povezovanje med zeliščarji-podjetniki. To je trenutno precej šibko. Slovenski zeliščarji-podjetniki so zelo individualizirani in skromni pri povezovanju in vključevanju v mreže oziroma večje sisteme (zadruge, skupne blagovne znamke, trgovske verige). Slednje pa bo za nadaljnji razvoj panoge (in razvoj podeželja) nujno potrebno. Prav tako bo treba pomembne korake narediti tudi na področju večjega povezovanja zeliščarstva z gostinsko-turističnim sektorjem, kjer nekateri zeliščarji-podjetniki že sedaj prepoznavajo številne poslovne priložnosti, tako na področju prodaje izdelkov kot ponudbe storitev.

Literatura in viri

- Boštjančič, E., Lampič, B., 2015. Varnost, stabilnost, življenjski slog: Prevladujoča karierna sidra gospodarjev slovenskih tržnih kmetij. *Dela*, 44, str. 5–23.
- Imami, D., Ibraliu, A., Gruda, N., Skreli, E., Fasllia, N., 2015. Analysis of the medicinal and aromatic plants value chain in Albania. *Gesunde Pflanzen*, 67, 4, str. 155–164. DOI: 10.1007/s10343-015-0354-0.
- Kratnar, S., 2007. Poslovni modeli največjih slovenskih spletnih mest. Diplomsko delo. Ljubljana, Ekonomska fakulteta, 43. str.
- Lavrenčič, M., 2013. Analiza poslovnega modela v izbranem novonastalem podjetju s področja informacijske tehnologije. Magistrsko delo. Ljubljana, Ekonomska fakulteta, 51 str.
- Leksikon Sova, 2006. Ogrizek, M. (ur.). Ljubljana, Cankarjeva založba, 1261 str.
- Mayer, J., G., Uehleke, B., Saum, K., 2008. Priročnik samostanskega zdravilstva. Ljubljana, Založba Arkadija, 432 str.
- Mlakar, V., 2015. Rastlina je sveta od korenin do cveta. Tradicionalno znanje o rastlinskem svetu na Slovenskem. Ljubljana, samozaložba, 495 str.
- Močnik, D., 2010. Poslovni model in informacijski sistemi. Ljubljana, Elektrotehnični vestnik, 77, 2–3, str. 143–148.
- Nacionalno informacijsko središče. Baze podatkov Zeliščar pridelovalec/zeliščarka pridelovalka. 2018. URL: <http://www.nrpslo.org/kartica-npk.aspx/24018801> (citirano 5. 2. 2019).
- Nurković, R., 2013. Ruralna geografija svijeta. Sarajevo, Univerzitet u Sarajevu, 344 str. Okolje in naravni viri. Statistični urad RS. URL: https://pxweb.stat.si/SiStatDb/pxweb/sl/30_Okolje/ (citirano 1. 10. 2019).
- Podjetja po dejavnosti (SKD 2008) in velikosti glede na število oseb, ki delajo, Slovenija, letno, 2019. Statistični urad Republike Slovenije. URL: https://pxweb.stat.si/SiStatDb/pxweb/sl/20_Ekonomsko/20_Ekonomsko__14_poslovni_subjekti__01_14188_podjetja/1418801S.px/ (citirano 21. 5. 2019).
- Rexhepi, B., Mustafa, B., Hajdari, A., Rushidi-Rexhepi, J., Quave, C. L., Pieroni, A., 2013. Traditional medicinal plant knowledge among Albanians, Macedonians and Gorani in the Sharr Mountains (Republic of Macedonia). *Genetic Resources and Crop Evolution*, 60, 7, str. 2055–2080. DOI: 10.1007/s10722-013-9974-3.
- Ribič, P., vodja izobraževanj odraslih v BC Naklo. Intervju, posnet 13. 3. 2018.
- Katalog strokovnih znanj in spretnosti. Zeliščar pridelovalec/zeliščarka pridelovalka 2401880011, 2017. Republika Slovenija, Ministrstvo za delo, družino, socialne zadeve in enake možnosti. URL: <https://www.nrpslo.org/katalog.aspx/24018801> (citirano 5. 4. 2019).
- Slovar slovenskega knjižnega jezika. Inštitut za slovenski jezik Frana Ramovša ZRC SAZU – Portal BOS. Iskanje po Slovarju slovenskega knjižnega jezika (1970–1991). URL:

http://bos.zrc-sazu.si/cgi/a03.exe?name=sskj_testa&expression=zeli%C5%A1%C4%8D&hs=1 (citirano 17. 1. 2019).

Slovenski etnološki leksikon. 2011. Baš, A. (ur.). Ljubljana, Mladinska knjiga, 730 str. Smernice razvoja lokalne oskrbe z zelišči za obdobje 2016 – 2021. Ljubljana, Ministrstvo za kmetijstvo, gozdarstvo in prehrano, 30 str. URL: http://www.mkgp.gov.si/fileadmin/mkgp.gov.si/pageuploads/podrocja/Kmetijstvo/Kmetijski_trgi/Smernice_razvoja_zelisca_2016__2021_koncna_verzija.pdf (citirano 13. 1. 2019).

