

UNIVERZA V LJUBLJANI
EKONOMSKA FAKULTETA

MAGISTRSKO DELO

**ANALIZA ODLOČANJA SKRBNIKOV HIŠNIH LJUBLJENCEV PRI
NAKUPU ZDRAVIL ZA ZDRAVLJENJE BOLHAVOSTI IN
KLOPAVOSTI**

Ljubljana, junij 2016

MIRIJAM ČERNE PRELOVŠEK

IZJAVA O AVTORSTVU

Podpisana Mirijam Černe Prelovšek, študentka Ekonomske fakultete Univerze v Ljubljani, avtorica predloženega dela z naslovom Analiza odločanja skrbnikov hišnih ljubljencev pri nakupu zdravila za zdravljenje bolhavosti in klopavosti, pripravljenega v sodelovanju s svetovalko doc. dr. Matejo Kos Koklič,

IZJAVLJAM,

1. da sem predloženo delo pripravila samostojno;
2. da je tiskana oblika predloženega dela istovetna njegovi elektronski obliki;
3. da je besedilo predloženega dela jezikovno korektno in tehnično pripravljeno v skladu z Navodili za izdelavo zaključnih nalog Ekonomske fakultete Univerze v Ljubljani, kar pomeni, da sem poskrbela, da so dela in mnenja drugih avtorjev oziroma avtoric, ki jih uporabljam oziroma navajam v besedilu, citirana oziroma povzeta v skladu z Navodili za izdelavo zaključnih nalog Ekonomske fakultete Univerze v Ljubljani;
4. da se zavedam, da je plagiatstvo – predstavljanje tujih del (v pisni ali grafični obliki) kot mojih lastnih – kaznivo po Kazenskem zakoniku Republike Slovenije;
5. da se zavedam posledic, ki bi jih na osnovi predloženega dela dokazano plagiatstvo lahko predstavljalo za moj status na Ekonomski fakulteti Univerze v Ljubljani v skladu z relevantnim pravilnikom;
6. da sem pridobila vsa potrebna dovoljenja za uporabo podatkov in avtorskih del v predloženem delu in jih v njem jasno označila;
7. da sem pri pripravi predloženega dela ravnala v skladu z etičnimi načeli in, kjer je to potrebno, za raziskavo pridobila soglasje etične komisije;
8. da soglašam, da se elektronska oblika predloženega dela uporabi za preverjanje podobnosti vsebine z drugimi deli s programsko opremo za preverjanje podobnosti vsebine, ki je povezana s študijskim informacijskim sistemom članice;
9. da na Univerzo v Ljubljani neodplačno, neizključno, prostorsko in časovno neomejeno prenašam pravico shranitve predloženega dela v elektronski obliki, pravico reproduciranja ter pravico dajanja predloženega dela na voljo javnosti na svetovnem spletu preko Repozitorija Univerze v Ljubljani;
10. da hkrati z objavo predloženega dela dovoljujem objavo svojih osebnih podatkov, ki so navedeni v njem in v tej izjavi.

V Ljubljani, dne _____

Podpis študentke: _____

KAZALO

UVOD	1
1 HIŠNI LJUBLJENEC V ŽIVLJENJU SODOBNEGA ČLOVEKA.....	5
1.1 Odnos hišni ljubljenec – človek.....	5
1.2 Razlogi za hišnega ljubljena.....	7
1.3 Vloge hišnega ljubljena.....	9
1.3.1 Hišni ljubljenec kot prijatelj.....	9
1.3.2 Hišni ljubljenec kot razširjeni jaz.....	10
1.3.3 Hišni ljubljenec kot družinski član.....	12
1.4 Odgovorno skrbništvo.....	14
2 TRG VETERINARSKIH ZDRAVIL ZA ZDRAVLJENJE BOLHAVOSTI IN KLOPAVOSTI	15
2.1 Trg veterinarskih zdravil za ljubiteljske živali.....	16
2.1.1 Slovenski trg veterinarskih zdravil in podjetja, ki jih tržijo.....	19
2.1.2 Zdravila za zdravljenje bolhavosti in klopavosti na slovenskem trgu	22
2.2 Bolhavost in klopavost pri hišnih ljubljenicah	23
2.2.1 Klinična slika in zdravljenje bolhavosti	23
2.2.1.1 Diagnostika bolhavosti	24
2.2.1.2 Zatiranje in zdravljenje bolhavosti	25
2.2.2 Klinična slika in zdravljenje klopavosti	25
2.3 Mesto nakupa ali izdaje zdravil za zdravljenje bolhavosti in klopavosti.....	27
2.3.1 Veterinarska ambulanta in vloga veterinarja pri svetovanju.....	27
2.3.2 Lekarna in vloga lekarniškega farmacevta pri izdaji veterinarskega zdravila ..	28
3 NAKUPNO ODLOČANJE PORABNIKOV	29
3.1 Koraki v procesu nakupnega odločanja	30
3.1.1 Prepoznavna problema	31
3.1.2 Iskanje informacij.....	32
3.1.2.1 Notranje iskanje informacij	33
3.1.2.2 Zunanje iskanje informacij	34
3.1.2.3 Stopnje iskanja in obdelave informacij.....	35
3.1.2.4 Motiviranost za obdelavo informacij.....	36
3.1.2.5 Sposobnost in priložnost obdelave informacij.....	38
3.1.3 Ocenjevanje alternativ	39
3.1.3.1 Procesi ocenjevanja izbranih alternativ	40
3.1.4 Odločitev za nakup.....	42
3.1.5 Ponakupno vedenje	43
3.2 Dejavniki, ki vplivajo na proces odločanja.....	44
3.2.1 Kultura in subkultura.....	45
3.2.2 Referenčne skupine	47
3.2.3 Družina.....	48

3.2.4	Sporočanje od ust do ust	49
3.3	Vplivi na nakupno odločanje skrbnikov hišnih ljubljencev	50
3.3.1	Vplivi na odločitve pri nakupu hrane za hišnega ljubljenca	51
3.3.2	Vplivi na odločitev za veterinarsko oskrbo	52
3.3.2.1	Čustvena navezanost.....	52
3.3.2.2	Pričakovanja glede okrevanja	53
3.3.2.3	Finančno odrekanje.....	54
4	EMPIRIČNA RAZISKAVA ODLOČANJA SKRBNIKOV HIŠNIH LJUBLJENCEV ZA NAKUP VETERINARSKIH ZDRAVIL ZA ZDRAVLJENJE BOLHAVOSTI IN KLOPAVOSTI	55
4.1	Opis in utemeljitev metode raziskovanja.....	55
4.2	Značilnosti vzorca.....	57
4.3	Metoda analize vsebine	59
4.4	Analiza empirične raziskave.....	60
4.4.1	Razlogi za hišnega ljubljenca.....	60
4.4.2	Opredelitev vlog hišnega ljubljenca.....	61
4.4.3	Vpliv odnosa skrbnik – hišni ljubljenc na nakupno odločanje	63
4.4.4	Proces nakupnega odločanja za zdravila za zdravljenje bolhavosti in klopavosti.....	66
4.4.4.1	Soočanje s klopavostjo in bolhavostjo pri hišnih ljubljencih	66
4.4.4.2	Iskanje informacij	67
4.4.4.3	Ocenjevanje alternativ	70
4.4.4.4	Odločitev za nakup	71
4.4.4.5	Ponakupno vedenje.....	73
4.5	Interpretacija empirične raziskave.....	73
4.5.1	Vpliv odnosa med hišnim ljubljencem in skrbnikom na proces nakupnega odločanja	75
4.5.2	Nakupno odločanje skrbnikov hišnih ljubljencev za zdravila za zdravljenje bolhavosti in klopavosti pri psih in mačkah	77
	SKLEP	80
	LITERATURA IN VIRI	83
	PRILOGE	

KAZALO TABEL

Tabela 1: Vodilni svetovni proizvajalci veterinarskih zdravil za ljubiteljske živali	19
Tabela 2: Najpomembnejša zdravila za zdravljenje bolhavosti in klopavosti.....	22
Tabela 3: Razlikovanje prednakupnega in stalnega iskanja informacij	35
Tabela 4: Demografski podatki prve fokusne skupine in podatki o hišnih ljubljencih	57
Tabela 5: Demografski podatki druge fokusne skupine in podatki o hišnih ljubljencih	57
Tabela 6: Demografski podatki tretje fokusne skupine in podatki o hišnih ljubljencih	58

KAZALO SLIK

Slika 1: Svetovna prodaja trga veterinarskih zdravil za ljubiteljske živali v letih 2004–2014 (v \$m)	17
Slika 2: Deleži prodaje po skupinah zdravil za ljubiteljske živali globalno v letu 2014.....	18
Slika 3: Proces notranjega iskanja informacij	34
Slika 4: Ocenjevanje alternativ	39
Slika 5: Prenos pomenov v družbenem okolju	45
Slika 6: Model kulturnega procesa	46
Slika 7: Proces metode analize vsebine	59
Slika 8: Prikaz interpretacije empirične raziskave	74

UVOD

Tesen odnos med človekom in živaljo predstavlja velik del naše kulture. Ti odnosi so kompleksni, saj igrajo živali različne vloge, od uporabnih do povsem neuporabnih ali oboje hkrati. Hišni ljubljenci imajo danes mnogokrat vlogo emocionalnih podpornikov, prijateljev, partnerjev in družabnikov (Horvat Kokalj, 2015, str. 83). V empirično analizo dejavnikov sreče v Sloveniji, ki je na voljo na spletni strani Statističnega urada Republike Slovenije (Statistični dnevi, 2011), je bilo vključeno 800 posameznikov. V omenjeno raziskavo je bil kot eden izmed dejavnikov sreče vključen tudi dejavnik posedovanja in skrbi za domače živali. Analiza je pokazala, da je 59,5 % ljudi ocenilo, da je dejavnik posedovanja in skrbi za živali pomemben za njihovo srečo. Anketirani so nadpovprečno visoko ocenili tako pomen posedovanja in skrbi za živali v tem trenutku kot nasploh. Iz analize sicer ni moč razbrati, koliko vključenih posameznikov je dejansko bilo skrbnikov živali in ali so vsi skrbniki ocenili ta dejavnik kot pomemben za njihovo srečo. Vsekakor pa lahko sklepamo, da je posedovanje in skrb za živali pomemben element sreče. Hirschman (1994, str. 619, 623, 627) v svoji raziskavi razmišlja, da mnogo ljudi svojo žival vidi kot živalskega prijatelja, kot razširjeni jaz ali kot družinskega člana. Nadalje navaja, da žival predstavlja vez med kulturo in naravo ter je pomemben element socializacije skrbnika hišnega ljubljence ter tudi otrok.

V Sloveniji so najpopularnejši psi in mačke (Horvat Kokalj, 2015, str. 27). Glede na podatke spletne strani The European Pet Food Industry (v nadaljevanju FEDIAF) je bilo leta 2014 v Sloveniji 260.000 psov in 480.000 mačk (Facts and Figures, 2015). Psi in mačke postajajo sopotniki v življenju številnih posameznikov ali družin. V mnogih okoljih je pes ali mačka enakovreden družinski član, z veliko čustvene navezanosti s strani skrbnika. Marsikateri hišni ljubljencec ima dobro ali celo odlično oskrbo z vidika bivanja, gibanja, druženja ali veterinarske oskrbe. Hišni ljubljencec seveda zahteva odgovorno skrbništvo. Med odgovorno skrbništvom sodi tudi zdravstvena oskrba živali. Zakon o zaščiti živali (Ur.l. RS, št. 43/2007-UPB2, v nadaljevanju ZZZiv) je v 18. členu jasen: »Skrbnik živali mora pravočasno zahtevati veterinarsko pomoč in oskrbo bolnih ali poškodovanih živali, veterinarsko pomoč pri porodih, kadar je potrebna, in ustrezno nego bolnih, poškodovanih in onemoglih živali.«

Klopavost in bolhavost sta pri hišnih ljubljencih, kot so psi in mačke, pogost zdravstven problem (Wilkinson & Harvey, 1994, str. 53). Klopavost, ki je aktualna od zgodnje pomladi do pozne jeseni, ko so zunanje temperature višje od 4 °C, je pomembna z vidika klopno prenosljivih bolezni, kot so na primer boreliozna, babezioza, klopni meningoencefalitis, anaplazmaoza, ki prizadenejo tudi živali. Bolhavost pa vodi v številne dermatološke težave, kot so alergije in posledično vnetja kože (Kotnik, 2012, str. 20, 31). Slednje lahko pomeni dolgotrajno zdravljenje, ki vodi v visoke stroške. Dobro je, da se vse več skrbnikov živali zaveda te problematike ter svojega hišnega ljubljence tudi ustrezno

zdravi. Na slovenskem trgu je veliko število izdelkov za reševanje tovrstne zdravstvene problematike. Mnogi med njimi so registrirani kot zdravila za zdravljenje bolhavosti in klopavosti in se zato lahko izdajajo ali prodajajo zgolj v lekarnah ali v veterinarskih ambulantah. Zakon o zdravilih (Ur.l. RS, št. 17/2014, v nadaljevanju ZZdr-2) v 126. členu določa promet na drobno z zdravili za uporabo v veterinarski medicini. Ta se izvaja v lekarnah, veterinarskih organizacijah in drugih organizacijah, ki po predpisih o veterini opravljajo veterinarsko dejavnost, ob storitvi za živali, ki jih imajo te organizacije v svoji evidenci oziroma če pri lastniku ali skrbniku živali opravljajo veterinarske preventivne ali terapevtske posege na živalih.

Zdravila so eno najstrožje urejenih področji, ker poleg koristi prinašajo tudi tveganje. Pred začetkom trženja je zanje treba pridobiti dovoljenje za promet, kot to določa ZZdr-2 v 20. členu (Ur.l. RS, št. 17/2014). Čeprav se med zdravila brez recepta uvrščajo tista zdravila, ki imajo ugodnejši varnostni profil in ob pravilni uporabi prinašajo manj tveganja kot zdravila na recept, je postopek pridobitve dovoljenja za promet zanje enak kot pri zdravilih na recept. Dovoljenje za promet z zdravilom pomeni zagotovilo za njegovo kakovost, varnost in učinkovitost ter preverjene informacije, kar zdravila bistveno razlikuje od drugih izdelkov, na primer prehranskih dopolnil ali kozmetičnih izdelkov (Vilfan Gobec & Razinger, 2011, str. 191).

V Sloveniji je kar nekaj podjetij, ki tržijo in prodajajo veterinarska zdravila. Sem sodijo na primer Krka d.d. iz Novega mesta, ki ima na svoji spletni strani predstavljeno celotno paleto veterinarskih zdravil (Veterinarski izdelki, 2015), ravno tako podjetje Genera SI d.o.o. (Naši proizvodi, 2015) ter podjetje Vetpromet d.o.o. (Vetpromet, 2015). V Sloveniji so tudi veledrogerije, ki svojo primarno dejavnost, to je distribucija zdravil, dopolnjujejo s trženjem veterinarskih zdravil določenih proizvajalcev. Tako na primer veletrgovec Salus d.d., Ljubljana izvaja dejavnost trženja in aktivne prodaje veterinarskih zdravil podjetja Bayer Animal Health (Veletrgovina, 2015). Veledrogerija Iris d.o.o. pa v glavnini trži veterinarska zdravila podjetij Zoetis in Elanco, kot to navajajo na svoji spletni strani (Veterinarska medicina, 2015). Vsa našeta podjetja v svoj portfelj vključujejo zdravila za zdravljenje bolhavosti in klopavosti, ki imajo lahko status zdravila na veterinarski recept ali status zdravila, za katerega ni potreben recept veterinarja. Veterinarska zdravila, za katera ni potreben recept, vse bolj iščejo svoje mesto tudi v lekarnah in ne zgolj v veterinarskih ambulantah.

Glede na različne možnosti za nakup zdravil za zdravljenje klopavosti in bolhavosti, ki jih imajo skrbniki ljubljencev, je zanimivo natančneje poznati njihov proces odločanja. Odločanje porabnika predstavlja središče njegovega vedenja (Solomon, Bamossy, Askegaard & Hogg, 2013, str. 331). Preučevanje nakupnega odločanja porabnikov je dinamično in že dolgo izziv za mnoge tržnike. Pomembno je prav razumeti, kako porabniki v vsakodnevnem življenju sprejemajo nakupne odločitve.

Večje kot bo razumevanje posameznega porabnika, ciljnih trgov ali družbe, bolj bodo tržniki lahko zadovoljili njihove potrebe in ustvarili dodano vrednost (Peter & Olson, 2008, str. 8). Solomon et al. (2013, str. 334) opisujejo naslednje stopnje v procesu odločanja porabnika: 1. prepoznavna problema, 2. iskanje informacij, 3. ocenjevanje alternativ, 4. izbira oziroma nakup izdelka, 5. uporaba izdelka. Nekateri avtorji naštetim petim korakom dodajajo še dva koraka, in sicer 6. korak, ki predstavlja ponakupno ocenjevanje izbranega izdelka, in 7. korak, ki pomeni odprodajo ali neke vrste odsvojitve izdelka (Blackwell, Miniard & Engel, 2001, str. 71). Kljub nekoliko drugačni razdelitvi predvsem zadnjih korakov v procesu nakupnega odločanja različnih avtorjev z gotovostjo lahko trdimo, da je odločanje kompleksno in sestavljeno iz spleta pomislekov, s katerimi se sreča porabnik, ki je močno vpleten v nakup. Iz stopenj v procesu nakupnega odločanja lahko razberemo, da se nakupno odločanje začne veliko pred dejanskim nakupom in ima posledice še dolgo za tem (Kotler, 2004, str. 204). Na proces nakupnega odločanja porabnika vplivajo tudi številni dejavniki, tako zunanji kot tudi notranji kognitivni ter čustveni dejavniki (Peter & Olson, 2008, str. 177). Zunanje dejavnike predstavljajo kultura, subkultura, družbeni razredi, družina, referenčne skupine, kot tudi fizično okolje (Peter & Olson, 2008, str. 258, 259).

Preučevanje porabnikov, njihovega vedenja in odločanja, nas usmerja pri oblikovanju novih izdelkov, novih značilnosti obstoječih izdelkov, cen, tržnih poti, sporočil in drugih elementov trženjskega spleta z namenom ustvarjanja izmenjav v določenem okolju.

Namen magistrskega dela je celovito teoretično in empirično proučiti dejavnike, ki vplivajo na nakupno odločanje porabnikov, še posebej skrbnikov hišnih ljubljencev, konkretnije skrbnikov psov in mačk, ko se odločajo za zdravilo za zdravljenje bolhavosti in klopavosti. Zastavila sem si več ciljev. V teoretičnem delu želim osvetliti pomen odnosov med ljudmi in njihovimi hišnimi ljubljenci v sodobnem svetu, kakšne vloge predstavljajo hišni ljubljenci v življenju posameznika, kakšno je odgovorno skrbništvo, tudi z vidika zdravstvene oskrbe živali. V nadaljevanju ovrednotim trg veterinarskih zdravil za zdravljenje bolhavosti in klopavosti ter vlogo veterinarja in lekarniškega farmacevta pri njihovem svetovanju. V teoretičnem delu preučujem tudi domačo in tujo strokovno literaturo s področja nakupnega odločanja porabnikov, ki jo dopolnujem s strokovnimi spoznanji o nakupnem odločanju skrbnikov hišnih ljubljencev. Žal pa so ti viri razmeroma omejeni.

Ker je razmeroma malo znanstvene literature, ki osvetljuje skrbnika hišnega ljubljencev kot porabnika, v empiričnem delu izvedem raziskavo s tremi fokusnimi skupinami. Namen fokusnih skupin je po razgovorih s skrbniki psov in mačk razumeti odnos, ki ga imajo s svojimi živalmi in kako ta vpliva na njihove nakupne navade ter odločanje za zdravila za zdravljenje bolhavosti in klopavosti. Cilj empiričnega dela je priti do konkretnih spoznanj za pomoč pri oblikovanju trženjskih strategij.

Magistrsko delo vključuje dva dela. Teoretični del temelji na študiju literature s področja nakupnega vedenja in odločanja porabnikov. Pri tem uporabljam tujo in domačo strokovno ter znanstveno literaturo, ki vključuje prispevke o sodobnih teoretičnih spoznanjih z omenjenih področij. V teoretičnem delu opisujem tudi slovenski trg veterinarskih zdravil s poudarkom na zdravilih za zdravljenje bolhavosti in klopavosti. Pomemben vir informacij so letna poročila podjetij, ki tržijo zdravila za uporabo v veterinarski medicini, ter javno dostopni podatki. Poleg tega v teoretičnem delu magistrske naloge skušam osvetliti lik skrbnika hišnega ljubljence v luči njegovih nakupnih odločitev in navad, pri čemer se prav tako opiram na strokovno in znanstveno literaturo, ki pa je v obsegu relativno omejena. Pri proučevanju teh tematik se poslužujem metode deskripcije za opis pojmov, primerjalne metode za primerjavo posameznih pojmov in metode kompilacije, s katero so povzeti rezultati drugih raziskav.

V empiričnem delu magistrskega dela se posvečam razumevanju skrbnikov hišnih ljubljencev. Raziskava je izvedena s pomočjo treh fokusnih skupin s skrbniki hišnih ljubljencev, konkretno s skrbniki psov in mačk. Z vodenim in usmerjenim pogovorom z njimi želim bolje razumeti vlogo živali v njihovem življenju, kako globoka in temeljita je njihova skrb za njo ter tudi kako odnos, ki ga imajo s hišnim ljubljencem, vpliva na njihovo nakupno vedenje in odločanje.

Pri strukturi poglavij sledim zastavljenemu cilju magistrskega dela, zato je delo razdeljeno na štiri vsebinska poglavja, poleg katerih so v uvodnem poglavju opredeljeni problematika in področje preučevanja, namen, cilj, metode dela ter struktura magistrskega dela.

V prvem poglavju osvetljuje vlogo hišnega ljubljence v življenju sodobnega človeka. Opisujem številne razloge, ki vodijo v odločitev za žival, ter navajam različne vloge, ki jih ima hišni ljubljence v življenju posameznega skrbnika. Na koncu poglavja opišem tudi pomen odgovornega skrbništva, ki je jasno določen tudi v zakonodaji. V tem poglavju želim opisati kompleksnost odnosov, ki se razvijajo med hišnim ljubljencem in skrbnikom živali, saj ti odnosi vplivajo na skrbnikov proces odločanja.

Drugo poglavje je predstavitev svetovnega trga zdravil za ljubiteljske živali, ki vključuje podatke o prodaji antiparazitikov v svetu in Evropi. Navajam tudi vodilne svetovne proizvajalce ter njihove ključne blagovne znamke. V nadaljevanju se osredotočam na slovenski trg zdravil in podjetja, ki jih tržijo. V tem poglavju tudi osvetlim pomen zdravljenja bolhavosti in klopavosti pri hišnih ljubljencih ter vlogo veterinarja ali lekarniškega farmacevta pri izdaji ali prodaji veterinarskega zdravila.

Tretje poglavje vključuje predstavitev procesa nakupnega odločanja porabnikov, in sicer od prepoznave problema, iskanja informacij, prek ocenjevanja alternativ, odločitve za nakup in ponakupnega vedenja. V nadaljevanju tudi navajam številne dejavnike, ki

vplivajo na proces nakupnega odločanja. Na koncu poglavja pa se osredotočam na dejavnike, ki vplivajo na nakupno odločanje skrbnikov hišnih ljubljencev.

Četrto poglavje je namenjeno empirični raziskavi. Raziskava je izvedena s pomočjo kvalitativne metode raziskovanja fokusne skupine. Empirični del raziskave proučuje nakupno odločanje skrbnikov hišnih ljubljencev za zdravila za zdravljenje bolhavosti in klopavosti. Pridobljeni podatki so analizirani in interpretirani s pomočjo metode analize vsebine.

1 HIŠNI LJUBLJENEC V ŽIVLJENJU SODOBNEGA ČLOVEKA

Sodobno družbo na eni strani zaznamujejo hitrost, pomanjkanje časa, potrošništvo, individualizem, informatika, družbena omrežja, na drugi strani pa iskanje stika z naravo, s prvinskostjo, iskanje stika s sočlovekom in tudi z živalmi. Človek je del živalskega kraljestva. Ima svoje mesto v naravi, v kateri se zaveda svoje drugačnosti, pa tudi svoje superiornosti. Od narave je odvisen, hkrati pa si jo podreja in je gospodar njene prihodnosti.

Živali imajo že od nekdaj posebno mesto v življenju in preživetju človeka, imajo pomemben materialni kot tudi družbeni pomen. Človek jih uporablja za hrano, za pridelavo hrane, za obleko, kot pomočnike pri delu, športu in izobraževanju, so del kulture in umetnosti. Živali pomenijo tudi način preživljanja prostega časa. Mnogi obiskujejo živalske vrtove, cirkuške predstave, predstave z morskimi sesalci. Vse več ljudi se dnevno sprehaja s svojimi psi, z njimi hodi v pasjo šolo, trenira razne športe, na primer agiliti ali se preprosto druži z drugimi ljubitelji in skrbniki psov.

Žival je nepogrešljiva v življenju marsikaterega človeka. Psi vodniki slepih in drugi psi pomočniki so kot »fizični nadomestki« za zgubljene čute ali sposobnosti skrbnika in mu tako omogočajo večjo kontrolo okolja in samozavest (Sanders, 1999, str. 12).

Ljudje zaradi številnih, tudi že navedenih dejstev, radi sobivajo s hišnimi ljubljenci. V naslednjih podpoglavjih natančneje predstavim odnos med hišnim ljubljencem in človekom, opišem različne razloge za skrbništvo hišnega ljubljenca, vloge hišnega ljubljenca in opredelim koncept odgovornega skrbništva, ki je jasno opredeljeno v zakonodaji.

1.1 Odnos hišni ljubljenec – človek

ZZZiv (l. RS, št. 43/2007-UPB2) v 5. členu namesto izraza hišni ljubljenec uporablja izraz hišna žival. Hišne živali so psi, domače mačke, sobne ptice, mali glodavci, terarijske, akvarijske in druge živali, ki se vzrejajo ali redijo za družbo, rekreacijo, varstvo ali pomoč

človeku. Zakonodajca jih opredeljuje kot lastnino, človeka, ki jih poseduje, pa kot lastnika, ki žival lahko kupi ali proda, jo vzreja ali redi tudi za lastno korist, za dobiček od vzreje, za varovanje imetja ali za drugačno pomoč. Čeprav je velik poudarek na odgovornem skrbništvu, je še vedno poudarjen podrejen status živali. Takšne definicije danes, ko nam sedanji življenjski in družbeni pogoji omogočajo okrepiti vez s hišnimi ljubljenci, mnogim ne ustrezajo več (Horvat Kokalj, 2015, str. 50). Za spreminjanje odnosa do hišnih ljubljencev je zaslužna tudi klasična etologija, ki zagovarja, da imajo živali višje miselne sposobnosti ter da so zavestna in čuteča bitja (Irvine, 2004, str. 62). Nekateri avtorji zato raje uporabljajo izraz družna žival, ki predpostavlja vzajemnost v odnosu s človekom. Gre za neke vrste simbiotski odnos, v katerem ima korist tako žival kot tudi človek (Arluke & Sanders, 1996, str. 171). Irvine (2004, str. 8) poudarja, da izraz družna žival sporoča spoštljiv in odgovoren odnos do živali zaradi tega, kar so, in ne zaradi tega, kar bi lahko bile, če le ne bi bile tako podobne živalim. Arluke in Sanders (1996, str. 171) tudi navajata, da naj bi izraz hišni ljubljenc sporočal podrejeni položaj in primarno poudarjal uporabno vrednost živali.

Oba izraza, hišni ljubljenc ali družna žival, sta družbena konstrukta (Horvat Kokalj, 2015, str. 51). Horvat Kokalj (2015, str. 117) v intervjujih s skrbniki psov ugotavlja, da sodelujoči za pse na splošno ali za svoje pse uporabljajo termin hišni ljubljenci, medtem ko sebe v odnosu do živali imenujejo skrbniki. Iz njihovih opisov doživljanja psov in odnosov s psi pa je razvidno, da pse doživljajo kot družne živali in jih cenijo zaradi odnosa samega, ne zaradi njihove uporabne vrednosti.

V slovenskem prostoru se v vsakodnevni komunikaciji izraz družna žival redkeje uporablja. Med skrbniki je izraz hišni ljubljenc širše sprejet. Ob tem pa ne gre za podrejeni položaj živali ali ocenjevanje živali zgolj po njeni uporabni vrednosti, temveč za obojestransko čustveno-socialno povezanost. V nadaljevanju magistrskega dela zato uporabljam izraz hišni ljubljenc.

Da so hišni ljubljenci pomemben del življenja sodobnega človeka izkazujejo tudi številke. Po podatkih spletne strani FEDIAF je bilo leta 2014 v Evropski uniji (v nadaljevanju EU) 63 milijonov psov, 72 milijonov mačk, 40 milijonov okrasnih ptic in 22 milijonov malih živali, kot so kunci, hrčki, morski prašički in ostali glodavci. Približno 75 milijonov gospodinjstev v Evropi je imelo vsaj enega hišnega ljubljenca, od tega 24 % gospodinjstev vsaj eno mačko in 21 % vsaj enega psa. V EU pa je 26 % gospodinjstev imelo vsaj eno mačko in 18 % vsaj enega psa (Facts and Figures, 2015). Kot je moč razbrati, so najbolj popularni psi in mačke. Tudi Slovenija sledi temu trendu. Kot navaja spleta stran FEDIAF je bilo leta 2014 v Sloveniji 260.000 psov, 480.000 mačk, 60.000 okrasnih ptic in 125.000 malih živali (Facts and Figures, 2015). Psi in mačke so torej tiste živali, ki si jih ljudje največkrat izberejo za hišne ljubljence. Tema mojega magistrskega dela se nanaša na zdravlila za zdravljenje bolhavosti in klopavosti, ki sta pogost zdravstveni problem pri psih

in mačkah, zato v magistrskem delu pri uporabi izraza hišni ljubljencek upoštevam predvsem ti dve živalski vrsti.

Enega najbolj intimnih, hkrati pa tudi najbolj kompleksnih odnosov smo razvili s psi. Njihova življenja se že tisočletja prepletajo z našimi. Psi povezujejo divje in udomačeno in hkrati zasedajo dvoumno pozicijo na meji med naravo in kulturo (Horvat Kokalj, 2015, str. 27). Zaradi svojih genetskih lastnosti in evolucije, v katero je posegel človek, so postali primerni za bivanje v družini (Serpell, 1996, str. 81). Občutimo lahko, da imajo posebno sposobnost sporazumevanja, ki omogoča obojestransko zadovoljujoč odnos. S svojim vedenjem, mimiko obraza, laježem ali drugimi zvoki pokažejo, da iščejo našo bližino, se nas razveselijo in želijo biti v stiku z nami. Nagovarjajo nas, naj jih ljubkujemo, se z njimi igramo ali jih peljemo na sprehod. Najbolj pomembno in hkrati zanimivo je to, da so sposobni očesnega stika in sledenja pogledu. Za pse velja, da so zvesti prijatelji. Ne govorijo, vendar pozorno poslušajo, nas ne ocenjujejo in ne obsojajo. Zdi se, da nas razumejo, čutijo, nam izkazujejo spoštovanje in izražajo naklonjenost, ki je brezpogojna (Serpell, 1996, str. 129, 142). Antropomorfizem, ki pomeni prenašanje človeških lastnosti ali odnosov na druga bitja, je zelo izrazit pri hišnih ljubljencih. Še posebej to velja za pse, saj jim mnogo skrbnikov pripisuje človeške lastnosti (Hirschman, 1994, str. 617). Serpell (1995, str. 2) tudi navaja, da je nagnjenost k personifikaciji psov neizbežna in naravna posledica vrste odnosov, ki jih imamo s temi živalmi.

Zanimivo je, da se sodobna nevrološka znanost ukvarja tudi z raziskovanjem možganov psov. Dokazano je, da psi dejansko čutijo naše razpoloženje in da njihov odziv ni zgolj naučen (Fisher, 2014). Psi se ne vedejo zgolj instiktivno oziroma se ne odzivajo zgolj na zadovoljevanje lastnih fizioloških in čustvenih potreb, temveč se vedejo premišljeno, z namenom vplivanja na vedenje skrbnika (Horvat Kokalj, 2015, str. 115).

1.2 Razlogi za hišnega ljubljencea

Razlogi, zakaj si nekdo želi hišnega ljubljencea, so različni. Irvine (2004, str. 19, 22, 25) navaja argumente primanjkljaja, obilja in prevlade.

Argument primanjkljaja temelji na predpostavki, da so hišni ljubljenci nadomestki za odnose z ljudmi. Govori o tem, da nam za zdrave in uspešne odnose z ljudmi primanjkuje sposobnosti, zato ustvarjamo odnose s hišnimi ljubljenci, ki pa so popačeni odnosi (Irvine, 2004, str. 19). V realnem življenju te predpostavke ne moremo povsem izključiti, je pa bolj verjetno, da drži nasprotno. Ljudje, ki imajo hišne ljubljence, imajo veliko stikov z drugimi ljudmi, poleg tega pa so ti odnosi lahko zelo pestri, zanimivi in kakovostni (Sanders, 1999, str. 7). V osemdesetih letih prejšnjega stoletja je Peter Messent (v Sanders, 1999, str. 8) izvedel raziskavo interakcij med ljudmi v londonskem parku in ugotovil, da se ljudje, ki sprehajajo pse, večkrat pogovarjajo s tujci kot tisti brez psov, prav

tako so pogovori daljši in z več vsebine. Lahko bi rekli, da so živali neke vrste posredniki za vzpostavljanje stikov z drugimi ljudmi. Skrbništvo psa je za mnoge skrbnike priročna tema za pogovor in razlog za različna skupna druženja. Skrbniki psov se vključujejo v različne pasemske klube in kinološka društva, sodelujejo v pasjih športnih disciplinah, pomagajo v zavetiščih ali sodelujejo v organizacijah za zaščito živali. Med skrbniki psov se tako oblikuje referenčne skupine, znotraj katerih si oblikujejo identiteto, pridobijo določen status in prestiž. Tako psi predstavljajo pomočnike pri širitvi družbene mreže in pri oblikovanju pozitivne samopodobe posameznika (Sanders, 1999, str. 7–9). Tudi raziskave dokazujejo, da psi dobro vplivajo na psihofizično počutje ljudi, kar pa nujno ne pomeni, da igrajo vlogo nadomestila tistega, kar bi ljudje lahko prejeli od drugih ljudi (Irvine, 2004, str. 22).

Argument obilja predpostavlja, da hišni ljubljenci obstajajo le v družbah obilja (Irvine, 2004, str. 22). Ljudem ni potrebno skrbeti za vsakodnevno preživetje, zato si lahko privoščijo tudi žival, ki je po svoji funkciji povsem neuporabna in brez ekonomske vrednosti. Žival je luksuz, namenjena zabavi in preživljanju prostega časa. Lastništvo hišnih ljubljencov z rodovnikom simbolizira status skrbnikov. Antropološke študije domorodnih plemen po vsem svetu pa zanikajo tezo o hišnih ljubljenci kot produktu zahodne dekadence in buržoazne sentimentalnosti, saj kažejo na to, da imajo številna plemena hišne ljubljence, ki nimajo uporabne ekonomske vrednosti, temveč so namenjeni družabništvu in preživljanju prostega časa (Serpell, 1996, str. 6–70).

Argument prevlade temelji na predpostavki, da posedovanje hišnih ljubljencev človeku daje občutek moči nad naravo (Irvine, 2004, str. 25). Ta gospodovalna narava naj bi se kazala pri skrbnikih, zlasti moških, ki imajo velike, močne in agresivne pasme psov (Jyrinky & Leipamaa-Leskinen, 2005, str. 544). Mnogokrat se ne strinjajo s kastracijo svojih živali kljub zdravstvenim razlogom zanjo ali ne upoštevajo pravil o držanju svoje živali na povodcu v urbanem okolju (Hirschman, 1994, str. 621).

Navedeni razlogi so sicer realni, vendar v marsičem omejeni in ne odražajo povsem dejanske situacije v sodobni družbi. Mnogo skrbnikov si želi hišnega ljubljence, ker so bili tako vzgojeni v otroštvu in si ne predstavljajo svojega doma brez živali. Tudi svoje otroke želijo vzgojiti v dobre in odgovorne skrbnike (Hirschman, 1994, str. 628). Pri tem pa sredstva, ki bi jih namenili za žival, ne igrajo ključne vloge. Pretekle izkušnje z določeno živalsko vrsto ali pasmo pomembno vplivajo na prihodnje odločitve o hišnem ljubljencu. Tesen odnos, ki ga je nekdo imel z določeno pasmo, lahko vodi do izbora hišnega ljubljence iste pasme. Velja pa tudi nasprotno. Skrbnik, ki je izgubo hišnega ljubljence doživel zelo boleče, se morda ne bo več odločil imeti žival ali se bo odločil za drugo pasmo ali živalsko vrsto (Aylesworth, Chapman & Dobscha, 1999, str. 386). Mnogi se za hišnega ljubljence odločijo, ker si preprosto želijo življenja z živaljo in zanjo tudi ustrezno poskrbeti. Razlogov pa je verjetno še mnogo več in vsak skrbnik bi prav gotovo imenoval

svojega. Razlogi za hišnega ljubljence pa so tudi v različnih vlogah, ki jih ima žival v življenju svojega skrbnika.

1.3 Vloge hišnega ljubljence

Hirschman (1994, str. 617, 618) navaja več vlog, ki jih imajo hišni ljubljenci. V grobem pa jih razdeli na vlogo objekta in na vlogo družne živali. V vlogi objekta jih opredeli: žival kot ornament, žival kot statusni simbol ter žival kot pomoč pri delu in nadomestilo določene opreme, strojev. Žival naj bila v vlogi ornamenta zaradi estetskih razlogov, na primer pisane in različne ribe v akvariju so lahko zanimiva popestritev nekega prostora. Posebne pasme psov, dirkalni konji, redke živalske vrste so za marsikoga znak prestiža, bogastva in predstavljajo neke vrste statusni simbol. Žival ni nujno spoštovana zaradi tega, kar je, temveč zaradi rodovnika, svojih posebnosti, športnih dosežkov. Številni skrbniki psov in mačk se s svojimi živalmi udeležujejo različnih razstav in tekmovanj, na katerih želijo slediti lepotnim idealom in trendom. Mnogo pasemskih živali, v glavnem psov in mačk, se vzreja zaradi prodaje, saj so določene pasme zelo cenjene in priljubljene ter je prodaja mladičev pomemben vir zaslužka. Psi so mnogokrat v vlogi delovnih pomočnikov, na primer pri lovu, vleki sani, varovanju, v vlogi psov vodičev, terapevtskih psov. Vloge, v katere ljudje postavljajo živali, so lahko negativne kot tudi dobronamerne, koristne, uporabne in do živali prijazne. Mnogo skrbnikov ima pozitiven, ljubeč in skrben odnos do svojega hišnega ljubljence ter mu nudi vso potrebno skrb in nego.

Hirschman (1994, str. 618, 619) je v raziskavi, ki temelji na razgovorih s skrbniki hišnih ljubljencev, ugotovila, da skrbniki vidijo svoje živali v različnih vlogah. Najpogosteje jih vidijo kot prijatelje, kot razširjeni jaz, kot družinskega člana, poleg tega pa jim živali predstavljajo vez med naravo in sodobnim svetom ter so pomemben člen v socializaciji. Sanders (1999, str. 10) pravi, da psi igrajo vlogo pomembnih drugih.

1.3.1 Hišni ljubljencec kot prijatelj

Družabništvo s hišnim ljubljencem, na primer s psom ali mačko, je za skrbnika velike intrinzične vrednosti. Hišni ljubljencec zanj ni lastnina, temveč prijatelj, s katerim si deli življenje (Holbrook, 2008, str. 546). Žival na človeka deluje pozitivno, saj vrača ljubezen, tolaži, blaži stres, s svojimi vragolijami pa poskrbi za smeh, prežene dolgčas ter pogosto polepša in popestri dan. Brezpogojna ljubezen, naklonjenost, sprejemanje, zvestoba so tiste lastnosti, ki dajejo pomen in vrednost temu prijateljstvu. V že omenjeni raziskavi intervjuvanci te lastnosti največkrat pripisujejo psom, občasno tudi mačkam (Hirschman, 1994, str. 620). Skrbnik s svojim živalskim prijateljem razvije poseben odnos, vzajemno sodelovanje in razumevanje, ki sloni na neverbalni komunikaciji, doživljanju drug drugega, dnevnih ritualih in navadah (Hirschman, 1994, str. 620). Žival lahko nekemu nudi čustveno oporo in tolažbo (Savishinsky, 1986, str. 119). Vse več je raziskav, ki potrjujejo,

da skrbništvo hišnega ljubljence ugodno vpliva na zdravje in počutje kot tudi na življenje ljudi. Navajajo, da imajo skrbniki živali manj možnosti, da zbolijo za katero od kardiovaskularnih bolezni, v primerjavi z ljudmi, ki nimajo živali. V raziskavo, ki preučuje vpliv skrbništva psa na fizično aktivnost ljudi, je bilo vključeno 1.813 prostovoljcev v starosti od 19 do 78 let; 40,5 % vključenih je bilo moških, 44 % vključenih je bilo skrbnikov psov, od tega večino ženske. Raziskava je pokazala, da zgolj 23 % skrbnikov svojega psa sprehaja 5-krat ali večkrat na teden, v povprečju pa to skrbniki počno 2,6-krat na teden. So pa skrbniki psov v primerjavi s prostovoljci, ki nimajo živali, bistveno več časa namenili hoji in drugim fizičnim aktivnostim. Raziskava navaja, da je bila fizična aktivnost skrbnikov psov za 77 % višja v primerjavi s prostovoljci brez psa. Poleg tega so skrbniki psov okoliš in sosese, v kateri živijo, dojemali bolj pozitivno in privlačno, bolj so se čutili povezani z domačim okoljem ter so imeli več družbenih stikov. Tudi njihova motivacija in želja po fizični aktivnosti je bila večja (Cutt, Giles-Corti, Knuiaman, Timperio & Bull, 2008, str. 66–69).

Tudi v tretjem življenjskem obdobju se ljudje velikokrat odločijo za živalskega prijatelja, če so le sposobni ustrezno skrbeti zanj. Hišni ljubljence lahko starejšemu človeku krajša čas, mu da občutek odgovornosti in potrebnosti, saj ima nekoga, za katerega mora skrbeti. Poleg družbe mu prinaša občutek stabilnosti in mu pomeni oporo. Pomaga mu, da se časovno lažje orientira, saj ga žival večkrat na kaj spomni, na primer na čas za sprehod ali hrano. Starejši človek lahko s pomočjo hišnega ljubljence izboljša svojo fino motoriko in krepí mišice v rokah in nogah tako, da ga češe in neguje ali pelje na sprehod (Novak & Sudec, 2015, str. 33). Marinšek in Tušak (2007, str. 92) kot najpogostejše razloge za skrbništvo živali pri starejših ljudeh navajata skrb za nekoga, manjšo osamljenost, dejavnost, priložnost za dotike in ljubkovanje, občutek varnosti in spodbudo k razgibavanju. S hišnimi ljubljenci se lahko ustvari prijateljski odnos. Živali nas ne sodijo, so dobri poslušalci, ob njih čutimo naklonjenost, varnost in zvestobo. Poleg tega so živali, predvsem psi, vez z okoljem, saj pomagajo skrbniku ustvarjati vezi z drugimi ljudmi.

1.3.2 Hišni ljubljence kot razširjeni jaz

Ugotovitev, da se porabniki navežejo na lastnino in jo dojemajo kot del sebe, je verjetno osnovno in eno izmed največjih spoznanj v razumevanju porabnikovega vedenja. Lastnina nam prinaša občutek preteklosti, nam govori, kdo smo, od kod smo in verjetno tudi to, kam gremo. Omogoča nam, da delamo stvari, ki jih drugače ne bi. Lastnina zagotavlja, da delamo in smo tisto, kar želimo. Razširjeni jaz se pojavi z nadzorom in gospodovanjem nad objektom, znanjem o objektu in s sobivanjem z objektom. Lahko se pojavi na individualni ravni kot tudi na ravni družine, skupine, subkulture ali nacionalne identitete (Belk, 1988, str. 139, 145, 146, 160).

Belk (1988, str. 140, 155) je eden izmed prvih, ki razmišlja, da lahko hišni ljubljenec nekomu predstavlja njegov razširjeni jaz. Skrbnik svojega hišnega ljubljence vključi v proces dojetja samega sebe. Savishinsky (1986, str. 120) navaja, da je izbira hišnega ljubljence dejanje samodefiniranja. Verjetno ni naključje, da se nekateri ljudje odločajo za mačke, drugi za pse, tretji za hrčke, kunce ali ostale glodavce, spet nekateri za plazilce ali bolj eksotične živali. Pri izbiri je za mnoge pomembna tudi pasma, zunanji videz in ime živali.

Hirschman (1994, str. 621) navaja intervju, ki opisuje, kako je skupina študentov posvojila mladega psa iz bližnjega zavetišča. Študentje so domnevali in želeli, da je posvojeni mladiček mešanec med nemškim ovčarjem in dobermanom, ki sta veliki, tekmovalni, močni in zahtevni pasmi, vendar se je kasneje izkazalo, da to ne drži. Ne po velikosti, kot tudi ne po značaju ni izpolnil zelenih pričakovanj. K sreči pa so ga študentje vseeno vzljubili. Psi različnih pasem predstavljajo različne značaje in način življenja skrbnikov, refleksijo njihovega jaza oziroma dekorativni dodatek jaza (Sanders, 1999, str. 9). Skrbnik posvoji značilnosti, vedenje, tudi videz svojega hišnega ljubljence ter hkrati projicira na žival svojo osebnost (Savishinsky, 1986, str. 121). Hišni ljubljenec je odsev skrbnikove osebnosti in njegovih značilnosti. Skrbnik ima nad hišnim ljubljencem neke vrste nadzor, saj ga vzgaja, mu kupuje opremo, ga oblači ter neguje glede na svoje lastne želje (Belk, 1996, str. 128, 132, 133). Hirschman (1994, str. 621) tudi opisuje, da družinski člani osebnost in značaj hišnega ljubljence primerjajo z značajem tistega, ki za žival najbolj skrbi, ali projicirajo negativna čustva, ki jih gojijo do določenega družinskega člana, na njegovega hišnega ljubljence.

Skrbnik hišnega ljubljence ustvari močno čustveno vez s svojo živaljo, ki lahko vpliva na oblikovanje njegove identitete (Hirschman, 1994, str. 618; Jyrinki, 2012, str. 118). Jyrinki (2012, str. 114–118) v raziskavi ugotavlja, da skrbništvo hišnega ljubljence pomaga k oblikovanju identitete posameznika na šest načinov, in sicer kot: dejavnik pri izgradnji značaja, vir dobrega počutja, dejavnik povezovanja, statusni simbol, objekt predanosti in kot posrednik.

- **Hišni ljubljenec kot dejavnik pri izgradnji značaja** pomaga pri večji samostojnosti, vzdržljivosti ter izgradnji lastne samopodobe. Skrbnik se ob skrbi za žival lahko nauči različnih veščin in pridobi številna znanja. Raziskava v tem delu opisuje zlasti skrbnike konj kot tiste, ki morajo za svoje živali žrtvovati veliko časa in denarja ter tudi trdo delati.
- **Hišni ljubljenec kot vir dobrega počutja** navdaja svojega skrbnika z mirom, sproščenostjo, veseljem, toplino in mehko. Skrbništvo za žival mu hkrati predstavlja način, da poskrbi zase. Hišni ljubljenec z zagotavljanjem dobrega počutja in stabilnosti sooblikuje identiteto svojega skrbnika.

- **Hišni ljubljenec kot dejavnik povezovanja** povezuje skrbnika z naravo in drugimi skrbniki živali. Na tak način skrbnik okrepi vezi z drugimi ljudmi, bolj ceni in izkusi naravo in življenje v njej ter si tako ustvarja socialno identiteto.
- **Hišni ljubljenec kot statusni simbol** je pomemben pri izgradnji zunanje podobe skrbnika in njegove sprejetosti v določenem okolju. Skrbnik ocenjuje uspeh živali na določenem tekmovanju kot lastni uspeh.
- **Hišni ljubljenec kot objekt predanosti** lahko vodi do tega, da skrbnik svoje življenje posveti svoji živali. Svojo osebnost povezuje s hišnim ljubljencem in si izgradi identiteto skrbnega, predanega in ljubečega skrbnika.
- **Hišni ljubljenec kot vmesni člen** ima povsem drugačen pomen kot v opisanih vlogah., Mnogi hišnega ljubljenca tolerirajo zaradi ostalih članov družine. Do živali ne gojijo čustev, pravzaprav je ta odnos brezbrizen. Svojo identiteto si ustvarjajo z izključitvijo hišnega ljubljenca iz svojega življenja.