Struktura kmetijskih gospodarstev, Slovenija, 2016. Statistični urad Republike Slovenije. URL: <https://www.stat.si/StatWeb/News/Index/6742?AspxAutoDetectCookieSupport=1> (citirano 7. 3. 2019).

Štrukelj, P., 1980. Romi na Slovenskem. Ljubljana, Cankarjeva založba, 221 str.

HERBALISM AS AN ENTERPRENEURIAL ACTIVITY IN RURAL AREAS

Summary

From the end of the 1980s until 2009, the herb production in Slovenia decreased from 3570 to about 20 ha. After 2010, the area under cultivation of spices, aromatic plants and medicinal plants increased: in 2017 it amounted to 142 ha, covering 192 tonnes of production, with 263 registered farms engaged in market production (and with registered herbs processing). In Slovenia, herbs are dealt with (except for amateur herbalists): herb growers (farmers, companies), herb collectors (entrepreneurs, individuals with registered personal supplementary work), herb processors (companies, farmers with registered supplementary activity), sellers (both products as a service; businesses, farmers with registered supplementary activities) and consumers (households, businesses, public sector). In Slovenia, herbs or finished products from herbs come to customers in three ways: through herbal entrepreneurs, growers-subcontractors and through importers-intermediaries.

In the article we focused on herbal entrepreneurs who are an important and relatively new player in the field of herbs in Slovenia. Analyzing their entrepreneurial and marketing characteristics, we have found that herbalism is a multifunctional production and service activity in which entrepreneurship, traditional knowledge, agriculture, protection of the natural environment and modern lifestyles are intertwined.

We have identified three groups through semi-structured interviews with 10 herbal entrepreneurs:

1. *emergency herbal entrepreneurs*: such businesses were created primarily for personal reasons or because of the job loss or the need for additional earnings;

2. *herbal entrepreneurs for the purpose of fulfilling their life goals;*
3. *opportunities driven herbal entrepreneurs:* they used available land and other resources, cooperated with other entrepreneurs, connected herbalism to an existing activity, maintained a family or other tradition, introduced innovations, etc.

Our survey was dominated by operators aged over 45, who offer a wide variety of products and services on the market. They sell their products at home, market-places, fairs and other events around Slovenia or/and in individual stores (up to 5) and online. They also envisage an expansion of the range of products and/or services. Entrepreneurs of this age group use combinations of different promotional channels (web, leaflets, fairs, market, through satisfied users, friends), also with the help of tourist information centers, local action groups or other organizations. They also have a common cooperation and integration in the field of selling their own raw materials, products or services, as well as cooperation with educational and other institutions. Their sales channels are targeted primarily at the local and regional level, with only one company had a wider and strong sales network, including sales abroad. Most entrepreneurs plan to expand their offer, which in most cases is still in the conceptual or developmental stage. In doing so, they highlight various barriers, most often time and staff constraints, and sometimes administrative barriers (waiting for tenders, problems with registering services or products, certification).

Based on the results of our analysis, we find that the further development of herbalism in Slovenia depends heavily on herbal entrepreneurs, their personality traits (ambitions) and entrepreneurial and marketing characteristics. This means that in the future, these entrepreneurs cannot expect a significant expansion of their offer, as they already admit that they are overburdened, and their existing business model does not allow (decent) profit for another person. In addition, depending on the age of the entrepreneurs, their gradual retirement and/or reduction, restructuring or abandonment of activities is expected. As most of the herbal entrepreneurs interviewed do not have an intended successor, we can expect that these companies will gradually shut down in the future.

An additional challenge for Slovenian herbalism will also be the connection between herbal entrepreneurs, which is quite weak nowadays. Slovenian herbal entrepreneurs are very individualized and modest in connecting and joining networks or larger systems (cooperatives, joint brands, retail chains). The latter, however, will be indispensable for the further development of the industry (and rural development). Significant steps will also need to be taken in the area of greater integration of herbalism with the hospitality and tourism sector, where some herbal entrepreneurs are already recognizing numerous business opportunities, both in product sales and service offerings.

In the future, formal education or public education at all levels will have to contribute more to the further development of herbalism. In part, the further development

of non-formal education in the field of herbalism in Slovenia is also indicated by the updated Catalog of Expertise and Skills Herbalist Producer for NPK. Often, herbal entrepreneurs lack knowledge in the field of entrepreneurship (law, marketing, business management), so it would make sense to focus more on these topics in the future. Also, because we find that given the age structure of existing Slovenian herbal entrepreneurs and their succession, Slovenian herbalism will have to face new challenges related to the reduced number or even lack of herbal entrepreneurs.

(Translated by Irma Potočnik Slavič)