Belk (1988, str. 156) navaja, da lahko hišni ljubljenec, ki postane del razširjenega jaza, prinese v življenje posameznika veliko pozitivnega kot tudi negativnega, še posebej, če postane za nekoga fetiš.

Hišni ljubljenec kot razširjeni jaz skrbnika izraža skrbnikovo identiteto, vpliva na njegovo samopodobo ter sooblikujejo skrbnikove družbene interakcije. Močna čustvena povezanost ter hkrati nadzor nad hišnim ljubljencem dajeta skrbniku občutek potrebnosti, predanosti, sprejetosti in moči. Hišni ljubljenec skrbnika povezuje z naravo ter mu omogoča uresničevanje njegovih lastnih želja.

1.3.3 Hišni ljubljenec kot družinski član

Za mnoge skrbnike je hišni ljubljenec enakovreden in cenjen član družine (Holbrook, 2008, str. 546). Predanost, intimen in ljubeč odnos med človekom in njegovim hišnim ljubljencem vodita do povezav in odnosov, ki so enaki odnosom med brati in sestrami ter med starši in otroki (Hill, Gaines & Wilson, 2008, str. 557). V že omenjeni raziskavi (Hirschman, 1994, str. 621) je 80 % intervjuvancev svojega hišnega ljubljénčka označilo za člana družine. Udeleženci, stari od 18 do 25 let, so hišnim ljubljencem, predvsem psom in mačkam, pripisali vlogo sorojencev, medtem ko so mladi pari brez otrok ali upokojeni pari, katerih otroci so se osamosvojili in odselili, svojega hišnega ljubljénca obravnavali kot otroka ali dojenčka. Poseben družinski odnos ljudje navadno ustvarijo s psom. Sodobni skrbniki psov so na splošno zelo povezani in navezani na svojo žival, tudi empirična spoznanja potrjujejo, da je ta povezanost vzajemna (Prato-Previde, Custance, Spiezio & Sabatini, 2003, str. 252). Horvat Kokalj (2015, str. 116) v intervjujih s skrbniki psov ugotavlja, da intervjuvanci pse doživljajo kot družinske člane. Vključujejo jih v vsakodnevno življenje, pa tudi v posebne družinske rituale. V njihovih očeh so psi razmišljujoča in čuteča bitja, sposobna empatije in zavestnega vedenja, so bitja, ki se

zavedajo in razumejo vsaj osnovna pravila ter vloge v nekem odnosu. Nadalje navaja, da med psi in ljudmi, ki živijo in delajo skupaj, obstaja močna in edinstvena vez, podobna tisti med staršem in otrokom. Grandin in Johnson opisujeta (2012, str. 33, 34, 36), da v odnosih s psi, ki smo jih sprejeli v družino, ni potrebno, da igramo vlogo vodje, temveč vlogo starša. Psi so torej zaradi predispozicij in evolucije, v katero je posegel človek, postali primerni za bivanje v družini in si tako pridobili status, podoben otrokovemu (Serpell, 1996, str. 81). Takšen status naj bi dobili tudi zaradi svojega mladostniškega vedenja in fizičnega videza, ki v ljudeh sprožata čustven odziv (Sanders, 1999, str. 13).

Savishinsky (1986, str. 119) navaja, da hišni ljubljenci učinkovito nadomeščajo otroka upokojenim zakoncem, katerih otroci so odrasli in živijo drugje. Opisuje, da takšni zakonci doživljajo sindrom praznega gnezda, žival pa je učinkovita rešitev, da ponovno postanejo »starši«. Zahteve, ki jih imajo do živali, so drugačne, kot tiste, ki jih imajo do svojih otrok. Za otroke se pričakuje, da odrastejo, se osamosvojijo. Hišni ljubljenec pa je vseskozi v fazi nezrelosti in odvisnosti od skrbnika (Hirschman, 1994, str. 622), lahko izraža čustva in vedenje, ki so za odraslega človeka prepovedani (Savishinsky, 1986, 120). Hišni ljubljenec je torej nekdo, za katerega je potrebno vsak dan poskrbeti, ga nahraniti, mu omogočiti gibanje, nuditi zdravstveno oskrbo in druženje. Mnogi skrbniki praznujejo rojstni dan svojega živalskega prijatelja, jih imajo za enakovredne družinske člane pri praznovanju, na primer božičnih in novoletnih praznikov, ter z njimi preživljajo dopust (Hill et al., 2008, str. 559). Hišni ljubljenci, ki prevzamejo vlogo otroka, so deležni posebne pozornosti in privilegijev (Holbrook, 2008, str. 546). Čustveno so vpleteni v življenje svoje družine (Hirschman, 1994, str. 622).

Avtorji Prato-Previde, Fallani in Valsecchi (2006, str. 67–71) so preučevali razlike med moškimi in ženskami v odnosu do svojega psa in ugotovili, da ženske uporabljajo več verbalne komunikacije v odnosu s svojim psom kot moški. Raziskava je tudi pokazala, da je ta komunikacija vsebovala več ponavljanja določenih besed, pomanjševalnic, ljubeznivosti in nežnosti ter večkratne uporabe imena psa. Ugotovili so, da sta bila govor in izražanje zaznamovana z veliko nežnosti, sprejemanja, z retoričnimi vprašanji in lastnim odgovarjanjem na ta vprašanja, kot je to navadno pri komunikaciji z majhnim otrokom. Ženske so pri verbalni komunikaciji s svojim psom izražale materinska čustva in obrazno mimiko. Zanimivo pa je, da med moškimi in ženskami ni bilo razlike v pogostosti igranja, božanja ali drugega načina kontakta ter druženja s svojim psom. Zaključki raziskave so bili, da skrbniki do svojih psov razvijejo neke vrste starševsko vedenje. Iz tega lahko sklepamo, da vedenje, na primer skrb, nežnost, ugodje, varnost, ki ga razvijamo do otrok, prenesemo tudi v odnose s hišnimi ljubljenci. Clark Cline (2010, str. 125, 126) navaja, da obstaja povezava med skrbništvom psa in zakonskim statusom. Skrbništvo psa naj bi pozitivneje vplivalo na blagostanje in zadovoljstvo samskih ljudi kot poročenih oziroma ljudi v partnerski zvezi. Partnerstvo, starševstvo, službene obveznosti so številne vloge, ki jih morajo ljudje v partnerskih zvezah dnevno izpolnjevati in hišni ljubljenec je lahko samo

še ena izmed teh vlog in obveznosti. Za samske ljudi pa hišni ljubljenec predstavlja nekoga, za katerega radi in z vso skrbnostjo poskrbijo. Ravno tako ugotavlja, da skrbništvo psa pomeni večje zadovoljstvo za ženske kot za moške.

1.4 Odgovorno skrbništvo

Mahatma Gandhi je zapisal, da lahko o veličini naroda in njegovi razvitosti sodimo po tem, kakšen je njegov odnos do živali. Največja dobrina, ki jo lahko ima hišni ljubljenec, je dober in odgovoren skrbnik, ki mu zagotavlja ustrezno kakovost življenja. Murn (2005, str. 17) navaja, da dobrega skrbnika definirajo tri različne vrste družbenih določil, in sicer zakonska, etološka (določila, s katerimi se živalim zagotavlja ugodno ali dobro počutje) in etična. Živalim je potrebno zagotoviti v prvi vrsti življenje. Nihče ne sme brez utemeljenega razloga povzročiti smrt živali. Dolžnost skrbnikov je omogočiti dobro počutje, zagotoviti hrano, vodo, življenjski prostor, družbeno okolje ter pravočasno poskrbeti za veterinarsko pomoč in oskrbo bolnim ter poškodovanim živalim. Če so zadovoljeni vsi ti kriteriji, potem se lahko sklepa na etološko dobro življenje (Murn, 2005, str. 19). Ravnanje človeka z živalmi mora temeljiti tudi na etičnih osnovah. Bistvo etike moderne dobe pa je spoštovanje in zaščita življenja. Živalim je torej potrebno zagotoviti dostojno življenje, ki je primerno za posamezno vrsto (Murn, 2005, str. 19).

Pomemben pokazatelj narodovega odnosa do živali so tudi zakonski predpisi, ki urejajo področje zagotavljanja zdravja in dobrobiti živali nasploh in še posebej hišnih živali. V Sloveniji to področje obravnavata ZZZiv (Ur.l. RS, št. 43/2007-UPB2) in Pravilnik o zaščiti hišnih živali (Ur.l. RS, št. 51/2009).

ZZZiv (Ur.l. RS, št. 43/2007-UPB2) določa odgovornost ljudi za zaščito živali, to je zaščito njihovega življenja, zdravja in dobrega počutja, kot tudi opredeljuje pravila za dobro ravnanje z živalmi. Določa, kaj se šteje za mučenje živali in katera ravnanja oziroma posegi na živalih so prepovedani. Določa tudi pogoje, ki jih je treba za zaščito živali zagotoviti pri reji živali, prevozu, izvajanju določenih posegov in poskusov na živalih, zakolu in usmrtnosti živali. Ureja postopek, pravice in obveznosti v primerih, ko gre za zapuščene živali, ter opredeljuje pogoje za društva, ki na področju zaščite živali delujejo v javnem interesu. Ureja nadzorstvo nad izvajanjem zakona ter kazenske sankcije za kršitelje določb tega zakona. ZZZiv (Ur.l. RS, št. 43/2007-UPB2) v 2. členu tudi določa odgovornost ljudi in pravi, da je zaščita živali dolžnost vseh pravnih in fizičnih oseb, ki so v kakršnem koli odnosu z živalmi.

ZZZiv (Ur.l. RS, št. 43/2007-UPB2) določa, da mora skrbnik živali zagotoviti:

- bivališče, hrano, vodo in oskrbo na način, ki je glede na vrsto živali, pasmo, starost, stopnjo razvoja, prilagoditve in udomačitve primeren njenim fiziološkim in etološkim potrebam v skladu z ustaljenimi izkušnjami in znanstvenimi spoznanji;
- svobodo gibanja, primerno živali glede na njeno vrsto, pasmo, starost, stopnjo razvoja, prilagoditve in udomačitve, ki preprečuje nepotrebno trpljenje;
- dovolj prostora, če je privezana ali zaprta, glede na njene fiziološke in etološke potrebe v skladu z ustaljenimi izkušnjami in znanstvenimi spoznanji;
- svetlobo, toploto, vlažnost, kroženje zraka, zračenje, koncentracijo plinov, higieno in intenzivnost hrupa v prostoru, kjer je žival, ki ustreza njeni vrsti in stopnji razvoja, prilagoditvi in udomačitvi, fiziološkim in etološkim potrebam ter predpisanim higienskimi pogojem;
- ločeno nastanitev nezdružljivih živali.

Tudi Pravilnik o zaščiti hišnih živali (Ur.l. RS, št. 51/2009) opisuje naloge skrbnika, ki so vsebinsko podobne ali enake tistim, ki jih določa ZZZiv (Ur.l. RS, št. 43/2007-UPB2). Skrbnik hišnih živali mora storiti vse potrebno, da zagotovi dobro počutje živali, ki so v njegovi oskrbi, in preprečevati vzroke, ki lahko povzročijo bolečine, poškodbe, bolezni ali motnje v obnašanju živali. Skrbnik mora zagotoviti ustrezno namestitev in skrb za živali z upoštevanjem etoloških normativov glede na vrsto živali in še posebej zagotoviti:

- kakovostno in količinsko ustrezno hrano in vodo,
- ustrezno gibanje živali glede na vrsto,
- ukrepe, ki preprečijo pobeg živali,
- ustrezne bivalne pogoje in oskrbo.

Glede zdravstvene oskrbe pa ZZZiv (Ur.l. RS, št. 43/2007-UPB2) in Pravilnik o zaščiti hišnih živali (Ur.l. RS, št. 51/2009) določata enako, in sicer da mora skrbnik živali pravočasno zahtevati veterinarsko pomoč in oskrbo bolnih ali poškodovanih živali, veterinarsko pomoč pri porodih, kadar je potrebna, in ustrezno nego bolnih, poškodovanih in onemoglih živali. Pravilnik o zaščiti hišnih živali (Ur.l. RS, št. 51/2009) pa je v 26. in 35. členu še nekoliko jasnejši, saj v teh dveh členih opredeljuje pravila za nego psov in mačk. Omenjena člena določata, da je potrebno pse in mačke redno negovati in jim odstranjevati zajedavce, kot so bolhe, klopi, gliste in trakulje.

2 TRG VETERINARSKIH ZDRAVIL ZA ZDRAVLJENJE BOLHAVOSTI IN KLOPAVOSTI

V nadaljevanju so opisani globalni in slovenski trg zdravil za ljubiteljske živali ter mesto zdravil za odpravljanje zunanjih in notranjih zajedavcev, tako imenovanih antiparazitikov, znotraj tega trga. Predstavim tudi številna podjetja, ki pomembno krojijo trg veterinarskih

zdravil v svetu in Sloveniji. Ob tem navajam tudi njihove ključne blagovne znamke, ki so namenjene zdravljenju bolhavosti in kloparavosti. Za lažje razumevanje pomena odpravljanja zunanjih zajedavcev pri živalih v tem poglavju opišem tudi klinično sliko, diagnostiko in načine zdravljenja ter soočanja z bolhavostjo in kloparavostjo. Navedem tudi posledice teh obolenj, ki pomembno vplivajo na prihodnje zdravje in življenje živali. Poglavje zaključim z vlogo veterinarja in lekarniškega farmacevta pri svetovanju te skupine zdravil.

Trg veterinarskih zdravil se v grobem deli na trg zdravil za ljubiteljske živali in na trg zdravil za rejne živali. Trg veterinarskih zdravil za ljubiteljske živali, kot so psi, mačke, konji, male in eksotične živali, se razlikuje od trga veterinarskih zdravil za rejne živali. Pri slednjih je način zdravljenja močno odvisna od ekonomike reje (Hoffman & Perkins, 2008, str. 284). Pri ljubiteljskih živali pa je dinamika trga pogojena s pripravljenostjo skrbnika, da zagotovi svoji živali ustrezno veterinarsko oskrbo in jo tudi plača.

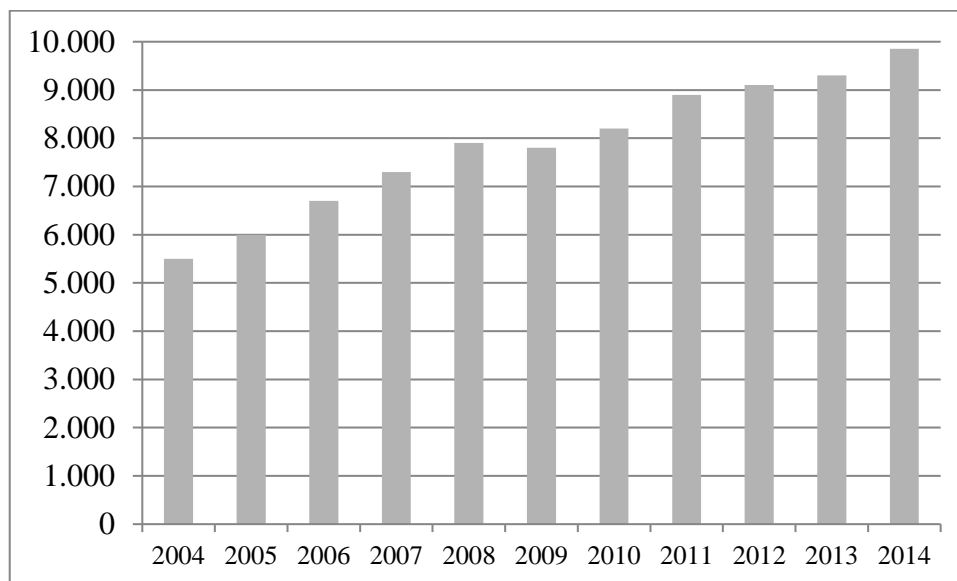
Zdravila za uporabo v veterinarski medicini niso pomembna samo za živali. Imajo tudi pomembno vlogo v varovanju zdravja ljudi. Z uporabo zdravil, ki se uporabljajo v veterinarski medicini, se preprečuje širjenje bolezni z živali na ljudi, hkrati pa je zagotovljeno, da so, po pravilni uporabi zdravil, živila živalskega izvora varna.

2.1 Trg veterinarskih zdravil za ljubiteljske živali

Po podatkih spletne strani International Federation for Animal Health – Europe (v nadaljevanju IFAH – Europe) je globalni trg veterinarskih zdravil za ljubiteljske živali od leta 1992 rasel za 2,5 % na leto. K temu naj bi prispevali večje število ljubiteljskih živali, več odgovornega skrbništva ter novi izdelki, ki sledijo potrebam porabnikov. Več kot tri četrtine globalnega trga ljubiteljskih živali sta predstavljal Severna Amerika in Evropa, kjer so najpomembnejši trgi Francija, Nemčija, Italija, Španija in Velika Britanija (About the industry, 2016). Tudi v zadnjih desetih letih je zaznati rast, z rahlim padcem v letu 2009.

Slika 1 prikazuje prodajo in dinamiko trga za ljubiteljske živali v zadnjih 12 letih. Po podatkih baze Vetnosis je globalna vrednost trga veterinarskih zdravil za ljubiteljske živali v letu 2014 znašala 9.850 milijonov ameriških dolarjev (v nadaljevanju \$) in je v primerjavi z letom 2013 zrastle za 5,2 %. Delež trga zdravil za ljubiteljske živali v celotnem trgu veterinarskih zdravil znaša 41,1 %. Severna Amerika predstavlja 42,2 % celotnega globalnega trga veterinarskih zdravil za ljubiteljske živali. Prodaja v letu 2014 je znašala 4.155 milijonov \$ in je bila v primerjavi z letom 2013 večja za 4,6 %. Zahodna Evropa predstavlja 31,9 %, s prodajo 1.402 milijonov \$ v letu 2014, kar je za 7,8 % več kot v letu 2013. Vzhodna Evropa predstavlja zgolj 3 % s prodajo 295 milijonov \$ v letu 2014 in 1,4% rastjo v primerjavi z letom poprej (Vetnosis database, 2015).

Slika 1: Svetovna prodaja trga veterinarskih zdravil za ljubiteljske živali v letih 2004–2014 (v \$m)



Vir: Vetnosis database, Companion Animal/Other, 2015.

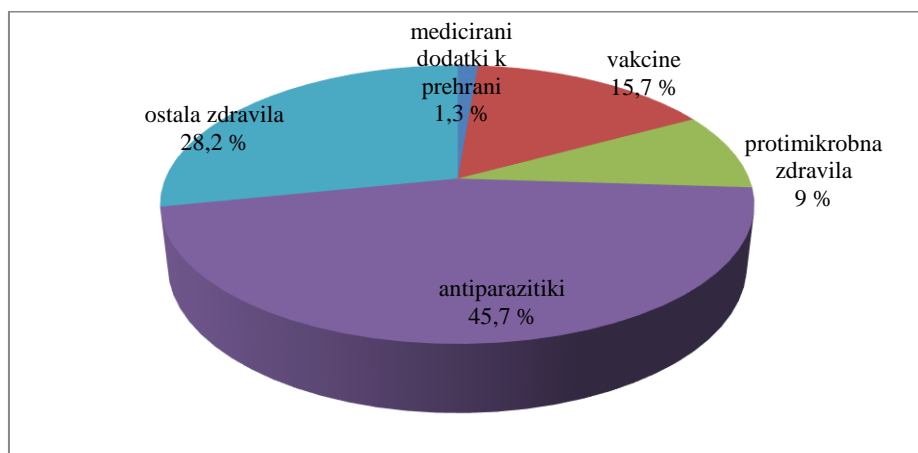
Populacija hišnih ljubljencev, ki imajo veterinarsko oskrbo, od leta 2010 vztrajno raste. Podatki s trga kažejo na vse tesnejši odnos med skrbniki in njihovimi hišnimi ljubljenci, ki vodi v vse večjo pripravljenost skrbnikov plačati veterinarsko storitev. Razpoložljiv dohodek je določljivka, ki najbolj vpliva na razvoj tega trga, zato so najpomembnejši trgi Severna Amerika, Zahodna Evropa in Japonska. Ekonomska dinamika zadnjih nekaj let je sicer vplivala tudi na razpoložljiv dohodek, vendar se zdi, da status, ki ga imajo hišni ljubljenci v družinskem okolju na najbolj razvitih trgih, ohranja trg stabilen (Vetnosis database, 2015).

Tesen odnos med skrbnikom in hišnim ljubljencem, izpopolnjeni in dražji veterinarski posegi ter daljša življenjska doba hišnih ljubljencev so glavni dejavniki, ki naj bi doprinesli k nadaljnji rasti (Hoffman & Perkins, 2008, str. 283). Daljša življenjska doba hišnih ljubljencev in skrb za njih v marsičem sledita humani medicini (Horspool, 2013, str. 21). Tudi skrbniki vse bolj zahtevajo iste pogoje zdravljenja za svoje hišne ljubljence kot zase, zato so specialistična zdravljenja hišnih ljubljencev vse bolj zaželeno. Veterinarji, specialisti za področje ljubiteljskih živali, tudi predpišejo več zdravil in opravijo več diagnostičnih postopkov kot veterinarji splošne prakse (Hoffman & Perkins, 2008, str. 283).

Psi, mačke in konji vrednostno največ prispevajo k vrednosti trga zdravil za ljubiteljske živali. Pri tem so pomembni število živali, ki imajo dostop do veterinarske oskrbe, strošek, ki so ga skrbniki pripravljeni plačati zanj, in stopnja zavedanja o pomenu diagnosticiranja

in zdravljenja bolezni. Antiparazitiki, zdravila za odpravljanje zunanjih ali notranjih zajedavcev, predstavljajo največjo skupino zdravil med vsemi zdravili v uporabi v veterinarski medicini (Horspool, 2013, str. 23). Slika 2 predstavlja deleže svetovne prodaje posamezne skupine zdravil za ljubiteljske živali v letu 2014. Največji delež v prodaji predstavljajo antiparazitiki.

Slika 2: Deleži prodaje po skupinah zdravil za ljubiteljske živali globalno v letu 2014



Vir: Vetnosis database, Companion Animal/Other, 2015.

V letu 2014 je svetovni trg antiparazitikov znašal 4.502 milijonov \$ in je v primerjavi z letom 2013 zrastel za 6,1 % ter je predstavljal 45,7 % globalnega trga zdravil za ljubiteljske živali (Vetnosis database, 2015). Po podatkih spletne strani IFAH – Europe so v letu 2015 v Evropi antiparazitiki predstavljali kar 32,4 % prodaje veterinarskih zdravil. V letu 2015 je prodaja antiparazitikov v Zahodni in Srednji Evropi znašala 1,8 milijarde evrov (v nadaljevanju €), od tega ektoparazitiki 1,05 milijarde € in endektocidi 600 milijonov € (About the industry, 2016).

Globalno je trg veterinarskih zdravil konsolidiran z 10 najpomembnejšimi proizvajalci, ki nadzorujejo večino trga. Na svetu sta največja proizvajalca Merial in Zoetis. V zadnjem času je trg podvržen številnim prevzemom in združitvam (Horspool, 2013, str. 17). Vodilni proizvajalci v svoj portfelj zdravil vključujejo tudi antiparazitike. Tako ima podjetje Merial v naboru blagovno znamko Frontline, ki je ena izmed vodilnih za zdravljenje bolhavosti in klopavosti, in zdravilo Heartgard kot preventivno terapijo proti okužbi s srčno glisto. Zoetis za odpravo zunanjih zajedavcev že dobro desetletje trži zdravilo Stronghold, ki ga veterinarji veliko uporabljajo pri mačkah. Bayer ima številne produkte za odpravo zunanjih zajedavcev pri psih in mačkah, kot so zdravila Advantage, Advantix, Foresto ter Drontal in Drontal plus za odpravo notranjih zajedavcev. MSD ima v svojem naboru za odpravo bolh in klopotov zdravilo Scalibor ter novo zdravilo Bravecto v obliki okusnih tablet. Obe zdravili sta namenjeni zgolj psom. Milbemax z najširšim delovanjem na črevesne in nečrevesne

zajedavce pri psih in mačkah je ena ključnih blagovnih znamk Novartisa. Elanco je eden izmed prvih proizvajalcev, ki je ponudil endektocid Trifexis, ki deluje na notranje zajedavce ter bolhe hkrati in je namenjen samo psom. V zadnjem času pa veliko aktivnosti nameni promociji učinkovine spinosad, ki je v zdravilu Comfortis. V Tabeli 1 so predstavljeni vodilni svetovni proizvajalci veterinarskih zdravil za ljubiteljske živali, tržni delež, ki so ga ta podjetja dosegla v letu 2014 globalno, ter njihovi ključni izdelki oziroma najpomembnejše blagovne znamke.

Tabela 1: Vodilni svetovni proizvajalci veterinarskih zdravil za ljubiteljske živali v letu 2014

Podjetje	Tržni delež v %	Ključne blagovne znamke
Merial	17,2	Vakcine, Frontline, Heartgard, Previcox
Zoetis	16,1	Vakcine, Clavamox/Synulox, Convenia, Stronhold, Rimadyl
Bayer	11,1	Advantage, Advantix, Foresto, Baytril, Drontal/Drontal plus
MSD	9,2	Vakcine, Caninsulin, Panacur, Scalibor, Slice
Virbac	5,8	Vakcine, Canileish, Effipro, Equimax, Iverhart
Novartis	5,6	Atopica, Capstar, Fortekor, Interceptor, Milbemax, Onsior, Sentinel
Boehringer Ingelheim	5,5	Vakcine, Metacam, Vetmedin
Elanco	5,2	Comfortis, Trifexis

Vir: Vetnosis database, Companion Animal/Other, 2015.

V nadaljevanju se osredotočam na slovenski trg veterinarskih zdravil s poudarkom na zdravilih za zdravljenje bolhavosti ter klopavosti pri psih in mačkah.

2.1.1 Slovenski trg veterinarskih zdravil in podjetja, ki jih tržijo

Zakon o zdravilih (Ur.l. RS, št. 17/2014, v nadaljevanju ZZdr-2) zdravilo opredeljuje kot vsako snov ali kombinacijo snovi, ki so predstavljene z lastnostmi za zdravljenje ali preprečevanje bolezni pri ljudeh ali živalih. Za zdravilo se šteje tudi vsaka snov ali kombinacija snovi, ki se lahko uporablja pri ljudeh ali živalih oziroma se daje ljudem ali živalim z namenom, da bi se ponovno vzpostavile, izboljšale ali spremenile fiziološke funkcije prek farmakološkega, imunološkega ali presnovnega delovanja ali da bi se določila diagnoza bolezni. ZZdr-2 (Ur.l. RS, št. 17/2014) določa tudi status zdravila. Zdravila se glede na predpisovanje in izdajanje razvrščajo v zdravila, za izdajo katerih je potreben zdravniški ali veterinarski recept, in zdravila, za izdajo katerih zdravniški ali veterinarski recept ni potreben.

Glavnina veterinarskih zdravil je registriranih kot zdravila, za katera je potreben veterinarski recept. Veterinar je ključna oseba, ki odloča o zdravljenju živali in predpiše ustrezno zdravilo. Določena zdravila pa imajo status zdravil brez recepta. Sem sodijo tudi

nekatera zdravila za odpravljanje zunanjih ali notranjih zajedavcev pri ljubiteljskih živalih ter zdravila, ki vsebujejo vitamine in minerale. Zdravila, za izdajo katerih ni potreben recept, so po klasifikaciji World Self-Medication Industry zdravila, ki jih ljudje lahko učinkovito in varno uporabljajo brez strokovnega nadzora, kot navajajo na spletni strani organizacije (WSMI declaration on self-care and self-medication, 2016). Pogoj za prodajo zdravil brez recepta je dovoljenje za promet in ustrezno oblikovanje navodil za bolnika ali skrbnika živali na embalaži in znotraj nje. Zdravila, ki imajo status zdravil brez recepta, omogočajo ljudem, da sami zdravijo blage do zmerne zdravstvene težave bodisi pri ljudeh ali pri živalih. Samozdravljenje oziroma zdravljenje z zdravili brez recepta je zdravstvena kategorija, ki postaja vedno pomembnejši segment rastoče farmacevtske industrije, saj jo vse bolj sprejemajo končni porabniki, zdravstveni delavci in nenazadnje država (Vitezič, 2009, str. 8).

Kriteriji, po katerih ima lahko neko zdravilo status brez recepta, so naslednji (White & Beall, 2001, str. 84):

- zdravila ne smejo povzročati odvisnosti,
- se uporabljajo pri boleznih, ki jih sami lahko diagnosticiramo,
- imajo način doziranja, ki ga zlahka izvajamo,
- imajo majhno verjetnost, da jih bomo napačno uporabili,
- imajo majhno verjetnost tveganja in stranskih učinkov,
- imajo blage stranske učinke, ki jih lahko sami prepoznamo.

Njihova posebna značilnost je, da se lahko po javnih medijih predstavijo širši javnosti, po čemer se bistveno razlikujejo od zdravil na recept. Oglaševanje zdravil brez recepta pa je tudi zakonsko urejeno. Enako kot zdravila na recept pa se lahko promovirajo zdravnikom, veterinarjem, farmacevtom in ostalim zdravstvenim delavcem (Buckley, 2004, str. 4–11).

Na slovenskem trgu je veliko podjetij, ki tržijo in prodajajo veterinarska zdravila. Med njimi so samostojna podjetja, kot tudi veledrogerije, ki svojo primarno dejavnost, to je distribucija zdravil, dopolnjujejo z dejavnostjo trženja veterinarskih zdravil. V nadaljevanju bom na kratko predstavila podjetja, ki v svoji ponudbi tržijo zdravila za zdravljenje bolhavosti in klopavosti: Krka d.d., Vetpromet d.o.o., MSD, inovativna zdravila d.o.o., Salus, Veletrgovina d.o.o., Iris d.o.o., Vetconsult pharma d.o.o. Podatke sem pridobila na spletnih straneh navedenih podjetij in na trgu.

Krka d.d., Novo mesto v svojem portfelju vključuje številne blagovne znamke za področje ljubiteljskih in rejnih živali. Krkina najpomembnejša blagovna znamka za zdravljenje ljubiteljskih živali je Fypryst. Namenjena je zdravljenju bolhavosti in klopavosti pri psih in mačkah. Pod to blagovno znamko podjetje trži dermalno pršilo in kožne kapljice. Krka d.d. je, kot prvi generik v Evropi, v letu 2014 svoji ponudbi dodala

zdravilo Fypryst Combo (Krka d.d., 2015). V letu 2016 je Krka d.d., Novo mesto lansirala novo blagovno znamko Ataxxa, ki je namenjena odpravljanju zunanjih zajedavcev pri psih, in je predstavljena tudi na spletni strani podjetja (Veterinarski izdelki, 2016).

Vetpromet d.o.o. je podjetje, ki trži in prodaja veterinarska zdravila, izdelke za nego psov in mačk ter hrano za pse in mačke. Glede na informacije s spletne strani podjetje trži zdravila enega največjih svetovnih proizvajalcev veterinarskih zdravil Merial. Mednje sodijo tudi zdravila za zdravljenje bolhavosti in klopavosti Frontline, Frontline Combo, Frontect, NexGard in Broadline (Vetpromet, 2016).

MSD, inovativna zdravila d.o.o. v slovenskem prostoru zastopa eno izmed vodilnih podjetij na področju raziskav, razvoja, proizvodnje in prodaje veterinarskih zdravil (Animal Health, 2016). Na področju zdravil za zdravljenje bolhavosti in klopavosti so prisotni z zdravili Bravecto, Activyl TICK PLUS in ovratnico Scalibor.

Salus, Veletrgovina d.o.o. je poleg tega, da izvaja dejavnost distribucije zdravil in medicinskih pripomočkov v humani in veterinarski medicini, tudi zastopnik za Bayer Animal Health, globalnega proizvajalca veterinarskih izdelkov za ljubiteljske in rejne živali (Veletrgovina, 2015). Advantix, ovratnici Foresto in Kiltix so eni izmed najpomembnejših proizvodov za odpravo klopov in bolh pri psih in mačkah.

Iris, Mednarodna trgovina d.o.o. opravlja dejavnost zastopstva in distribucije široke palete proizvodov s področja humane in veterinarske medicine. Podjetje se ukvarja s trženjem in prodajo veterinarskih zdravil ter izdelkov za oskrbo in nego živali. So zastopniki za Elanco in Zoetis, ki sta dva izmed največjih svetovnih proizvajalcev veterinarskih zdravil (Veterinarska medicina, 2015). Na področju zdravil za odpravo klopavosti in bolhavosti tržijo zdravili Stronghold in Controline podjetja Zoetis ter zdravili Trifexis in Comfortis podjetja Elanco.

Vetconsult pharma d.o.o. je veletrgovina, ki oskrbuje veterinarske ustanove z veterinarskimi zdravili, dodatki k prehrani živali, veterinarsko opremo in izdelki za nego živali (O podjetju, 2016). V naboru zdravil trži tudi zdravilo Vectra 3D podjetja Ceva za odpravljanje zunanjih zajedavcev pri psih in mačkah.

Poleg opisanih so v slovenskem prostoru navzoči še Genera SI d.o.o., Animalis, prehrana in zdravje d.o.o., Lek Veterina d.o.o. ter Melisa veterina d.o.o. Kot je razvidno, je na slovenskem trgu razmeroma veliko ponudnikov veterinarskih zdravil, ki vsako leto na trg lansirajo nova zdravila ali nove oblike že obstoječih zdravil. Trg je zato zelo konkurenčen in zasičen. Širjenje tržnega deleža temelji na lansiranju novih molekul ali jemanju tržnega deleža konkurentom. V zadnjih dveh letih so ta podjetja skupaj lansirala več kot 10 novih

zdravil za odpravo zunanjih zajedavcev, ki se tržijo v veterinarskih ambulantah, nekatera izmed njih tudi v lekarnah.

2.1.2 Zdravila za zdravljenje bolhavosti in klopavosti na slovenskem trgu

Zdravila za zdravljenje bolhavosti in klopavosti so ena izmed najbolj aktualnih skupin zdravil v veterinarski medicini. Na slovenskem trgu je, po podatkih spletne strani Javne agencije Republike Slovenije za zdravila in medicinske pripomočke, registriranih 29 zdravil za zdravljenje bolhavosti in klopavosti (Zdravila za uporabo v veterinarski medicini, 2016). Tabela 2 vsebuje pregled najpomembnejših zdravil za odpravo zunanjih zajedavcev na slovenskem trgu v letih 2015 in 2016.

Tabela 2: Najpomembnejša zdravila za zdravljenje bolhavosti in klopavosti na slovenskem trgu v letih 2015 in 2016

Ime zdravila	Proizvajalec (trži v Sloveniji)	Sestava	Zajedavci	Živalska vrsta	Farmacevtska oblika	Prodajno mesto
Fypryst Combo	Krka d. d.	Fipronil, S - metopren	Bolhe in razvojne oblike, klopi, uši	Psi, mačke, dihurji	Kožne kapljice	Veterinarske ambulante, lekarne
Ataxxa	Krka d. d.	Permetrin, Imidaklopid	Bolhe in razvojne oblike, klopi	Psi	Kožne kapljice	Veterinarske ambulante, lekarne
Frontline Combo	Merial (Vetpromet d.o.o.)	Fipronil, S - metopren	Bolhe in razvojne oblike, klopi, uši	Psi, mačke, dihurji	Kožne kapljice	Veterinarske ambulante, lekarne
Nexgard	Merial (Vetpromet d.o.o.)	Afoksolaner	Bolhe in klopi	Psi	Tablete	Veterinarske ambulante
Broadline	Merial (Vetpromet d.o.o.)	Fipronil, S – metopren, Eprinomektin, Prazikvantel	Bolhe in razvojne oblike, klopi, notranji zajedavci	Mačke	Kožne kapljice	Veterinarske ambulante
Frontect	Merial (Vetpromet d.o.o.)	Fipronil, Permetrin	Bolhe, klopi, leteči insekti	Psi	Kožne kapljice	Veterinarske ambulante, lekarne
Advantix	Bayer (Salus d. d.)	Permetrin, Imidaklopid	Bolhe in razvojne oblike, klopi, leteči insekti	Psi	Kožne kapljice	Veterinarske ambulante, lekarne
Foresto	Bayer (Salus d. d.)	Imidaklopid, Flumetrin	Bolhe in razvojne oblike, klopi	Psi, mačke	Ovratnica	Veterinarske ambulante, lekarne
Bravecto	Intervet (MSD d.o.o.)	Fluralaner	Bolhe in klopi	Psi	Tablete	Veterinarske ambulante
Scalibor	MSD (MSD d.o.o.)	Deltametrin	Bolhe, klopi, leteči insekti	Psi	Ovratnica	Veterinarske ambulante

Vir: Povzeto in prirejeno po Animal health, 2016; Povzetek glavnih značilnosti zdravila Bravecto, 2016; Veletrovina, 2015; Veterinarski izdelki, 2016; Vetpromet, 2015.

Zdravila se med seboj razlikujejo po sestavi in tudi po načinu delovanja. Nekatera delujejo zgolj na odrasle zajedavce, druga delujejo tudi na njihove razvojne oblike. Manjše število zdravil ima t.i. repelentni učinek, kar pomeni, da določene zajedavce, kot so klopi in leteči

insekti, tudi odganjajo. Vsem zdravilom pa je skupno, da se uporabljajo za zdravljenje bolhavosti in klopavosti, zato to izrazoslovje uporabljam v naslovu magistrskega dela.

Večina zdravil je namenjena psom, manj pa je zdravil, ki se lahko uporabljajo pri mačkah. Določene učinkovine se pri mačkah ne smejo uporabljati, pri nekaterih pa je premalo kliničnih izkušenj, ki bi potrjevale varno in učinkovito uporabo pri tej živalski vrsti. Zdravila so v različnih farmacevtskih oblikah, in sicer kot ovratnice, tablete ali kožni poliv v obliki kožnih kapljic. Zadnjih 15 let so kožni polivi veljali za najučinkovitejšo farmacevtsko obliko za zatiranje zunanjih zajedavcev. Tako v Sloveniji kot tudi globalno se je v letu 2014 pojavila nova doktrina zdravljenja zunanjih zajedavcev, in sicer s tabletami, ki je spremenila do sedaj uveljavljeno prakso zdravljenja s kožnimi polivi ali z ovratnicami. Druga pomembna novost na trgu je bil prihod tako imenovanih endektocidov, ki zaradi svoje sestave omogočajo hkratno zdravljenje invazij z zunanjimi in notranjimi zajedavci. Prihod novih oblik naj bi bil tudi razlog za rast trga antiparazitikov (Vetnosis database, 2015).

2.2 Bolhavost in klopavost pri hišnih ljubljencih

Pri psih in mačkah najdemo številne tako notranje kot tudi zunanje zajedavce, ki pri teh živalih povzročajo kožne bolezni. Sem sodijo na primer helminti, klopi, pršice, pajki, uši, bolhe, muhe, komarji. Nekateri izmed njih povzročajo kožne bolezni pri psih in mačkah pogosteje kot ostali (Kotnik, 2012, str. 18). V nadaljevanju tega poglavja se želim osredotočiti predvsem na bolhavost in klopavost, ki sta pri psih in mačkah pogost in nezanemarljiv zdravstven problem. Bolhavost je, če je ustrezno ne zdravimo in odpravljamo, lahko prisotna celo leto. Pri živalih lahko vodi do resnih zdravstvenih problemov, na primer alergije na pike bolh, ki se lahko kažejo z intenzivnim srbežem in spremembami na koži in dlaki. Klopavost se sicer pojavlja od zgodnje pomladi do pozne jeseni, vendar je tudi pozimi ne moremo povsem izključiti, vsaj ne v primeru milih zim.

V naslednjih podpoglavjih so opisane posebnosti zajedavcev, kot so bolhe in klopi, ter osvetljen pomen zdravljenja zunanjih zajedavcev pri hišnih ljubljencih.

2.2.1 Klinična slika in zdravljenje bolhavosti

Bolhe so pri psih in mačkah najpogostejši ter najpomembnejši zunanji zajedavci (Halos et al., 2014, str. 228). Tako živalim kot tudi njihovim skrbnikom lahko predstavljajo veliko breme in nadlogo. Bolhe so majhni, rjavi insekti z laterolateralno sploščenimi telesi. Imajo tri pare nog ter so brez kril. Lahko jih vidimo s prostim očesom, saj so velike od 2 do 3 milimetre. V 92 % primerov bolhavosti pri psih in v 97 % primerov bolhavosti pri mačkah najdemo vrsto *Ctenocephalides felis* ali mačjo bolho. Pasja bolha ali *Ctenocephalides canis* je veliko redkejša ter je pri večini psov in mačk ne najdemo (Kotnik, 2012, str. 31).

Da bi razumeli pomen odpravljanja bolh pri prizadeti živali, je pomembno poznati razvojni krog zajedavca. Razvojni krog bolh je zanimiv, saj vključuje številne razvojne oblike, poleg tega poteka na sami živali in tudi v njeni okolici. Bolhe imajo izjemen reprodukcijski potencial. Dobro proučen in opisan je le razvojni krog mačje bolhe in naj se ga ne bi sploševalo na druge vrste (Kotnik, 2012, str. 31).

Razvojni krog bolhe se prične z odlaganjem jajčec na gostitelja, konkretnije na njegovo dlako in kožo. Posamezna samica lahko izleže od 40 do 50 jajčec na dan. Jajčeca niso pripeta na dlako, zato padajo na tla, kjer koli se žival giblje. V osmih urah približno 70 % izleženih jajčec pade z gostitelja v okolje, od tega trenutka dalje razvoj bolh ni več odvisen od gostitelja, ampak od nekaterih pogojev v okolju, in sicer odzmerne temperature, visoke relativne vlažnosti ter prebavljene krvi v iztrebkih bolh kot vir hrane (Kotnik, 2012, str. 31; Rust & Dryden, 1997, str. 456). V teh pogojih se po 1 do 10 dneh iz jajčeca razvijejo ličinke. Ličinke se zaradi negativnega fototaksizma in pozitivnega geotropizma zarijejo globoko v preproge, pohištvo, razpoke v parketu, zunaj pa tudi v zemljo. Hranijo se z organskim detritusom in iztrebki odraslih zajedavcev. Dvakrat se levijo in obdobje ličinke zaključijo v 5 do 11 dneh (Kotnik, 2012, str. 31). Ličinka 3. stopnje se zabubi. Buba je stopnja v razvoju, ki je zelo odporna in tudi mehansko zaščitena pred insekticidi (Halos et al., 2014, str. 229). Ponovno so potrebne ugodne razmere, kot so visoka vlažnost, ustrezne temperature, da se v bubi v 5 dneh razvije odrasla bolha. Zapuščanje bube ni avtomatično, ampak je potrebna spodbuda, to je ugodna temperatura in pritisk. Brez te spodbude lahko odrasla bolha čaka v bubi celo 140 dni (Kotnik, 2012, str. 31). Če so zagotovljeni ugodni pogoji, lahko pride do množičnega povečanja zajedavcev v okolju. Odrasla bolha, ki zapusti bubo, mora čim prej najti svojega gostitelja. Če se ne napije krvi, pogine v treh do petih dneh (Halos et al., 2014, str. 229).

2.2.1.1 Diagnostika bolhavosti

Samo 5 % odraslih bolh je prisotnih na živali, 95 % bolh in njihovih razvojnih oblik pa je razsejanih v okolici živali (Halos et al., 2014, str. 229). Večkrat kot odraslo bolho pa na živali najdemo iztrebke zajedavcev, ki imajo videz majhnih črnih pik. Mnogi skrbniki jih zmotno zamenjajo s smetmi ali z umazanijo na koži. Da gre res za iztrebke, dokažemo tako, da jih raztopimo v kapljici vode na belem papirju. Voda se zaradi prebavljene krvi v iztrebku obarva rdeče (Kotnik, 2012, str. 32).

Bolhavost se pri živalih navadno kaže z srbežem, ki je lahko povezan z razvojem alergijske reakcije na boljšo slino. Živali, ki so dolgotrajno izpostavljene zajedavcem, so lahko tudi slabokrvne. 72 bolh na živali lahko spiže 1 ml krvi na dan (Kotnik, 2012, str. 32). Bolhavost pa je lahko povezana tudi z invazijo z notranjimi zajedavci. Bolhe so namreč vmesni gostitelj trakulje *Dipylidium caninum* ali pasje trakulje.

2.2.1.2 Zatiranje in zdravljenje bolhavosti

Vsaka žival, ki je v stiku z drugimi psi in mačkami, bodisi neposredno bodisi posredno, je izpostavljena okužbi z bolhami (Kotnik, 2012, str. 32). Razmeroma majhen delež bolh se seli z živali na žival (Halos et al., 2014, str. 229). Po raziskavah pri mačkah naj bi bilo tehni bolh zgolj 4 % (Franc, Bouhsira & Beugnet, 2013, str. 45). Večina živali se okuži v okolju. Kot že omenjeno, izležena jajčeca se ne prilepijo na dlako, temveč padajo z živali, kjer koli se ta giblje. Zato lahko pes ali mačka dobita bolhe tudi v okolici, na primer v salonih za pse, parkih ali na drugih, predvsem senčnih travnatih površinah. Tudi stanovanje ali avto sta pogost vir okužbe z bolhami. V stanovanju niso okužena le mesta, kjer žival spi, ampak vsi prostori, kjer se žival giblje (Kotnik, 2012, str. 33).

Pri zatiranju in zdravljenju bolhavosti je zato pomembno upoštevati značilnosti razvoja zajedavca. Ključno je zdravljenje bolhavosti na sami živali ter zatiranje bolh in njihovih razvojnih oblik v okolju zdravljenega živali. Pomembno je zatirati odrasle zajedavce in hkrati preprečevati nastanek in razvoj razvojnih oblik v okolici (Halos et al., 2014, str. 229). Mehanično čiščenje, redno sesanje ter ob tem tudi redno praznjenje sesalnika in pranje tkanin, s katerimi je žival v stiku, na visoki temperaturi, so nujni ukrepi za zatiranje zajedavcev.

Z zdravili za zdravljenje okužbe z bolhami odpravljamo bolhe na živali ter preprečujemo vnetja kože zaradi alergij na bolhe. Nobeno od številnih zdravil, ki so na voljo, pa ne more zagotavljati 100% učinkovitosti. Pomembno je, da poleg zdravljenja zagotavljamo redno in ustrezno čiščenje okolice, da zdravimo vse živali v gospodinjstvu ter da zdravila za zdravljenje bolhavosti dajemo redno in nanašamo pravilno. Pri hudi invaziji z bolhami se lahko v dveh do štirih mesecih, ob upoštevanju vseh potrebnih ukrepov, uspešno vzpostavi nadzor nad zajedavci (Halos et al., 2014, str. 228; Beugnet & Franc, 2010, str. 340, 341).

Veliko je dejavnikov, ki vplivajo na uspešnost zdravljenja bolhavosti. Žal pa je tudi res, da mnogo skrbnikov živali teh dejavnikov ne pozna ali jih ne razume, zato zdravljenje ocenjujejo kot neuspešno (Halos et al., 2014, str. 228).

2.2.2 Klinična slika in zdravljenje klopavosti

Klopi kot prenašalci nevarnih boleznih predstavljajo grožnjo za zdravje ljudi in živali. Za svoje preživetje in razmnoževanje nujno potrebujejo gostitelja, s čigar oziroma katerega krvjo se hranijo. Imajo številne gostitelje, kot so sesalci, ptice, plazilci in celo dvoživke (Kirby, 2007, str. 8). V okolju klopi naseljujejo tla pod grmičevjem. So zelo odporni na nizke temperature, uničujejo pa jih neposredna sončna svetloba, izsušitev in obsežno deževje (Kotnik, 2012, str. 19).

Razmeroma pogosta je alergijska reakcija na pik klopa, ki se v različnih oblikah pojavi na mestu pika, redko pa nastopi kot sistemska reakcija, ki zahteva takojšnje zdravljenje. Bolj kot povzročitelji pa so klopi pomembni kot prenašalci bolezni. V Sloveniji so najpogostejše pasje klopne bolezni anaplazmoza, borelioza in babezioza, le izjemoma pa psi zbolijo za klopnim virusnim meningoencefalitisom. Povzročitelji se večinoma nahajajo v prebavnem sistemu klopa in potrebujejo določen čas, da pripotujejo v krvni obtok živali. V večini primerov je to 24–48 ur. V nadaljevanju navajam kratek opis klopno prenosljivih bolezni, za katerimi lahko zbolijo psi.

- **Anaplazmoza** je bolezen, ki jo povzročajo anaplazme, ki napadajo bele krvne celice, lahko pa tudi krvne ploščice. Bolezenski znaki so neznačilni. V 7 do 14 dneh po prenosu nastopi visoka vročina z utrujenostjo, lahko pa se pojavijo tudi neješčnost, otekle in pordele očesne veznice, driska, bruhanje, šepavost ter izguba telesne teže. S sodobnimi diagnostičnimi postopki lahko bolezen hitro odkrijemo in razmeroma uspešno zdravimo (Nelson & Couto, 1998, str. 1284).
- **Borelioza** je bolezen, ki jo pri živalih tako kot pri človeku povzročajo bakterije iz skupine spirohet, t.i. borelije. Te po okužbi naselijo različne organe, sklepe in živčni sistem. Čeprav je lymska borelioza pogosta, pa velika večina psov nikoli ne zboli. Pri obolelih psih so klinični znaki zelo neznačilni, na primer vročina, utrujenost in šepavost. Značilnega izpuščaja pri psih ne vidimo. Bolezen lahko poteka kronično, pojavijo se lahko poškodbe ledvic in srca. Pse je proti boreliozi mogoče cepiti, vendar cepivo ne deluje proti vsem sevom in vrstam borelij (Nelson & Couto, 1998, str. 1016).
- **Babezioza** oziroma **piroplazma** je manj znana klopna bolezen, ki jo povzročajo majhni paraziti, ki naselijo rdeče krvne celice. Značilna za babeziozo je zelo visoka vročina, opazimo pa tudi neješčnost, bledost in zlatenico, temno rdeč ali temno rjav urin, utrujenost, lahko pa tudi bruhanje, drisko in zapeko. Brez zdravljenja je bolezen lahko usodna, če pa jo odkrijemo dovolj zgodaj, je lahko zdravljenje zelo uspešno (Nelson & Couto, 1998, str. 1318).
- **Klopni virusni meningoencefalitis** je pri psih izjemno redek, večjo nevarnost predstavlja možnost zanosa okuženih klopotov v bližino človeka. Posebno izpostavljeni so ljudje, ki živijo v tesnem stiku z živalmi in se veliko gibajo na prostem.

Potencialno okuženi klopi na živali predstavljajo tveganje tudi za skrbnika živali in vso družino, saj sита samica izleže jajčeca v bližini mesta, kjer se je nahranila, to pa je lahko tudi v ležišču hišnega ljubljence. Ni nujno, da bo klop prenašalec pasjih klopnih bolezni, lahko pa prenaša povzročitelje bolezni, ki so nevarni za ljudi.

Klope odstranjujemo s kože mehanično, za zdravljenje klopavosti pa uporabljamo različna zdravila, ki na njih delujejo akaricidno (Kotnik, 2012, str. 20). Še zlasti je pomembna uporaba zdravil, ki odganjajo klope. Tovrstno delovanje prepreči, da bi se klop priselal, pričel hraniti ter posledično gostitelja okužil s povzročitelji nevarnih kužnih bolezni.

Mnogo zdravil je na voljo v veterinarskih ambulantah, vse več pa tudi v lekarnah. V lekarnah so na voljo zdravila, ki imajo status zdravila brez recepta. V veterinarskih ambulantah pa najdemo tako zdravila na veterinarski recept kot tudi zdravila brez recepta. Obe prodajni mesti imata svoje značilnosti in posebnosti, opisane v nadaljevanju.

2.3 Mesto nakupa ali izdaje zdravil za zdravljenje bolhavosti in klopavosti

ZZdr (Ur.l. RS, št. 17/14) v 126. členu opredeljuje, da se promet na drobno z zdravili za uporabo v veterinarski medicini izvaja v lekarnah, veterinarskih organizacijah in drugih organizacijah, ki po predpisih o veterini, opravljajo veterinarsko dejavnost. Izdaja zdravil se vrši ob storitvi za živali, ki jih imajo te organizacije v svoji evidenci oziroma če pri lastniku ali skrbniku živali opravljajo veterinarske preventivne ali terapevtske posege na živalih. Zakon o veterinarskih merilih skladnosti (Ur.l. RS, št. 93/2005) v 36. členu določa, da mora biti izdajanje zdravil v skladu z dovoljenjem za promet z zdravilom oziroma s predpisi, ki urejajo zdravila. Zdravila se glede na način izdajanja razvrščajo v zdravila, ki se izdajajo v lekarnah samo na veterinarski recept ali ob storitvi v veterinarskih organizacijah, ter na zdravila, ki se izdajajo v veterinarskih organizacijah, lekarnah ali specializiranih prodajalnah tudi brez recepta.

Mesto izdaje ali nakupa veterinarskega zdravila je zakonsko strogo določeno. Lekarna je mesto, ki lahko zdravilo izda na recept oziroma proda zdravilo, za katerega ni potreben recept veterinarja. Veterinar v veterinarski ambulanti pa lahko izda zdravilo na recept oziroma brez recepta ob izvršitvi določene storitve. V nadaljevanju osvetljujem podobnosti in razlike med obema prodajnima mestoma.

2.3.1 Veterinarska ambulanta in vloga veterinarja pri svetovanju

Glede na informacije spletne strani Veterinarske zbornice Slovenije je v Sloveniji 157 veterinarskih organizacij, ki so registrirane pri Veterinarski zbornici (Veterinarska zbornica Slovenije, 2015). Od tega se jih 145 ukvarja z zdravljenjem družnih živali. Zakon o veterinarstvu (Ur.l. RS, 33/01, v nadaljevanju ZVet-1) opredeljuje organiziranost veterinarskih organizacij kot družbe ali samostojni veterinarji po predpisih o gospodarskih družbah. Za razliko od lekarn so veterinarske postaje, bolnice, ambulante, klinike in veterinarski centri (v nadaljevanju veterinarske ambulante) zasebne organizacije, ki delujejo v zelo konkurenčnem okolju. V Sloveniji je razmeroma malo veterinarskih

ambulant, čeprav na število prebivalcev razmeroma veliko. Vedno znova se odpirajo tudi nove, zato je med njimi čutiti »boj za obstanek« in prilagajanje posameznih ambulant porabnikom z vidika nižanja cen storitev ter ponujanja novih storitev. Tako lahko na primer določena veterinarska ambulanta, poleg storitve zdravljenja živali, nudi tudi storitve nege in striženja, hotela za živali, trgovine s hrano, opremo in pripomočki za živali. Mnoge veterinarske ambulante se zavedajo pomena zadovoljnega in zvestega porabnika, zato želijo svojo ponudbo in kakovost storitve čim bolj približati potrebam skrbnikov hišnih ljubljencev.

Na drugi strani pa imamo veterinarske ambulante, ki so izšle iz tako imenovanih javnih veterinarskih zavodov. V mnogih od njih je še vedno prisotna odvisnost od odredb o izvajanju sistematičnega spremljanja zdravstvenega stanja živali, programov izkoreninjenja bolezni živali ter cepljenj živali, ki jih določi država. Sem sodita na primer tuberkulinizacija govedi in cepljenje psov proti steklini. To storitev država tudi plača, vendar se tovrstne odredbe v zadnjih letih zmanjšujejo in tudi časovno omejujejo. Na primer cepljenje psov proti steklini je bilo navadno vsako leto, od leta 2014, ki je bilo presečno leto, pa se ta odredba izvaja na tri leta. To pomeni tudi manj prihodkov za veterinarske ambulante in bistveno manj prihodkov za tiste ambulante, ki so svojo dejavnost ter obstoj ustvarile na osnovi odredb države in se niso usmerile v ponudbo dodatnih storitev ali nadgradile svojih zdravstvenih storitev v smeri specialističnih znanj.

Opisana situacija daje vpogled v finančno sliko ambulant po Sloveniji. Ta je razlog, da ambulante veliko pozornosti namenijo finančni situaciji in stroškovnim obremenitvam, sem sodi tudi nakup zdravil. Veterinar, mnogokrat je to lastnik ambulante, sam odloča o nakupu zdravil za potrebe izvajanja storitev. Ob nakupu zdravila tudi plača. Pri veterinarjih je zato zaznati racionalnost pri odločitvah za nakup zdravil kot tudi željo po čim ugodnejšem nakupu. To pa vodi v cenovno vojno med ponudniki zdravil. V zadnjem obdobju so se cene določenih zdravil, na primer antibiotikov močno znižale.

Takšna situacija na trgu pa ponudnike zdravil napeljuje k razmišljanju o novih prodajnih poteh, kot so na primer lekarne, kjer takšen cenovni boj še ni prisoten. Poleg tega imajo lekarne v svoji ponudbi malo veterinarskih zdravil in si želijo širšo veterinarsko paleto. Ta pa je žal omejena samo na zdravila brez recepta. V Sloveniji ni praksa, da bi veterinar stranko z receptom za veterinarsko zdravilo napotil v lekarno, temveč zdravilo izda sam.

2.3.2 Lekarna in vloga lekarniškega farmacevta pri izdaji veterinarskega zdravila

Po podatkih spletne strani Lekarniške zbornice Slovenije je javno lekarniško službo ob koncu leta 2014 opravljalo 24 javnih lekarniških zavodov s 182 lekarnami in 42 lekarniški podružnicami, 88 zasebnih lekarn z 10 lekarniški podružnicami ter 2 bolnišnični lekarni, ki opravljata tudi javno lekarniško službo, skupaj 324 lekarniških enot.

Število lekarniških enot se je v primerjavi z letom 2013 povečalo za 3 enote. Lekarniška enota je v povprečju oskrbovala 6.366 prebivalcev (Mreža lekarn, 2016). Lekarniška dejavnost je v veljavnem Zakonu o lekarniški dejavnosti (Ur.l. RS 36/04, v nadaljevanju ZLD-UPB1) opredeljena kot javna služba, ki jo opravljajo javni zavodi in na podlagi koncesije zasebniki, opravlja pa se v lekarnah in njihovih podružnicah.

Lekarne niso zgolj mesta, kjer bolnik zdravilo prejme na zdravniški recept ali porabnik kupi določeno zdravilo brez recepta ali kozmetični izdelek, temveč so vse bolj mesta, kamor se ljudje obrnejo po nasvet. Odnos med farmacevtom in bolnikom ali porabnikom je zato ključnega pomena. Od farmacevta se je vseskozi pričakovala najvišja stopnja profesionalnosti. Postavljen je v čedalje aktivnejšo vlogo strokovnjaka za zdravila tako v komunikaciji z bolnikom ali porabnikom kot tudi z zdravnikom (Čufar, 2010, str. 127). S svojim znanjem o zdravstvenih težavah in še posebej o zdravilih lahko lekarniški farmacevt s pravilnim svetovanjem pomaga bolniku ali porabniku pri odločanju za zdravilo brez recepta in zmanjša tveganja, ki nastanejo zaradi napačnih ocen in odločitev bolnikov (Pisk, Pal & Pavšar, 2011, str. 185).

ZLD-UPB1 (Ur.l. RS, št. 36/04) navaja, da je lekarniška dejavnost del zdravstvene dejavnosti, ki zagotavlja preskrbo prebivalstva ter zdravstvenih zavodov in drugih organizacij z zdravili. V nadaljevanju navaja, da lekarne lahko opravljajo tudi dejavnost izdaje veterinarskih zdravil.

Glede na izkušnje, ki sem jih pridobila pri svojem delu, lahko potrdim, da vse več lekarn po Sloveniji v svoj portfelj izdelkov vključuje veterinarska zdravila, predvsem zdravila za odpravo zunanjih ali notranjih zajedavcev, za katere ni potreben recept veterinarja. Tudi proizvajalci želijo širiti trg na način, da iščejo nova prodajna mesta. Lekarn v Sloveniji je še enkrat toliko, kot je veterinarskih ambulant. Veterinarske ambulante so zasičene s tovrstnimi zdravili, lekarne pa imajo še vedno razmeroma majhen nabor veterinarskih zdravil. To dejstvo predstavlja priložnost za pridobivanje novih kupcev in širitev tržnega deleža. Mnogo porabnikov ob nakupu zdravila zase izkoristi priložnost in kupi zdravilo tudi za svojega hišnega ljubljence. Lekarniški farmacevti in farmacevtski tehniki tudi kažejo veliko željo in motiviranost za pridobivanje znanj na področju zdravil za odpravo zunanjih ali notranjih zajedavcev, saj se zavedajo, da s pravim svetovanjem ohranjajo zaupanje porabnikov in njihovo vračanje v lekarno.

3 NAKUPNO ODLOČANJE PORABNIKOV

Vsakodnevno življenje je spleteno iz nenehnega odločanja. Odločamo se o čisto preprostih stvareh, na primer, kdaj bomo vstali, kaj bomo jedli, obuli, oblekli, po kateri poti se bomo peljali, v kateri prodajalni bomo kupili kruh. Na vse te odločitve vpliva racionalni, razpoloženski in čustveni svet posameznika kot tudi zunanje okolje, na primer čas

potrebna prihoda v službo, vremenske razmere, družinsko življenje. Vsak dan sprejmemo veliko odločitev. Mnoge od njih jemljemo kot nekaj samoumevnega in ne kot pravo sprejemanje odločitev. V življenju sprejemamo tudi resnejše odločitve, na primer na delovnem mestu, odločamo se o nakupu hiše, ustvarjanju družine, hišnem ljubljencu in še bi lahko naštevali. Zapletene odločitve, ki lahko vključujejo tudi veliko denarja, navadno zahtevajo več premišljevanja in več vpletenih oseb. Finančni in psihološki učinek je večji pri pomembnih odločitvah (Ilc Pungerčič, 2007, str. 9). Ne glede na to, za kakšno odločitev gre, imajo te nekaj skupnega, vedno se namreč odločamo med več možnostmi.

Sprejemanje odločitev pomeni gibalno vsakega dne, dinamiko, ki dela življenje lažje, pestrejšo, kompleksnejšo, lepšo in spremenljivejšo. Odločitve rodijo nove odločitve. V to vsakodnevno dinamiko je vključeno tudi nakupno vedenje in odločanje. Odločanje porabnika je središče njegovega nakupnega vedenja (Solomon et al., 2013, str. 331).

Preučevanje nakupnega vedenja porabnika je dinamično in že dolgo izziv za mnoge tržnike. Porabnik je vključen v proces povpraševanja in odločanja z namenom, da zadovolji svoje potrebe. Tržniki se ne smejo zadovoljiti s preprostim vplivanjem na porabnike (Kotler, 2004, str. 200). Pomembno je pravilno razumeti, kako porabniki v vsakodnevnom življenju sprejemajo nakupne odločitve, kaj pomeni za porabnika določen izdelek ali blagovna znamka, kateri so tisti dejavniki, ki privedejo do nakupa in uporabe določenega izdelka ali blagovne znamke. Povedano drugače, tržniki morajo ugotoviti, kdo sprejema nakupne odločitve, za kakšno obliko nakupnih odločitev gre in kateri so koraki v procesu nakupnega odločanja (Kotler, 2004, str. 200). Pomembno je tudi razumeti, da se porabniki vedno znova spreminjajo, da se spreminjajo njihove potrebe, življenjski stil, kot tudi nakupno vedenje (Best, 2005, str. 5). Večje kot bo razumevanje posameznega porabnika, ciljnih trgov ali družbe, bolj bodo tržniki lahko zadovoljili njihove potrebe in ustvarili dodano vrednost (Peter & Olson, 2008, str. 8). Preučevanje porabnikov in njihovega vedenja ter odločanja nas usmerja pri oblikovanju novih izdelkov, novih značilnosti obstoječih izdelkov, cen, tržnih poti, sporočil in drugih elementov trženjskega spleta z namenom ustvarjanja izmenjav v določenem okolju. Best (2005, str. 6, 7) trdi, da je močna usmerjenost na uporabnika ena izmed ključnih prednosti podjetja, saj mu to zagotavlja prednost pred konkurenco kot tudi večje zadovoljstvo porabnikov in njihovo zvestobo.

3.1 Koraki v procesu nakupnega odločanja

Nakupno odločanje je sestavljeno iz zaporednih korakov, ki vodijo do cilja, to je izbire določenega izdelka med številnimi konkurenčnimi produkti (Solomon et al., 2013, str. 331). Gre za proces pridobivanja in ocenjevanja informacij v smeri nakupne odločitve ter posledično uporabe izdelka ter njegovega vrednotenja. Wilkie (1994, str. 480) opisuje petstopenjski model porabnikovega odločanja za nakup: 1. prepoznavanje problema, 2.

iskanje informacij in ocenjevanja alternativ, 3. nakup, 4. uporaba in ponakupno vedenje, 5. proces naslednje odločitve. Podobno tudi drugi avtorji (na primer Peter & Olson, 2008, str. 165; Solomon et al., 2013, str. 334) opisujejo pet korakov, in sicer je prvi korak povezan s prepoznavo problema, drugi korak z iskanjem informacij, tretji z ocenjevanjem različnih možnosti, četrti z izbiro in nakupom produkta in zadnji, peti korak se navezuje na uporabo izbranega izdelka. Nekateri avtorji naštetim petim korakom dodajajo še dva koraka, in sicer šesti korak, ki se navezuje na ponakupno ocenjevanje izbranega produkta, in sedmi korak, ki pomeni odprodajo ali neke vrste odslovitev produkta (Blackwell et al., 2001, str. 71). Kotler (2004, str. 208) pa v peti korak, ki ga imenuje ponakupno vedenje, združi tri pomembne posledice nakupa: ponakupno zadovoljstvo, ponakupna dejanja ter ponakupna uporaba in opustitev izdelka.

Kljub nekoliko drugačni razdelitvi predvsem zadnjih korakov v procesu nakupnega odločanja različnih avtorjev z gotovostjo lahko trdimo, da je odločanje kompleksno in sestavljeno iz spleta pomislekov, s katerimi se sreča porabnik, ki je močno vpleten v nakup. Iz stopenj v procesu nakupnega odločanja lahko razberemo, da se nakupno odločanje začne veliko pred dejanskim nakupom in ima posledice še dolgo za tem (Kotler, 2004, str. 204). Koraki v procesu nakupnega odločanja, ki so podrobneje opisani v nadaljevanju, predstavljajo neke vrste zemljevid porabnikovega uma, ki je v pomoč tržnikom za oblikovanje trženjske strategije (Blackwell et al., 2001, str. 71).

3.1.1 Prepoznavna problema

Točka, na kateri se prične nakupni proces ali odločanje, je porabnikova prepoznavna problema ali potrebe (Blackwell et al., 2001, str. 72; Kotler, 2004, str. 204; Wilkie, 1994, str. 480). Ta korak je zelo pomemben v procesu odločanja porabnika. Prepoznavanje problema lahko poteka na dva načina, in sicer kot zaznavanje dejanske potrebe ali kot zaznavanje priložnosti kot razkoraka med dejanskim stanjem in idealnim stanjem, ki se ponuja (Blackwell et al., 2001, str. 120; Solomon et al., 2013, str. 341) ter pomeni kritično točko v stopnji prednakupnega odločanja, saj motivira porabnika k nakupu (Hoyer & McInnis, 1997, str. 190). Prepoznavanje problema, ki se navezuje na zaznavanje priložnosti, se navadno navezuje na situacije, ko je porabnik izpostavljen drugačnim, pogosto kakovostnejšim produktom, za katere ocenjuje, da predstavljajo idealno podobo (Solomon et al., 2013, str. 342). Mnogokrat spremenjene življenjske situacije, na primer pridobitev službe, dodatnega dohodka in podobno, lahko vodijo v situacije, ko porabnik razmišlja, da si lahko privošči več ali bolje in tako sledi nekemu idealnemu stanju. Ko je razlika med obema stanjema večja in ko so možnosti in motivacije za nakup večje, večja je verjetnost, da bo porabnik izdelek kupil (Hoyer & MacInnis, 1997, str. 191). Reševanje problema, ki se navezuje na dejanske potrebe, je mnogokrat povezano z zaznavo problema, s porabo zalog določenega izdelka ali z nezadovoljstvom z določenim izdelkom (Solomon et al., 2013, str. 342). Izkušnje veterinarske stroke na slovenskem trgu kažejo, da je pri

klopavosti in bolhavosti odkritje in prepoznavna zajedavca, to je klopa ali odrasle bolhe, odločilna točka, ki usmeri porabnika k razmišljanju o nakupu zdravila za zdravljenje klopavosti in bolhavosti. Bolhe in klope skrbnik na živali opazi s prostim očesom (Kotnik, 2012, str. 32). Dejstvo pa je, da je odraslo bolho težko najti, saj se le 5 % odraslih bolh nahaja na živali, 95 % jih je v obliki jajčec, ličink in bub razseljenih po vsem bivalnem prostoru, kjer se zadržuje žival (Halos et al., 2014, str. 229). Le malo skrbnikov namreč prepozna prisotnost zajedavcev na živali.

Wilkie (1994, str. 481) navaja, da je mogoče porabnikovo potrebo sprožiti tudi, če v tem trenutku določene stvari ali storitve še ne potrebuje. Naloga tržnikov pa je, da iščejo okoliščine, ki sprožijo potrebo (Kotler, 2004, str. 204), po drugi strani Blackwell et al. (2001, str. 73) navajajo, da tržniki težko ustvarjajo nove potrebe, lahko pa opozorijo na nezaznavne potrebe, o katerih porabnik navadno ne razmišlja. Ozaveščanje in izobraževanje skrbnikov hišnih ljubljencev o pomenu odkrivanja in zdravljenja zunanjih zajedavcev je zato ključno. Le malo skrbnikov pozna razvojni krog bolh in pomena zatiranja vseh razvojnih oblik, zato se zdravljenja lotijo na napačen način, ki ne prinese zelenih rezultatov. K sreči pa je vse več skrbnikov hišnih ljubljencev, ki se zavedajo nevarnosti klopno prenosljivih bolezni in zato svojo žival ustrezno zdravijo.

Za tržnike je velik izziv, da najdejo glavne cilje v porabnikovem reševanju problema in ustvarijo izdelek ter določijo trženjsko strategijo, ki povezuje prednosti izdelka s temi cilji (Peter & Olson, 2008, str. 178). Prepoznavna problema je torej prvi korak, ki motivira porabnika k nakupu določenega izdelka ali storitve. Pomembno je torej pregledati dejavnike, ki vplivajo na razliko med idealnim in dejanskim stanjem, porabnikove potrebe in njegove cilje.

3.1.2 Iskanje informacij

Informacije nas v sodobnem svetu spremljajo na vsakem koraku. Samo nekaj klikov na osebem pametnem telefonu ali tablici nas loči od novih in novih podatkov. Sodobni mediji med seboj kar tekmujejo, kateri izmed njih bo najhitreje posredoval najnovejše, najzanimivejše, najprivlačnejše in aktualne informacije. Poleg tega so pomemben vir informacij tudi ljudje, ki jim zaupamo, na primer družinski člani, prijatelji, znanci, mnenjski vodje. Tržnike seveda zanima, kateri so glavni viri informacij za porabnika, zanima jih tudi sorazmeren vpliv, ki ga ima vsak od virov na porabnikovo nakupno odločitev (Kotler, 2003, str. 204). Imeti informacije pomeni biti podučen in to je dandanes tudi prednost. Kako izbirati med njimi, kako biti selektivno kritičen do številnih podatkov, ki so nam na voljo, pa je prava umetnost in ne nazadnje tudi modrost.

Iskanje informacij je proces, ki je povezan z raziskovanjem okolja, preučevanjem informacij, da se na koncu sprejme racionalna rešitev (Solomon et al., 2013, str. 342).

Primarna korist procesa iskanja informacij je dobra nakupna odločitev. Ta je povezana s tveganjem in negotovostjo porabnika, ali bo nakupna odločitev prinesla pozitivne ali negativne posledice (Blackwell et al., 2001, str. 108). Torej je racionalna odločitev za porabnika dobra nakupna odločitev s pozitivnimi posledicami in obratno, odločitev, ki nosi negativne posledice, ni dobra. Z intenzivnim iskanjem informacij pa želi porabnik zmanjšati verjetnost, da bo sprejel nakupno odločitev, ki jo bo obžaloval (Blackwell et al., 2001, str. 108). Porabnik išče informacije tudi za lažjo odločitev med različnimi blagovnimi znamkami ali med izdelki, ki jih je izbral v svoj ožji izbor (Hoyer & MacInnis, 1997, str. 201).

Najpogosteje se opredeljuje dva tipa iskanja informacij, to je notranje in zunanje iskanje informacij (Blackwell et al., 2001, str. 106, 107; Solomon et al., 2013, str. 342).

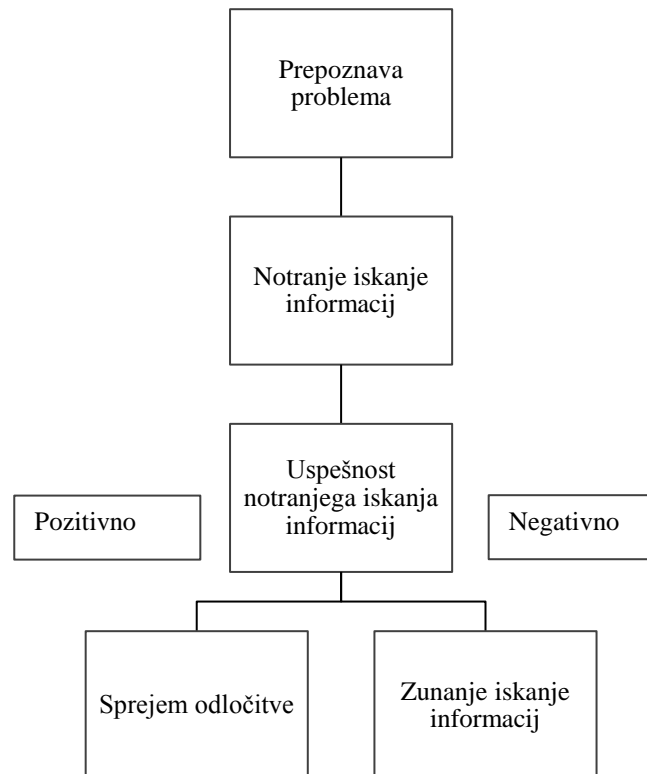
3.1.2.1 Notranje iskanje informacij

Notranje iskanje informacij se navezuje na že prevzeta znanja in veščine, ki jih je porabnik pridobil v svojem življenju in mu pomagajo pri nakupni odločitvi. Ravno tako je notranje iskanje rezultat določene izkušnje z že poznanim izdelkom. Gre torej za priklic informacij, občutkov, izkušenj, ki jih porabnik nosi v sebi in so del njegovega spomina (Hoyer & MacInnis, 1997, str. 194). Glede na lastne izkušnje iz veterinarske prakse se mnogo izkušenih in dolgoletnih skrbnikov psov in mačk pri odločanju za zdravila za zdravljenje bolhavosti in klopavosti zanaša na svoje pretekle izkušnje z določenim zdravilom, ki ga usmerjajo k ponovnemu nakupu ali opustitvi določenega zdravila.

Proces notranjega iskanja informacij je predstavljen v Sliki 3. Ključna točka za odločitev predstavlja uspešnost notranjega iskanja informacij. Odvisna je od porabnikove motivacije in zmožnosti obdelave podatkov kot tudi od pomembnosti iskanih virov za potreben nakup izdelka (Hoyer & MacInnis, 1997, str. 191). Blackwell et al. (2001, str. 106) navajajo, da se mnogo porabnikov zanaša na notranji vir informacij in ne išče zunanjih, tudi pri zahtevnejših odločitvah. Mnogokrat pa porabnik ne more mimo zunanjega iskanja informacij, ki dopolnjuje njegovo notranje iskanje informacij (Solomon et al., 2013, str. 342). Tudi porabniki z mnogo izkušnjami iščejo zunanje informacije, predvsem pri nakupu tistih izdelkov, ki jih kupujejo redko in zato obstaja tveganje, da se je izdelek spremenil v kakovosti, ceni, ali so se pojavile nove blagovne znamke v tej kategoriji izdelkov (Blackwell et al., 2001, str. 106). V to skupino bi glede na informacije, ki sem jih pridobila z veterinarsko prakso po Sloveniji, uvrstila skrbnike, ki jim hišni ljubljenec predstavlja pomembnega družinskega člana ali prijatelja. Ti skrbniki poleg številnih izkušenj, ki jih imajo v zvezi z vzrejo živali, vzgojo, zdravljenjem, iščejo nove informacije in priložnosti, da pridobivajo nova znanja in izkušnje. Tudi na področju zdravil sledijo novim smernicam zdravljenja. Informacije navadno iščejo pri drugih skrbnikih, veterinarju, tudi na spletu in

jih tudi delijo naprej. Svoj nabor notranjih informacij vedno znova dopolnjujejo in osvežujejo z novimi podatki.

Slika 3: Proces notranjega iskanja informacij



Vir: R. D. Blackwell et al., *Consumer Behavior*, 2001, str. 106.

3.1.2.2 Zunanje iskanje informacij

Zunanje iskanje informacij največkrat pomeni aktivno iskanje informacij iz oglasov, pri prijateljih, članih družine, na spletu ali družbenih omrežjih ter pri drugih referenčnih skupinah, ki jih sestavljajo vse tiste osebe, ki neposredno ali posredno vplivajo na stališča in vedenje posameznika (Kotler, 2004, str. 184, 204). Pri mnogih skrbnikih hišnih ljubljencev je to zelo prisotno, saj se združujejo v različna kinološka in pasemska društva ali pa se preprosto družijo z ostalimi skrbniki hišnih ljubljencev, pri katerih pridobivajo številne informacije o zdravljenju, negi in oskrbi živali. Ravno tako nenamerno pridobivajo informacije o izdelkih ali storitvah. Na to vplivajo na primer oglaševanje, zunanja podoba izdelka, virusno trženje, akcije. Zunanje iskanje informacij je torej pridobivanje številnih podatkov iz okolja in lahko dopolnjuje notranje informacije. Zunanje iskanje informacij se opredeljuje tudi kot prednakupno iskanje, ki je mnogokrat povezano z motivacijo in željo po čim boljši izbiri in nakupu (Blackwell et al., 2001, str. 107). Lahko pa je zunanje iskanje informacij povezano tudi z naravno željo posameznika po pridobivanju dodatnih informacij ali bolj poglobljenem izobraževanju. Navadno je to povezano s prostočasno

dejavnostjo posameznika ali kakšnim drugim zanimanjem. Skrbniki redkih ali posebnih pasem navadno zelo zavzeto spremljajo novosti in nasvete o negi svojih živalih. To novo pridobljeno znanje pa lahko uporabijo pri nakupnih odločitvah v prihodnosti (Blackwell et al., 2001, str. 107). Hoyer in MacInnis (1997, str. 201) označujeta prednakupno iskanje informacij kot reakcijo na prepoznavo problema in stalno iskanje informacij kot nenehen in ponavljajoč proces, tudi če problem sploh ne nastane. Kot je razvidno iz Tabele 3, je motiv prednakupnega iskanja informacij sprejeti boljšo odločitev za nakup, pri stalnem iskanju informacij pa je motiv zgraditi bazo podatkov za poznejšo uporabo izdelka.

Tabela 3: Razlikovanje prednakupnega in stalnega iskanja informacij

	Prednakupno iskanje informacij	Stalno iskanje informacij
Določljivke	<ul style="list-style-type: none"> vpletenost v nakup tržno okolje situacijski dejavniki 	<ul style="list-style-type: none"> vpletenost v izdelek tržno okolje situacijski dejavniki
Motivi	<ul style="list-style-type: none"> sprejeti boljšo odločitev za nakup 	<ul style="list-style-type: none"> zgraditi bazo podatkov za poznejšo uporabo prijetna izkušnja z izdelkom
Rezultati	<ul style="list-style-type: none"> povečanje poznavanja izdelka in trga boljša odločitev za nakup povečanje zadovoljstva po nakupu 	<ul style="list-style-type: none"> povečanje poznavanja izdelka in trga za kasnejši morebitni nakup povečanje možnosti impulzivnega nakupa povečanje zadovoljstva ob iskanju

Vir: D. W. Hoyer & J. D. MacInnis, Consumer Behavior, 1997, str. 201.

3.1.2.3 Stopnje iskanja in obdelave informacij

Različne nakupne odločitve pomenijo tudi različno aktivnost porabnika pri iskanju informacij. Glede na napor, vložen v proces nakupnega odločanja porabnika, ločimo tri stopnje: rutinsko reševanje problema, omejeno reševanje problema, razširjeno reševanje problema (Schiffman & Kanuk, 2000, str. 438).

- **Rutinsko reševanje problema:** to je vrsta nakupnega odločanja, kjer imajo porabniki že nekaj izkušenj z blagovno skupino in že izoblikovane kriterije za izbor izdelka. V nekaterih primerih si želijo nekaj dodatnih informacij ali le tehtajo med tem, kar že poznajo.
- **Omejeno reševanje problema:** na tej stopnji ima porabnik že izoblikovane osnovne kriterije za oceno blagovne skupine in izbor med različnimi blagovnimi znamkami. Ne

pozna pa podrobno prednosti posamezne blagovne znamke in išče dodatne informacije, na podlagi katerih jih izloča.

- **Razširjeno reševanje problema:** to je stopnja, kjer porabnik nima izoblikovanih kriterijev za izbor, ravno tako ni zožil izbora na majhno število blagovnih znamk. Odločitev o nakupu je pogojena z razširjenim reševanjem problema. Porabnik potrebuje veliko število informacij za oblikovanje kriterijev pri izboru določene blagovne znamke.

Na podlagi mnogih razgovorov, ki sem jih imela pri svojem delu z izkušenimi veterinarji, veliko skrbnikov psov in mačk zdravljenju bolhavosti ne posveča zelo veliko pozornosti. Za mnoge je reševanje tega problema rutina v času, ko se pričnejo težave s temi zajedavci. Skrbniki, katerih živali imajo resnejše posledice zaradi infestacij z bolhami, kot so alergične reakcije na koži, zdravljenju in preprečevanju bolhavosti posvetijo več pozornosti ter kažejo več zanimanja in motiviranosti za tovrstne izdelke. Problema klopavosti in posledic, ki jih lahko prinaša tovrstna okužba, pa se k sreči zaveda vse več skrbnikov. Morda je razlog vse večja osveščenost ljudi o nevarnostih klopno prenosljivih boleznih. Skrbniki informacije o zdravilih največkrat iščejo pri strokovnjakih, družinskih članih, prijateljih ali drugih referenčnih skupinah. Informacije iščejo tudi na spletu in družbenih omrežjih, saj veliko veterinarjev pravi, da mnogo skrbnikov pride z že oblikovanim mnenjem o določenem izdelku.

Dejstvo je, da določene nakupne odločitve zahtevajo večjo vpletenost porabnika, več njegovega časa in napora, vloženega v pridobivanje ter obdelavo različnih informacij. Pomembni so torej motiviranost, sposobnost in priložnost za obdelavo najdenih informacij (Hoyer & MacInnis, 1997, str. 202).

3.1.2.4 Motiviranost za obdelavo informacij

Ko narašča motivacija za obdelavo informacij, postaja tudi zunanje iskanje informacij bolj poglobljeno. Dejavniki, ki povečujejo motiviranost za obdelavo v procesu iskanja pridobljenih informacij, so: vpletenost in zaznano tveganje, stroški in koristi iskanja informacij, odnos do iskanja informacij ter različnost informacij (Hoyer & MacInnis, 1997, 202, 203).

Zaznano tveganje je glavna določljivka vpletenosti. Kar pomeni, da je pri bolj tveganih odločitvah več zunanjega iskanja informacij, iz česar izhaja dejstvo, da je iskanje informacij o dražjih izdelkih ali storitvah bolj poglobljeno (Hoyer & MacInnis, 1997, str. 202). Pri nakupnih odločitvah, pri katerih je v igri večji strošek, na primer nakup avtomobila, se porabnik težje odloči, kateri izdelek v ožjem izbor izbrati. Kadar bi bile posledice napačne odločitve resnejše in usodnejše (Blackwell et al., 2001, str. 108), je več motivacije za iskanje in obdelavo informacij. Prisotno je namreč tveganje in posledično

odgovornost za izbiro. Solomon et al. (2013, str. 351–353) navajajo, da je zaznano tveganje prisotno pri dražjih, zahtevnejših in nepoznanih izdelkih, kot tudi pri izdelkih, s katerimi ustvarjamo mnenje o sebi pri drugih ljudeh. Opisujejo pet tipov zaznanega tveganja.

- **Monetarno tveganje** se navezuje na denarna sredstva in lastnino. To tveganje je največkrat prisotno pri ljudeh z nizkimi dohodki in malo imetja. Povezano je z izdelki in storitvami visoke vrednosti.
- **Funkcijsko tveganje** se navezuje na funkcijske lastnosti. Najbolj so mu izpostavljeni porabniki, ki veliko dajo na praktičnost, varnost in funkcionalnost. Pojavlja se pri nakupu igrač, vozil, električnih pripomočkov, opreme za otroke, pohištva in opreme za gospodinjstvo.
- **Fizično tveganje** se navezuje na zdravje, vitalnost, življenjsko moč. Najbolj so mu izpostavljeni starejši, onemogli in bolni. Pojavlja se pri nakupu medicinske opreme, zdravil, hrane in drugih dobrin, povezanih z zdravjem.
- **Družbeno tveganje** je povezano s samopodobo posameznika. Pojavlja se pri nakupu dobrin, ki navzven izražajo določen statusni simbol, na primer pri nakupu oblek, obutve, modnih dodatkov, avtomobila, športne opreme.
- **Psihološko tveganje** je podoben družbenemu tveganju. Povezano je s sprejemanjem samega sebe, s statusom posameznika v določenem okolju. Najranljivejše skupine so ljudje z nizkim samospoštovanjem in manj privlačnosti. Pojavlja se pri nakupu luksuznih dobrin, ki lahko izzovejo občutke krivde, ali pri storitvah, ki zahtevajo veliko samodiscipline in odpovedovanja.

Veliko nakupnih odločitev, na primer v supermarketu pri nakupu hrane, čistil, kozmetičnih izdelkov in drugih vsakodnevnih potrebščin, pa k sreči ne zahteva intenzivnega pridobivanja različnih informacij. Porabnik navadno izhaja iz svojih navad, izkušenj, trenutnih vzgibov in želja. Kot pravijo Blackwell et al. (2001, str. 107), porabnik ima pri tem malo potrpljenja, da ugotovi, kaj želi. Torej lahko sklepamo, da sta čas in napor, ki ju nekdo vloži v iskanje določenih podatkov, pomembna. Čas in napor predstavljata neke vrste strošek in porabnik bo nadaljeval z iskanjem, dokler so koristi od iskanja relativno večje od stroškov iskanja (Blackwell et al., 2001, str. 108; Hoyer & MacInnis, 1997, str. 202). Večja kot je dostopnost, zastonjskost in hitrost pridobivanja informacij, intenzivnejša in bolj poglobljena bosta lahko iskanje in učenje. Svetovni splet, različna družbena omrežja, številne spletne strani kot tudi katalogi trgovskih verig, ki ponujajo primerjavo lastnosti in cen podobnih izdelkov, so vsekakor dobrodošla pomoč pri pridobivanju podatkov. Stroški zunanjega iskanja informacij so tako povezani s časom in naporom, ki ga nekdo vloži v iskanje, pa tudi z denarjem, saj na primer vožnja od prodajalne do prodajalne lahko pomeni izdaten strošek za gorivo.

Različni porabniki imajo tudi različen odnos do iskanja informacij. Nekaterim je to izziv in veselje, drugim predstavlja breme. Solomon et al. (2013, str. 350) se sprašujejo, kdo vложи več napora v iskalni proces. Ocenjujejo, da bi več napora v iskanje morali vložiti tisti porabniki, ki so prvič vključeni v nakup določenega produkta, tako imenovani novinci, kot tudi veliki poznavalci že določenega izdelka, za katere se ocenjuje, da jih ta zanima in bi tako bolje in hitreje razumeli določene novice ali izboljšave izdelka. Resnica pa je nekje vmes. Največ iskanja informacij naj bi bilo s strani porabnikov, ki imajo povprečno vedenje o izdelku (Solomon et al., 2013, str. 350). Že imenovani novinci imajo navadno težave, kje pridobiti informacije. Raje se zanesejo na mnenja drugih in dajo večjo prednost blagovni znamki in ceni izdelka, ko delajo primerjave med alternativami. Ne namenijo pa veliko pozornosti funkcijskim lastnostim in določenim detajlom (Solomon et al., 2013, str. 351). Prisoten je tako imenovani učinek nevednosti, ki daje občutek, da smo kupili pravo stvar, saj manj kot vemo o izdelku, lažje se prepričamo, da nam je všeč (Solomon et al., 2013, str. 351). Na eni strani porabnik išče informacije, da bi zmanjšal tveganje za napačno nakupno odločitev, na drugi strani pa lahko večje znanje o izdelku vodi v nezadovoljstvo z njim. Ob tem razmišljanju se mi porajajo vprašanja: kje se porabnik ustavi, koliko informacij je dovolj in katere so ključne, da se odloči, da je izdelek zanj dovolj dober. Kognitivni model porabnika v procesu nakupnega odločanja se ocenjuje kot najbolj realističen. Porabnika opisuje kot reševalca problemov, ki dejavno išče izdelke in storitve, ki izpolnjujejo njegove potrebe in mu bogatijo življenje. Išče in ocenjuje pa le tiste informacije, na podlagi katerih lahko sprejme zadovoljivo rešitev (Schiffman & Kanuk, 2000, str. 441).

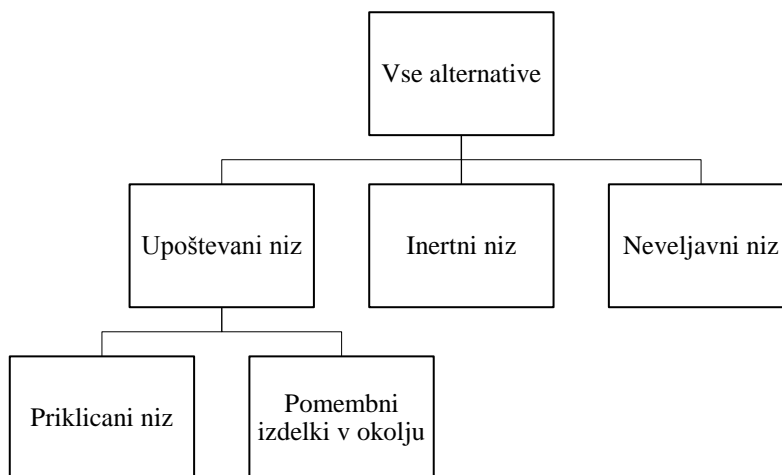
3.1.2.5 Sposobnost in priložnost obdelave informacij

Na sposobnost obdelave informacij vplivajo porabnikovo znanje, njegove kognitivne sposobnosti kot tudi demografske značilnosti (Hoyer & MacInnis, 1997, str. 204). Izkušen porabnik ima o izdelku ali storitvah že neko mnenje, ravno tako ima več izkušenj in znanja o tem, kje pridobiti nove kakovostne in prave informacije. Znano je tudi, da ljudje z višjo izobrazbo pogosteje iščejo informacije kot ljudje z nižjo stopnjo izobrazbe, ker imajo več temeljnega znanja in tudi več možnosti dostopa do različnih virov. Ljudje z višjimi dohodki pa manj iščejo informacije v primerjavi z ljudmi, ki imajo nižje dohodke. Ob višjem dohodku je nakup manj tvegan. Iskanje informacij tudi upada s porabnikovo starostjo (Hoyer & MacInnis, 1997, str. 205). Število in oblika informacij ter čas, ki je porabniku na voljo, vplivajo na priložnosti za obdelavo informacij. Porabniki, ki niso časovno omejeni, imajo več priložnosti za obdelavo informacij kot tudi več priložnosti za iskanje večjega števila informacij (Hoyer & MacInnis, 1997, str. 206).

3.1.3 Ocenjevanje alternativ

Motiviranost, sposobnost in priložnost obdelave informacij pelje v naslednjo stopnjo, to je ocenjevanje alternativ, ki je pomemben korak v procesu odločanja. Ocenjevanje alternativ pomeni razmišljati o različnih ali sorodnih izdelkih, tudi storitvah. Na koncu je potrebno sprejeti odločitev o tem, ali bomo izdelek kupili ali ne. Z vsako odločitvijo pa sprejemamo tudi odgovornost za njene posledice. Kot prikazuje Slika 4, so v procesu ocenjevanja alternativ številne možnosti, ki jih uporabnik upošteva ali ne. Alternative ali možnosti, ki so v procesu ocenjevanja, Blackwell et al. (2001, str. 111) označujejo kot upoštevani niz. Solomon et al. (2013, str. 355) upoštevani niz označijo kot tiste možnosti, ki jih porabnik pozna, so že del njegovega spomina, kar označuje kot priklicani niz, kot tudi tiste pomembne možnosti, ki so na voljo v nakupnem okolju. Izdelki, ki se znajdejo v tem naboru, imajo navadno enake ali podobne lastnosti (Solomon et al., 2013, str. 356). Navadno so te možnosti povezane z že opravljenimi nakupi in porabnikovimi izkušnjami z določenim izdelkom. Določene informacije o izdelku pa porabniki pridobijo tudi s strani prijateljev ali drugih ljudi, ki že imajo vedenje in izkušnjo o produktu (Blackwell et al., 2001, str. 115).

Slika 4: Ocenjevanje alternativ



Vir: M. R. Solomon et al., *Consumer Behaviour A European Perspective*, 2013, str. 356.

Neveljavni niz so možnosti, ki se jih porabnik zaveda, vendar jih zagotovo ne bo kupil. Inertni niz so tiste možnosti, ki niso v miselnem naboru porabnika, praktično zanj ne obstajajo. Upoštevani niz pa so tiste alternative, o katerih porabnik dejansko razmišlja in jih upošteva (Solomon et al., 2013, str. 355). Dejstvo je, da porabnik vedno ne razmišlja resno o vseh blagovnih znamkah v kategoriji (Blackwell et al., 2001, str. 113; Solomon et al., 2013, 355).

Tržniki morajo poznati svojo ciljno skupino, ciljni trg in delati v smeri, da bodo prišli v upoštevanje niz s strani porabnika. Prvi vtis je pomemben. Ko je porabnik soočen z novim izdelkom, ga ocenjuje z že obstoječim znanjem in vedenjem ter ga primerja z že poznanimi izdelki. Tako pridobiva novo znanje in si ustvarja novo mnenje. Izdelek, ki je slabo ali napačno predstavljen trgu, ki na začetku preveč obljublja, težko naredi popravni izpit. Priti v nabor izdelkov, o katerem porabnik razmišlja in so del njegovega upoštevanega niza, lahko zahteva tudi spremembepri kakšnem izmed štirih P, to so izdelek, cena, promocija in distribucija (Blackwell et al., 2001, str. 112). Vendar ni nujno, da vse možnosti, ki so že del porabnikovega spomina ali so na voljo na mestu nakupa, postanejo del porabnikovega ožjega izbora, o katerem razmišlja. V resnici porabniki omejujejo svoj nabor na alternative, ki so jim najljubše. Seveda je drugače v situacijah, ko se porabnik prvič srečuje z določenim izdelkom. V tem primeru ima malo znanja, zato se v večji meri obrača na okolje. Pomemben vir informacij so mu drugi uporabniki, ki izdelek že poznajo, oglasi, izdelki in blagovne znamke na nakupnem mestu (Blackwell et al., 2001, str. 113).

V veterinarskih ambulantah in klinikah za male živali so pri svetovanju, na primer hrane, kozmetičnih izdelkov in pripomočkov za nego kot tudi zdravil za zdravljenje bolhavosti in klopavosti, poleg veterinarja ključni tudi veterinarski tehniki. Slednji si mnogokrat med številno ponudbo ustvarijo svoj upoštevanje niz izdelkov v določeni kategoriji, ki ga svetujejo naprej skrbnikom hišnih ljubljencev. Tako skrbnikom na eni strani olajšajo odločitev, na drugi strani pa dajejo prednost določenim izdelkom. Nasprotno je v lekarni, kjer je na voljo manjše število zdravil za odpravljanje zunanjih zajedavcev. Farmacevti in farmacevtski tehniki veliko pozornosti namenijo svetovanju, zaradi manjšega števila izdelkov navadno tudi vse predstavijo, odločitev pa mnogokrat prepustijo skrbniku.

3.1.3.1 Procesi ocenjevanja izbranih alternativ

Tržniki morajo pri postavljanju trženjskih strategij za svoje blagovne znamke poznati strategije in procese ocenjevanja porabnika, saj ti vplivajo na njegovo izbiro ali končno odločitev. Razumevanje procesov ocenjevanja je pomembno tudi za pripravo tistih aktivnosti ali sprememb izdelka, ki vodijo do njegovih višjih ali bolj zelenih ocen s strani porabnika (Blackwell et al., 2001, str. 119). Hkrati pa gre tudi za obraten proces, in sicer za izobraževanje porabnikov v smeri izbora odločujočih atributov (Solomon et al., 2013, str. 360). To pomeni, da tržniki po komunikacijskih kanalih in z oglaševanjem sporočajo o atributih, za katere želijo, da postanejo lastni tudi porabniku. Poznamo več procesov ocenjevanja izbranih alternativ.

- Kategorizacija je proces, v katerem porabniki izdelke, ki so v njihovem ožjem izboru, kategorizirajo. V tem procesu se porabnik odloči, katere izdelke bo primerjal, kot tudi, kateri kriteriji bodo ključni za odločitev (Solomon et al., 2013, str. 356). Ocenjevanje izbranih alternativ je odvisno tudi od kategorije, ki ji izdelek pripada, saj je mnogokrat

ocena, ki jo ima porabnik o določeni kategoriji, prenesena na novi izdelek (Blackwell et al., 2001, str. 115). Blagovne znamke, ki močno povzemajo kategorijo določenih izdelkov, določajo kriterije za to, da je nek novi izdelek član te kategorije.

- Naslednji proces za ocenjevanje alternativ, ki ga Blackwell et al. (2001, str. 116) navajajo, je ocenjevanje korak za korakom. Porabnik za ocenjevanje določi kriterije ter oceni prednosti in slabosti. Kriteriji, na podlagi katerih se porabnik odloča in jih med seboj primerja, so na primer cena izdelka, kakovost, blagovna znamka, poreklo, čas garancije, uporabnost itd. V procesu ocenjevanja velja, da atributi, ki se med posameznimi izbranimi produkti razlikujejo, odločilneje vplivajo na končno odločitev, kot atributi, ki so izdelkom enaki. Imenujemo jih tudi odločujoči atributi. To so tiste lastnosti, ki so pomembne za razlikovanje med možnostmi (Solomon et al., 2013, str. 359, 360). Za določene blagovne znamke, že zaradi njihovega imena ali porekla kot tudi višje cene, predpostavljamo, da so visoke kakovosti. Razmerje med kakovostjo in ceno je skorajda obrabljena fraza marsikaterega oglasnega sporočila, pa vendar se v nakupnem procesu velikokrat odločamo med njima in tehtamo, kje se kriterija uravnovesita na način, ki nam ustreza ali je del kompromisa. Postavljanje zgornje meje cene za določen izdelek je normalno in ima vzrok v realnem življenju posameznika. Vir, višina in stalnost dohodka so gotovo del te realnosti. Zadnji korak v procesu ocenjevanja alternativ korak za korakom je v presoji, ali je lahko določen atribut odločilen in prevlada nad ostalimi.
- Strategija ocenjevanja, ki se nanaša na nenadomestljivost, pravi, da slabost, ki jo nosi določena lastnost izdelka, ni mogoče nadomestiti s prednostmi drugih lastnosti, kar pomeni, da nikoli ne bo izbran izdelek, ki ima slabost na eni od sicer ključnih lastnosti, pa vendar mnogo prednosti na drugih (Blackwell et al., 2001, str. 117, 119). Tako porabnik na enostaven in razmeroma hiter način izloči možnosti, ki ne dosegajo njegovih osnovnih kriterijev (Solomon et al., 2013, str. 371).
- Drugače je pri strategiji ocenjevanja, kjer se slabost na eni od lastnosti izdelka lahko kompenzira s prednostmi na drugih lastnostih. Najbolj preprost način je ta, da se sešteje prednosti (Blackwell et al., 2001, str. 119). Žal pa to ne pomeni, da so vse te prednosti pomembne (Solomon et al., 2013, str. 372).
- Nekoliko zahtevnejši način pa je tehtanje in ocenjevanje pomembnosti posameznih lastnosti (Blackwell et al., 2001, str. 119; Solomon et al., 2013, str. 372). Takšen porabnik vložijo več napora v odločitveni proces. Nakupna odločitev pa je težja in oddaljena, če je porabnik primoran izbirati med alternativami, ki mu niso najbolj ljube (Solomon et al., 2013, str. 372); ravno tako, če je potrebno izbrati med izdelkom, ki je sicer primeren in cenovno ustrezen, ter drugim, ki je del neke želje, notranjega hrepenenja porabnika, vendar cenovno višje pozicioniran.

Nekateri procesi ocenjevanja so preprosti in hitri, drugi so bolj dolgotrajni in zahtevajo več pozornosti, vpletenosti in miselnega navora. Porabnik se pogosto odloča na način, ki poenostavi pot do izbire. Gre za tako imenovano hevristično odločanje, ki temelji na sklepanju kompromisov ali na navezovanju oziroma sidranju na določene informacije ali signale (Solomon et al., 2001, str. 363, 364). Takšni signali so na primer zunanji videz, blagovna znamka in cena izdelka, prodajno mesto kot tudi država porekla. Zunanji, vidni simboli delujejo kot signali izdelka, ki želijo komunicirati določene lastnosti, na primer varnost, kvaliteto, zaupanje. Tudi država porekla je lahko ključna informacija pri določitvi za nakup, saj je za mnoge porabnike signal o kakovosti izdelka.

3.1.4 Odločitev za nakup

Odločitvi za nakup določenega izdelka lahko sledijo številni scenariji. Izpostavljeni so trije: popolnoma načrtovan nakup, deloma načrtovan nakup in nenačrtovan nakup (Blackwell et al., 2001, str. 127).

Popolnoma načrtovan nakup je v veliki meri posledica intenzivne priprave porabnika na ta dogodek. Pripravo na nakup porabnik vrši skozi vse tri predhodno že opisane korake, to so prepoznava problema, iskanje informacij, ocenjevanje alternativ. Načrtovanje določenega nakupa je bolj verjetno pri dražjih izdelkih, pri izdelkih, pri katerih je potrebna večja vpletenost. Pri izdelkih vsakodnevnne rabe pa je načrtovanje krajše in manj verjetnejše, na primer pri hrani, pijači in kozmetiki (Blackwell et al., 2001, str. 127).

Pri deloma načrtovanem nakupu je porabnik že prepoznal problem in sprejel odločitev o nakupu določenega izdelka, ni pa še sprejel odločitev o blagovni znamki, cenovnem okviru, stilu ... Končni izbor produkta navadno sledi na prodajnem mestu ali ob obisku spletne strani (Blackwell et al., 2001, str. 128). Glede na izkušnje, ki sem ji pridobila pri delu z veterinarskimi ambulantami, veliko skrbnikov odločitev za nakup hrane, izdelkov za nego živali ter tudi za zdravila za zatiranje zunanjih zajedavcev prepušča osebju veterinarske ambulante. Podobno je tudi v lekarnah za zdravila za zdravljenje bolhavosti in klopavosti, zato se vse več lekarniških farmacevtov želi podučiti o problematiki zunanjih zajedavcev pri psih in mačkah.

Porabniki navadno ne gredo skozi vse stopnje ali korake v nakupnem odločanju, temveč lahko določene stopnje preskočijo, ali se celo premaknejo nazaj na prejšnjo stopnjo. (Kotler, 2003, str. 204). Veliko nakupov pa je pravzaprav nenačrtovanih. Razstavljanje izdelkov, posebna stojala, oglaševanje popustov in drugih prodajnih akcij pri porabnikih vzbudi zanimanje ali ustvari željo po določenem izdelku (Blackwell et al., 2001, str. 128).

3.1.5 Ponakupno vedenje

Nakup je opravljen, izdelek je prodan. Za tržnike se sedaj začne drugo poglavje. Če želijo, da porabnik ponovno kupi izbrani izdelek ali da ga ponovno kupi na istem prodajnem mestu ali širi dobro mnenje o njem drugim porabnikom, potem morajo spremljati ponakupno zadovoljstvo, ponakupna dejanja in uporabo izdelka (Kotler, 2004, str. 208). Lahko bi rekli, da so uporaba izdelka, porabnikova izkušnja ob tem, zadovoljstvo in ponakupna dejanja najpomembnejši deli procesa nakupnega odločanja (Blackwell et al., 2001, str. 160).

Pri uporabi izdelka moramo razmišljati o več vprašanjih, in sicer kdaj se izdelek uporablja, kje se uporablja, kako se uporablja in kako pogosto se uporablja. V mnogo primerih nakupu izdelka sledi tudi njegova uporaba (Blackwell et al., 2001, str. 160, 161). Na primer, ko napolnimo avto z gorivom, ga bomo začeli uporabljati takoj, ko zapustimo bencinsko črpalko. Izdelkom, kot so na primer hrana, kozmetika, čistila, pa nujno ne sledi takojšnja uporaba, vendar porabnik navadno ve, kdaj in ob kateri priložnosti, jih bo koristil. Pogostost uporabe določenega izdelka prav gotovo zanima vsakega tržnika.

Med procesom uporabe izdelka porabnik ocenjuje izdelek in z njim pridobiva izkušnje. Mnogi skrbniki si z uporabo pridobivajo številne izkušnje z izdelki, ki so namenjeni hišnim ljubljencem. Pridobivajo tudi izkušnje o učinkovitosti in delovanju zdravil za zdravljenje bolhavosti in klopavosti. Najobičajnejši način ocenjevanja porabnikovega zadovoljstva je primerjava porabnikove dejanske zaznave izdelka ali storitve v primerjavi z njegovimi pričakovanji (Payne & Frow, 2013, str. 53). Ponakupna ocenjevanja so lahko enaka tistim pred nakupom, še posebej, če je prisotno zadovoljstvo. In obratno, zadovoljstvo pri prednakupnem ocenjevanju se hitro razblini, če je porabnik nad izbranim izdelkom razočaran (Blackwell et al., 2001, str. 171, 172). Porabniki oblikujejo določene predstave o izdelku, ki temeljijo na prejšnjih izkušnjah ali na informacijah o izdelku, ki sporočajo določeno stopnjo kvalitete. Če nekaj deluje tako, kot smo pričakovali, potem o tem kaj dosti ne razmišljamo. Po drugi strani je negativen učinek, če izdelek ne zadovolji pričakovanj. Če pa je rezultat nad pričakovanji, smo z nakupom zadovoljni (Solomon et al., 2013, str. 91).

Skrbniki hišnih ljubljencev svoje izkušnje z izdelki, tudi z zdravili za odpravljanje zunanjih zajedavcev, radi delijo z drugimi skrbniki. Navadno so to ljudje, ki se med seboj radi družijo ali združujejo v različna pasemska društva. Izkušnje s področja skrbništva, tudi s področja zdravljenja živali, radi delijo med seboj. Tako sporočajo svoje zadovoljstvo ali nezadovoljstvo z določenim izdelkom drugim skrbnikom. Glede na lastne izkušnje veliko skrbnikov svoje izkušnje deli z drugimi, tudi na številnih spletnih forumih.

Zadovoljstvo, pozitivna čustva, potrjena pričakovanja, ki jih ob nakupu in uporabi izdelka doživlja posameznik, so dobra popotnica za ponovni nakup. Zadovoljstvo porabnika je merilo, kako določen izdelek ali storitev opraviči ali celo preseže pričakovanja porabnika (Payne & Frow, 2013, 53). Kljub temu pa zadovoljstvo ob nakupu nujno ne zagotavlja zvestobe. V današnjem globalnem svetu porabniki pričakujejo več, imajo več izbire in so manj zvesti (Best, 2005, str. 5). Ali bo porabnik ostal zvest, je odvisno od stopnje zadovoljstva (Blackwell et al., 2001, str. 172; Payne & Frow, 2013, str. 53). Porabniki, ki so zelo zadovoljni, kupujejo več, poleg tega kupujejo dražje izdelke in so ključni za profitabilnost. Enako pomembni pa so tudi nezadovoljni porabniki. Pridobivanje novih porabnikov pa je dražje kot zadržanje obstoječih, poleg tega novi porabniki na začetku kupujejo manj ali bolj previdno (Best, 2005, str. 10, 14).

Od stopnje zadovoljstva pa je odvisno tudi to, kako bo nekdo svoje zadovoljstvo ali nezadovoljstvo delil z drugimi. Porabnik, ki je nezadovoljen, bo svojo negativno izkušnjo raje, hitreje in morda tudi pretirano delil z drugimi. Vsak razočaran porabnik bo o svojem nezadovoljstvu poročal 8 do 10 ljudem (Best, 2005, str. 10). Zadovoljen porabnik, ki je zvest, bo informacije o izdelku širil naprej, od ust do ust, kar je zelo učinkovito in tudi zastonj. Družbena omrežja pa so še posebna priložnost za tovrstno širjenje informacij (Payne & Frow, 2013, str. 63). Best (2005, str. 9) označuje zadovoljstvo porabnika kot indikator za pot naprej. Ocenjuje, kako se bodo porabniki odločali o nakupu izdelka v prihodnosti. Drugi kazalci, kot sta prodaja in tržni delež, kažejo na preteklost. Veliko zadovoljnih kupcev pomeni za podjetje konkurenčno prednost, saj lahko gradijo na dolgoročnih odnosih s svojimi kupci (Solomon et al., 2013, str. 89).

3.2 Dejavniki, ki vplivajo na proces odločanja

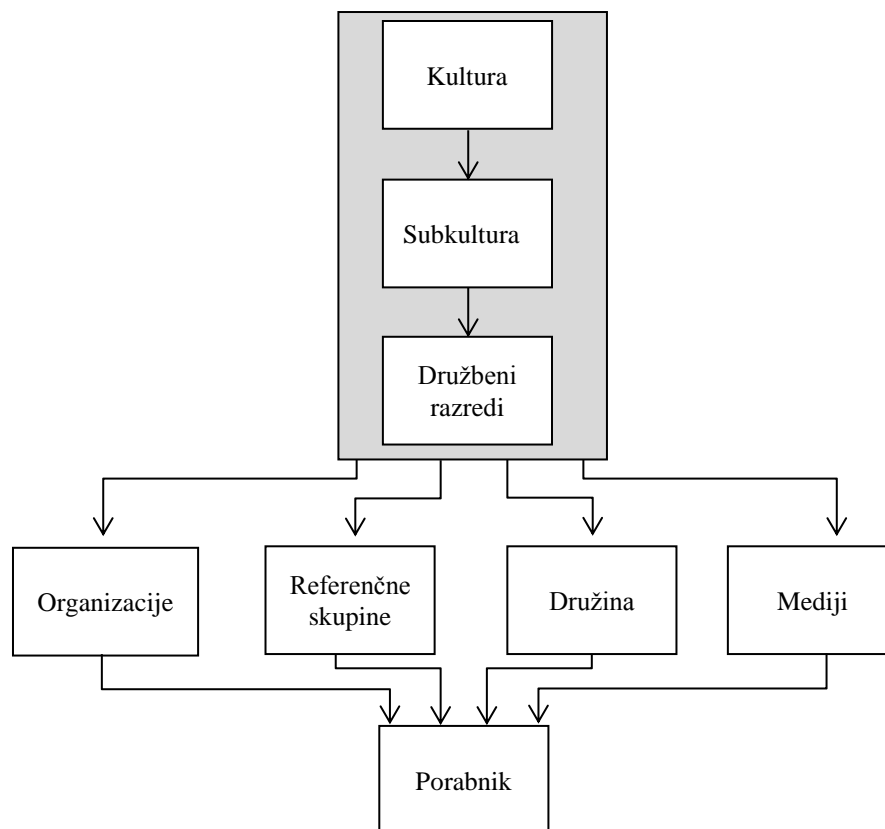
Na porabnikovo nakupno odločanje vplivajo zunanji kot tudi kognitivni ter čustveni dejavniki (Peter & Olson, 2008, str. 177). Dejavniki v okolju, na primer mnenja drugih, oglaševanje, informacija o ceni, pakiranje, zunanja podoba izdelka, vplivajo na porabnikov razum, na njegova čustva in delovanje.

Okolje zaznamujejo fizične in družbene lastnosti porabnikovega zunanjega sveta. Torej ima okolje dve dimenziji: družbeno in fizično, ki pomembno vplivata na motive porabnika za nakup izdelka in njegovo vrednotenje (Solomon et al., 2013, str. 67). Okolje lahko razdelimo tudi na makro in mikro okolje. Makro se navezuje na ekonomske razmere, politični sistem, klimatske in geografske značilnosti. Mikro pa povzema okolje, ki direktno obdaja porabnika in ima takojšen vpliv na njegovo vedenje, mišljenje in občutenje (Peter & Olson, 2008, str. 256, 257).

Družbeno okolje zaznamujejo interakcije med ljudmi. Za makro družbeno okolje lahko označimo: kulturo, subkulturo in družbene razrede, ki imajo močan vpliv na vrednote, prepričanja, čustva in vedenje porabnika. Kot prikazuje Slika 5, makro družbeno okolje

vpliva na mikro družbeno okolje, kot so družina, različne referenčne skupine, organizacije in mediji. Mikro družbeno okolje v nadaljevanju vpliva na končnega porabnika. Proces prenosa pomenov pa gre tudi v obratni smeri. Referenčne skupine in družina so pomembne za prenos kulturnih pomenov v družbo, subkulturo, družbene razrede in imajo zato signifikantno vlogo v trženjskih strategijah (Peter & Olson, 2008, str. 339). Različna okolja torej močno vplivajo na porabnikovo znanje, občutenja v zvezi z izdelki, prodajnimi mesti, kot tudi na porabnikovo vedenje (Peter & Olson, 2008, str. 258, 259).

Slika 5: Prenos pomenov v družbenem okolju



Vir: P. J. Peter & J. C. Olson, Consumer Behavior and Marketing Strategy, 2008, str. 260.

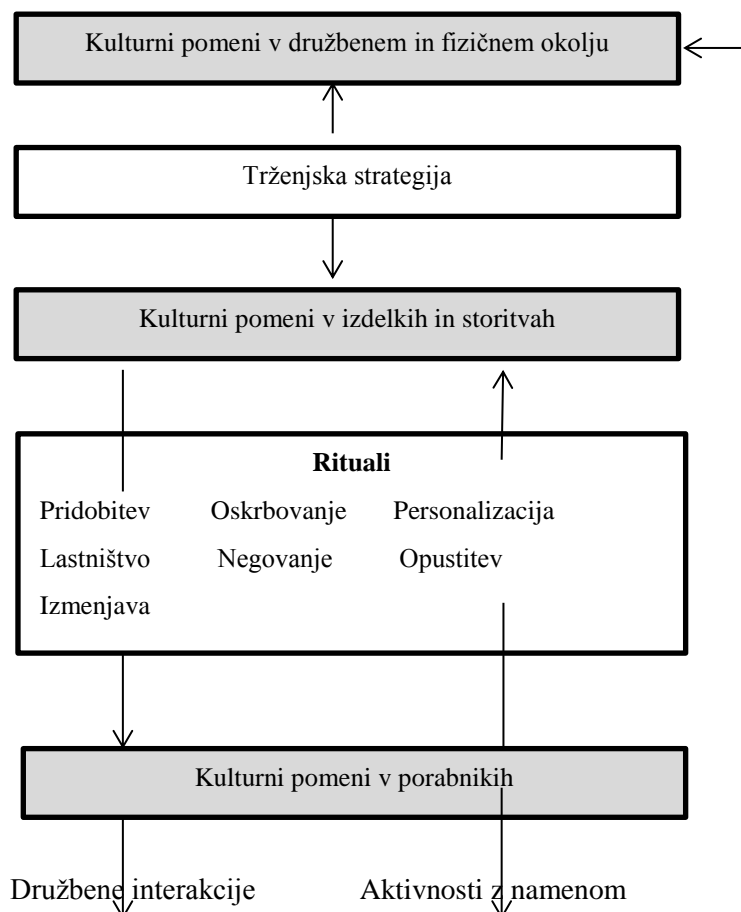
V magistrskem delu se osredotočam na tista okolja, za katera ocenjujem, da imajo največji vpliv na nakupne odločitve skrbnikov hišnih ljubljencev.

3.2.1 Kultura in subkultura

Kultura so pomeni, ki jih deli večina ljudi v neki družbeni skupini. Vsebujejo prepričanja, občutenja, cilje, pravila, običaje, norme ter vzorce vedenja. Kultura vključuje tudi pomene družbenega in fizičnega okolja, na primer socialnih inštitucij (politične, verske, izobraževalne) ali fizičnih objektov (izdelki, orodja, zgradbe), ki jih uporabljajo ljudje v določeni družbi. Pomene pa ustvarjajo ljudje in ti se lahko spreminjajo (Peter & Olson,

2008, str. 280–282). Kot prikazuje Slika 6, so kulturni pomeni navzoči na treh ravneh: v družbenem in fizičnem okolju, v izdelkih in storitvah, kot tudi v vsakem porabniku. Namen ustvarjanja trženjskih strategij je prenos kulturnih pomenov iz fizičnega in družbenega okolja v izdelke in storitve z namenom, da bodo porabniku zanimivi. Tržniki se morajo zavedati kulturnega pomena svojih izdelkov in blagovnih znamk, saj ga porabniki v izdelkih iščejo za ustvarjanje osebne identitete. Porabniki iz izbranih izdelkov črpajo določen kulturni pomen in ga hkrati, s svojim vedenjem, sporočajo drugim. Vračajo ga nazaj v družbeno okolje (Peter & Olson, 2008, str. 294, 295). Kulturni proces je torej ponavljajoče in recipročno prehajanje pomenov med okoljem in posamezniki v družbi (Peter & Olson, 2008, str. 296).

Slika 6: Model kulturnega procesa



Vir: Povzeto in prirejeno po G. McCracken v P. J. Peter & J. C. Olson, *Consumer Behaviour and Marketing Strategy*, 2008, str. 287.

V sodobni zahodni kulturi je skrb za hišne ljubljence nekaj povsem običajnega in vsakdanjega. To potrjujejo tudi številne prodajalne z opremo za hišne ljubljence, pasji saloni, veterinarske ambulante za male živali, različne pasje šole in kinološka društva. Kot nemoralno in neetično se ocenjuje dejstvo, da bi na primer pse uporabljali v prehrani ljudi.

Marsikje po svetu, na primer na Kitajskem, pa psi še vedno predstavljajo vir hrane (Hrovat Kokalj, 2015, str. 48).

Spremembe v vrednotah določene kulture, ki so povezane tudi s spremembo vedenja ali življenjskega sloga, lahko ustvarijo nove tržne priložnosti. Pomembno je, da tržniki sledijo tem spremembam in ustrezno prilagodijo trženjske strategije. Trženje je lahko aktivni element kulturne dinamike, saj se spreminja zaradi kulture in jo tudi spreminja (Peter & Olson, 2008, str. 285, 287, 304).

Subkulturo zaznamujejo skupine ljudi, ki delijo skupne kulturne pomene na čustvenem in kognitivnem nivoju (prepričanja, vrednote, cilji), na nivoju vedenja (običaji, rituali, vedenjske norme) ter na nivoju okolja (pogoji za življenje, geografska lokacija, objekti). Subkultura povzema določene kulturne pomene širše kulture, hkrati pa ima tudi svoje, posebne vrednote in pomene (Peter & Olson, 2008, str. 312).

3.2.2 Referenčne skupine

Referenčne skupine so neke vrste kulturne skupine, katerih člani delijo skupne kulturne pomene. Pri nakupnih odločitvah vplivajo na čutenje, razmišljanje in vedenje posameznika. Referenčne skupine vključujejo enega ali več ljudi, ki predstavljajo osnovo za primerjavo, so referenčno mesto za odločitve porabnika. Lahko predstavljajo točno določeno osebo ali so simbolične narave, na primer športna ekipa. Pomembne so tudi z vidika razpona, saj si ljudje posvojijo referenčno skupino tako iz lastnih kot tudi iz drugih družbenih razredov, subkultur ali celo kultur (Peter & Olson, 2008, str. 339, 340).

Na spletni strani Kinološke zveze Slovenije (Kinološka društva – članice KZS, 2016) je navedenih preko 90 različnih kinoloških društev in 27 pasemskih klubov, ki združujejo ljubitelje in skrbnike psov različnih pasem ter hkrati ustvarjajo neke vrste referenčne skupine. Člane tovrstnih združenj povezujejo ista prepričanja, vrednote in cilji. Člani različnih kinoloških društev veliko časa in energije posvetijo šolanju svojega psa. Tudi člani raznih pasemskih klubov svoje hišne ljubljence vodijo na številna lepota ali športna tekmovanja. Vsem pa je skupno to, da ima v njihovem življenju hiši ljubljenec posebno mesto in so zanj pripravljeni žrtvovati veliko časa in tudi sredstev. Življenje s hišnim ljubljencem jim predstavlja pomembno vrednoto in preživljanje prostega časa. Hkrati pa tovrstna združenja predstavljajo referenčne skupine s članstvom (Blackwell et al., 2001, str. 397), za mnoge, zlasti pa za nove skrbnike hišnih ljubljencev, celo aspirativne referenčne skupine (Blackwell et al., 2001, str. 397), pri katerih iščejo navdih, ideje in informacije o skrbništvu in vzgoji hišnega ljubljencea.

Vzreditelji določenih pasem tudi predstavljajo aspirativne referenčne skupine. Ob predaji mladiča novim skrbnikom navadno podajo tudi natančna navodila glede prehrane, opreme,

veterinarske oskrbe, vzreje in vzgoje. Tako posredno vplivajo na bodoče nakupne odločitve novih skrbnikov hišnega ljubljence. Skrbniki se radi pridružijo in identificirajo z določeno skupino vzrediteljev z namenom, da pridobijo določeno znanje ali vrednote. Peter in Olson (2008, str. 340, 341) ter Solomon et al. (2013, str. 396) opredeljujejo naslednjo razdelitev referenčnih skupin.

- **Referenčna skupina kot vir informacij:** pri tem gre za prenos koristnih informacij. Posameznik išče informacije o različnih blagovnih znamkah in izkušnjah z njimi pri združenjih, profesionalcih, skupinah strokovnjakov, pri prijateljih ali sorodnikih. Informacije pridobiva na verbalen ali demonstrativen način. Bolj ko so informacije verodostojne in zanesljive, večje je zaupanje porabnika v referenčno skupino. Pridobivanje informacij pa je lahko aktivno ali naključno. Referenčne skupine namreč tudi same sporočajo določene informacije, za katere želijo, da dosežejo določen krog ljudi.
- **Referenčna skupina, ki omogoča korist:** korist se tukaj navezuje na pohvale in nagrade. Posameznik se odloči za nakup posameznega izdelka, ker bo tako izpolnil pričakovanja skupine.
- **Referenčna skupina, ki omogoča izražanje določenih vrednot:** tudi referenčne skupine oblikujejo določene vrednote, prepričanja, življenjski slog. Porabnik si na njihovi podlagi ustvarja lastni jaz in lastno samopodobo.

Vpliv referenčnih skupin ni vedno enak. Pri enostavnih izdelkih ali pri tistih, pri katerih ima porabnik možnost, da jih preizkusi pred nakupom, je vpliv referenčnih skupin relativno majhen. Drži pa tudi to, da nekaj, kar imajo radi drugi, vpliva na naše odločitve (Solomon et al., 2013, str. 397).

3.2.3 Družina

Družina kot referenčna skupina je prav gotovo zanimiva za mnoge tržnike. Navezanost, zaupanje in kompleksnost odnosov pomembno vplivajo na nakupne odločitve družinskih članov. Peter in Olson (2008, str. 346) opisujeta različne vloge družinskih članov v procesu nakupnega odločanja. Ob tem navajam primere vlog ob odločitvi za nakup zdravila za zdravljenje bolhavosti in klopavosti.

- **Vplivnež** je posameznik, ki posreduje informacije o izdelkih ali storitvah ostalim članom družine. Primer: sin, ki je član kinološkega društva, posreduje informacijo o novem zdravilu za odpravo zunanjih zajedavcev.
- **Vratar** je tisti član, ki nadzoruje pretok informacij znotraj družine. Primer: mama, preden novica doseže očeta, ki je v vlogi odločevalca, preveri, ali je doma že na voljo podobno zdravilo z ustreznim rokom uporabe, ki bi ga lahko uporabili.

- **Odločevalec** ima moč in finančno avtoriteto, da odloči o nakupu izdelka oziroma koriščenju storitve. Primer: oče potrdi nakup in zagotovi sredstva.
- **Kupec** je član, ki dejansko opravi nakup. Primer: sin opravi nakup novega zdravila v bližnji veterinarski ambulanti.
- **Uporabnik** je tisti, ki izdelek ali storitev uporablja. Primer: uporabnik v tem primeru je hišni ljubljenec.
- **Odstranjevalec** je član družine, ki izdelek zavrže ali opusti storitev. Primer: zaradi nezadovoljstva z izdelkom sin ovrže ponovno uporabo istega zdravila.

Različni družinski člani imajo različne vloge in so različno vpleteni v proces odločanja in nakupa izdelka ali storitve. Vsak član družine je neke vrste družbeno okolje za druge družinske člane, torej se med njimi vzpostavijo družbene interakcije (Peter & Olson, 2008, str. 346). Socializacija je opredeljena kot proces, s katerim mladi ljudje pridobijo veščine, znanje in stališča, pomembna za njihovo delovanje na trgu (Solomon et al., 2013, str. 458).

V procesu socializacije družina prenese kulturne pomene družbe, subkulture, družbenih razredov na otroke in tako vpliva na njihov razum, čustva in vedenje. Na ta način otroci pridobivajo informacije o nakupovanju, izdelkih, storitvah ali drugih veščinah, povezanih z nakupovanjem (Peter & Olson, 2008, str. 350). Znanje in veščine, ki jih ob tem pridobi otrok, ga lahko spremljajo tudi kasneje v življenju. Hirschman (1994, str. 627, 628) navaja, da skrbništvo hišnega ljubljence vpliva tudi na vzgojo otrok. Starši učijo svoje otroke, kako ustrezno poskrbeti za žival. Pri tem je pomemben tudi odnos, ki ga starši gojijo do hišnega ljubljence. Ta vpliva na odnos, ki ga bodo v prihodnosti imeli otroci do svojih živali. Vzgojeni so v družinskem okolju, v katerega hišni ljubljenec preprosto sodi. To je normalno in popolnoma sprejemljivo. Socializacija v otroštvu je torej pomembna, saj se ob tem ustvarijo preferenčni vzorci, ki trajajo celo življenje. Mnogi, ki so v svojem otroštvu živeli z določeno pasmo psov ali mačk, se v odrasli dobi odločajo za isto pasmo ali vrsto živali. Proces socializacije lahko poteka tudi v obratni smeri (Peter & Olson, 2008, str. 350). Otroci pogosto informirajo svoje starše na primer o novih tehnologijah, o sodobnih trendih oblačenja in še o marsičem.

3.2.4 Sporočanje od ust do ust

Za predhodno našteta okolja in vse skupine je značilno sporočanje od ust do ust. Porabniki radi delijo svoje nakupovalne izkušnje z družinskimi člani, prijatelji, sodelavci, znanci ali z nepoznanimi ljudmi. Sledenje je zlasti aktualno na družbenih omrežjih. Ustno izročilo ali sporočanje od ust do ust je neformalno prenašanje informacij med posamezniki (Solomon et al., 2013, str. 422; Voyer & Ranaweera, 2015, str. 638), zato tisti, ki sporoča informacijo, ne pričakuje materialne koristi (Voyer & Ranaweera, 2015, str. 638). Neformalne pogovore o izdelkih spodbuja več dejavnikov: visoka vpletenost v izdelek ali

storitev, znanje o izdelku in želja po izkazovanju tega znanja, skrb za druge ter želja po zmanjšanju negotovosti.

Tudi pri pridobivanju neformalnih informacij se porabniki obračajo na osebe, ki jim zaupajo in imajo znanje o želenem izdelku ali storitvi. Ocenjujejo, da so informacije, ki jih pridobijo s strani ljudi, ki jim zaupajo, zanesljivejše in bolj vredne zaupanja v primerjavi z informacijami, ki jih prejmejo prek oglaševanja. Močnejša kot je družbena vez med tistim, ki sporoča informacije, in tistim, ki jih prejema, večje bo zaupanje v prejeta sporočila (Voyer & Ranaweera, 2015, str. 641). Sporočanje od ust do ust ima močan učinek, zlasti kadar gre za kategorijo izdelka ali storitev, ki je porabnik ne pozna (Solomon et al., 2013, str. 422, 423).

Posredovalec informacij in mnenj v procesu sporočanja od ust do ust je **mnenjski voditelj**. (Blackwell et al., 2001, str. 404). Mnenjski voditelj je oseba, ki porabniku prek neformalne komunikacije posreduje informacijo ali nasvet o določenem izdelku ali storitvi (Kotler, 2004, str. 187). Mnenjski voditelj je navadno zelo vpet v določeno kategorijo izdelkov ali storitev. Svoje mnenje, znanje in izkušnje je pripravljen deliti z drugimi. Je zelo samozavesten, družaben in tudi dober govorec (Blackwell et al., 2001, str. 405). Prejemniki informacij ga dojemajo kot verodostojen, zanesljiv in objektiven vir informacij. Poleg tega mnenjski voditelj ne posreduje zgolj pozitivnih strani izdelka ali storitev, temveč tudi negativne, kar zvišuje zaupanje v njegovo presojo. Prek mnenjskega voditelja porabniki zmanjšujejo zaznano tveganje ter trajanje iskanja informacij pri nakupu novega izdelka.

Pri zdravstvenih storitvah je mnenje strokovnjaka zelo pomembno. Porabniki navadno nimajo dovolj znanja in izkušenj, da bi lahko z vso gotovostjo ocenili potrebo po določenem zdravljenju. Zaupanje v mnenje veterinarja in v njegove sposobnosti ima izjemen vpliv na odločitve o zdravstveni oskrbi živali. Zaupanje skrbnikov v sposobnosti veterinarja je še zlasti pomembno pri resnejših operativnih posegih. Odnos, dolgoletno sodelovanje z določenim veterinarjem in pretekle izkušnje pomembno vplivajo na stopnjo zaupanja in odločitve skrbnikov hišnih ljubljencev (Brockman, Taylor & Brockman, 2008, str. 403, 404).

3.3 Vplivi na nakupno odločanje skrbnikov hišnih ljubljencev

Trženje storitev in izdelkov za hišne ljubljence je za mnoge tržnike zanimiva tema, saj v veliki meri temelji na čustveni povezanosti med porabnikom in njegovim hišnim ljubljencem. Mnogo strokovnih člankov opisuje odnose, ki se vzpostavijo med skrbnikom in hišnim ljubljencem, malo pa jih opisuje, kako ti odnosi vplivajo na nakupno odločanje skrbnikov.

Antropomorfizem, globoka čustvena navezanost, ekspresija lastnega jaza v hišnem ljubljencu in okolje, ki tovrstno obnašanje in odnose spodbuja, so dejavniki, ki vplivajo na nakupne odločitve skrbnikov hišnih ljubljencev. Hišni ljubljenelec lahko pomeni zajeten finančni zalogaj (Holbrook, 2008, str. 546). Skrbniki lahko zapravijo veliko denarja za nakup različne opreme in pripomočkov, hrane in veterinarske storitve. Hišni ljubljenci so končni porabniki, skrbniki pa služijo kot »vedno radodarni« kanali distribucije v oskrbovalni verigi (Holbrook, 2008, str. 547).

Belk (1988, str. 155) navaja, da hišni ljubljenelec predstavlja razširjeni jaz skrbnika. Žival ima vpliv na to, kako nas vidijo drugi in kako vidimo sami sebe. Izraža in odseva našo osebnost (Hirschman, 1994, str. 621), torej pomeni trošenje denarja za žival v resnici trošenje denarja za nas same (Ridgway, Kukar-Kinney, Monroe & Chamberlin, 2008, str. 392). Ridgway et al. (2008, str. 392–396) tudi ugotavljajo, da so porabniki, ki pretirano nakupujejo zase, čustveno močno navezani na svojega hišnega ljubljenca. Za njih hišni ljubljenelec predstavlja družinskega člana in njihov razširjeni jaz. Pretirano nakupujejo zase in za svojega živalskega prijatelja. Visoki stroški za hišnega ljubljenca, kot so hrana, igrače, priboljški, obleka, pripomočki za nego, božična in rojstnodnevna darila, so za te porabnike izraz skrbi in ljubezni. Ob tem se počutijo kot »dobri starši«. Hišni ljubljenelec in številni izdelki, ki jih potrebuje, na nek način izražajo identiteto skrbnika (Jyrinki, 2012, str. 115).

3.3.1 Vplivi na odločitve pri nakupu hrane za hišnega ljubljenca

Po podatkih spletne strani FEDIAF je bilo leta 2014 v Evropi (vključujoč tudi nečlanice EU, kot so Švica, Rusija in Norveška) prodanih 9 milijonov ton hrane za hišne ljubljence, kar vrednostno pomeni 15 milijard € (Facts and Figures, 2015). Jyrinki in Leipamaa-Leskinen (2005, str. 546–548) ugotavljata, da skrbniki, ki svojega hišnega ljubljenca dojemajo kot razširjeni jaz, pri nakupu hrane za svojo žival veliko pozornosti namenijo njeni kakovosti in ceni, izbiri hrane in načrtovanju obrokov pa veliko časa. Pomembno jim je, da hišni ljubljenelec izbrano hrano rad je, kar se pozitivno odraža tudi na njegovem zdravju. Ob tem občutijo zadovoljstvo. Počutijo se kot dobri skrbniki in poznavalci za prehrano, kar pozitivno vpliva na njihovo samopodobo.

Tesfom in Birch (2010, str. 904–907) navajata, da skrbniki psov, ki za sebe pogosto pripravijo kuhane obroke, tega navadno ne počnejo za svoje hišne ljubljence. Glavni razlog naj bi bilo pomanjkanje časa, poleg tega je za njih enostavneje uporabiti že pripravljeno hrano. Mnogi skrbniki tudi verjamejo, da hrana, ki je namenjena posebej za pse, pokriva potrebe po hranilnih snoveh, ki jih žival dnevno potrebuje. Zanimiva je tudi naslednja ugotovitev, da skrbniki, ki se sami zelo zdravo prehranjujejo, želijo zagotoviti zdravo hrano tudi svojim psom. Mnogo teh skrbnikov celo več pozornosti nameni zdravi prehrani za svojega kosmatinca kot zase. V nadaljevanju se raziskava dotika še dveh dejavnikov, in

sicer cene hrane ter zvestobe določenim blagovnim znamkam. Porabniki, ki so cenovno občutljivi pri nakupu hrane zase, so cenovno občutljivi tudi pri nakupu pasje hrane. Podobno je pri zvestobi. Skrbniki psov, ki so zvesti določenim blagovnim znamkam hrane, ki jo kupujejo zase, so zvesti tudi blagovnim znamkam hrane za svojega hišnega ljubljence. Raziskava potrjuje celo, da je zvestoba višja, kadar gre za pasjo hrano.

3.3.2 Vplivi na odločitev za veterinarsko oskrbo

Skrbniki živalim namenijo veliko pozornosti, one pa jim vračajo brezpogojno ljubezen, pozitivno vplivajo na zdravje in dobro počutje posameznika. V družinsko okolje prinašajo srečo in zdravje. Mnogo skrbnikov ima svoje hišne ljubljence kot enakovredne družinske člane, za marsikoga predstavljajo nadomestilo za otroke ali vnuke. Vse več pa je tudi skrbnikov, ki so pripravljeni nameniti več sredstev za veterinarsko oskrbo svojih hišnih ljubljencev (Horspool, 2013, str. 18).

Brockman et al. (2008, str. 397, 398) navajajo, da skrbniki hišnih ljubljencev delujejo kot odločevalci o zdravstveni politiki na mikro nivoju, saj sprejemajo odločitve o zdravljenju za svojo žival in hkrati plačajo veterinarsko storitev s svojimi lastnimi sredstvi. To je tudi razlog, da veliko skrbnikov hišnih ljubljencev veliko bolj vrednoti in ocenjuje stroške veterinarskega zdravljenja, kot stroške zdravljenja v humani medicini. Hišni ljubljenec je torej deležen zdravniške oskrbe, kadar jo je skrbnik zmožen plačati. Tesfom in Birch (2010, str. 908, 909) ugotavljata, da skrbniki, ki zaradi različnih zdravstvenih težav pogosto obiščejo svojega zdravnika, tudi psa pogosteje vodijo k veterinarju. Pomembno vlogo pri tem pa imajo tudi prihodki. Skrbniki, ki izhajajo iz gospodinjestev z višjimi prihodki, psa vodijo k veterinarju na redne rutinske preglede. Skrbniki z nižjimi prihodki pa navadno peljejo hišnega ljubljence k veterinarju, ko je bolan.

Brockman et al. (2008, str. 398) opisujejo dejavnike, ki vplivajo na odločitev o veterinarski storitvi. Opredeljujejo tri najpomembnejše dejavnike: čustvena navezanost, pričakovanja glede okrevanja in finančno odrekanje. Vse tri dejavnike podrobneje opredeljujem v naslednjih podpoglavjih.

3.3.2.1 Čustvena navezanost

Navezanost porabnikov na svojo žival je različna. Od tega, da ima hišni ljubljenec status neizmerno cenjenega bitja, do tega, da se žival obravnava zgolj kot lastnino. Stopnja čustvene navezanosti vpliva na odločitve o veterinarski oskrbi živali (Brockman et al., 2008, str. 399, 404). Skrbniki, ki visoko cenijo svojega hišnega ljubljence, ga ocenjujejo kot družinskega člana, mnogokrat na nivoju večnega otroka ali celo spiritualnega bitja. Takšni skrbniki imajo močno vez s svojim hišnim ljubljencem, z njim se čutijo izpopolnjene. Ta izjemna navezanost pa vpliva tudi na odločitve glede zdravljenja. To so

tisti skrbniki, ki ne bodo odrekli veterinarske oskrbe tudi, če bi bilo zanjo potrebno odšteti večjo vsoto denarja. Močna povezanost s hišnim ljubljencem opravičuje visoke stroške zdravljenja za posege, kot so ortopedske operacije, zdravljenje rakavih obolenj, kronične terapije, na primer artritisa ali različnih alergij (Hoffman & Perkins, 2008, str. 283). Za zdravljenje se bodo odločili tudi v primeru, ko za žival to ne bi bila najboljša rešitev. Za njih je pomembno, da se žival ohranja pri življenju, kakor dolgo je to mogoče. Te odločitve so enake ali podobne tistim, ki bi jih sprejeli v primeru človeškega zdravljenja. Njihove odločitve so bolj čustvene kot razumske (Brockman et al., 2008, str. 399, 404). Ob tem se poraja vprašanje, za koga je pravzaprav to zdravljenje: za žival ali za njenega skrbnika. Navadno je življenjska doba hišnih ljubljencev krajša v primerjavi z življenjsko dobo njihovih skrbnikov. Ljudje, ki neizmerno cenijo svoje kosmatince, se z njimi poenotijo, izražajo njihova čustva. Slovo od njih je zato tako neizmerno težko. Izguba hišnega ljubljence pomeni, da izgubijo del sebe (Brockman et al., 2008, str. 399).

Nasprotno pa nekateri skrbniki, ki bi jih lahko imenovali lastniki, vidijo svojo žival kot lastnino. V tem primeru je odločitev za dražje veterinarsko zdravljenje pogojena s finančno perspektivo (Brockman et al., 2008, str. 399).

Med obema opisanimi ekstremoma skrbnikov je skupina ljudi, ki je sicer močno navezana na svojega hišnega ljubljence, vendar ga ne obravnava v spiritualnem smislu. Odločitve o zdravljenju sprejemajo razumsko. Pričakovani rezultati zdravljenja in finančni vidik so uravnoteženi z ljubeznijo do živali (Brockman et al., 2008, str. 400).

3.3.2.2 Pričakovanja glede okrevanja

Pričakovanja so v procesu odločanja za dražjo veterinarsko storitev pomembna z dveh vidikov: glede izida zdravljenja, na primer v smislu reševanja življenja ali kakovosti življenja, in glede uspešnosti okrevanja. Uspešnost okrevanja se ocenjuje z dveh vidikov: trpljenja, ki ga bo žival občutila, ter fizičnega in čustvenega žrtvovanja skrbnika (Brockman et al., 2008, str. 400). V primeru, ko pričakovanja glede uspešnosti okrevanja niso dobra, se bodo skrbniki, zlasti tisti, ki visoko cenijo svoje živali, poskušali izogniti odločitvi o usodi svoje živali. Kakor dolgo bo potrebno, bodo poskušali obdržati status quo in na koncu bodo odločitev o usmrtni živali prepustili veterinarju (Brockman et al., 2008, str. 401). Pričakovanja glede uspešnosti zdravljenja imajo največji vpliv na odločanje tistih skrbnikov, ki sprejemajo racionalne odločitve. Odločajo se na podlagi čustvenega in fizičnega žrtvovanja tako njih samih kot tudi živali. Fizično trpljenje živali kot tudi skrbnika v procesu okrevanja ima pomembno vlogo pri večini težjih veterinarskih posegov (Brockman et al., 2008, str. 401).

3.3.2.3 Finančno odrekanje

Odločitve o dražji veterinarski oskrbi so za skrbnika pomembne. Vključujejo tudi večjo čustveno vpletenost skrbnika. Brockman et al. (2008, str. 401) navajajo, da na finančni vidik pri tovrstnih odločitvah vplivata dva dejavnika, to sta stopnja čustvene navezanosti na žival in izkušnje iz otroštva. Skrbniki, ki so na svoje živali močno navezani in jih obravnavajo kot enakovredne družinske člane, so pripravljene odšteti velike vsote denarja za svoje hišne ljubljence. Mnogokrat je prisoten občutek krivde, če svojemu živalskemu prijatelju ne nudijo najboljših možnih nege kljub finančnemu odrekanju. Takšen način odločanja je prisoten zlasti pri skrbnikih, ki so tovrstne zglede prevzeli v otroštvu (Brockman et al., 2008, str. 401).

Nasprotno pa določeni porabniki občutijo krivdo, če morajo odšteti večjo vsoto denarja za svojo žival, četudi jim strošek ne predstavlja večjega finančnega bremena. Ti skrbniki hišnega ljubljence ne dojemajo kot enakovrednega družinskega člana, njihova čustvena navezanost na žival je majhna. Tudi v tem primeru so zgledi iz otroštva pomemben dejavnik (Brockman et al., 2008, str. 402).

Na vse tri opisane dejavnike, ki so pomembni pri odločitvi za veterinarsko storitev, vplivajo občutek krivde, družina in veterinar (Brockman et al., 2008, str. 398).

Krivda je povezana s finančno ali družbeno odgovornostjo. Brockman et al. (2008, str. 402) navajajo, da skrbniki, ki imajo otroke s finančnimi potrebami, doživljajo občutek krivde, če morajo odšteti večjo vsoto denarja za veterinarsko storitev. Ravno tako navajajo, da skrbniki, ki so močno navezani na svojega hišnega ljubljence, čutijo družbeno odgovornost, da za svojo žival zagotovijo najboljšo možno skrb. Če je živali ne bi zagotovili, bi doživljali močan občutek krivde. Še posebej močno je to prisotno pri tistih, ki so takšno skrb imeli priložnost doživeti v otroštvu. Podobno ugotavljata tudi McEachern in Cheetham (2013, str. 342), ki pravita, da se je mnogo skrbnikov hišnih ljubljencev v času svojega otroštva naučilo, da je skrb za svojo žival moralna dolžnost. Velja pa tudi obratno. Skrbniki, ki so v otroštvu žival doživljali kot neenakovredno in so nanjo manj čustveno navezani, ocenjujejo visoke stroške zdravljenja za žival kot finančno in družbeno neodgovorno. Občutki krivde pa niso povezani samo s stroški, temveč tudi s trpljenjem živali v procesu okrevanja. Močno čustveno navezani skrbniki bi, ne glede na stroške, naredili vse, da bi žival obdržali pri življenju. Kljub trpljenju živali ji podaljšujejo življenje, ob tem pa ne doživljajo občutka krivde (Brockman et al. 2008, str. 402).

Hirschman (1994, str. 623) ugotavlja, da družina in vzgoja v otroštvu pomembno vplivata na odločitve o skrbništvu hišnega ljubljence. Vplivata pa tudi na odločitve v zvezi z veterinarsko oskrbo živali. Močne čustvene vezi med družinskimi člani in hišnim

ljublencem generirajo odločitve, povezane s skrbjo za žival (Brockman et al., 2008, str. 403).

Proces nakupnega odločanja skrbnikov v primeru nakupa izdelkov za hišne ljubljence je v veliki meri enak procesu nakupnega odločanja za njih same. Razlikuje pa se po stopnji čustvene vpletenosti in navezanosti na hišnega ljubljenca. Motivatorji, ki spodbujajo skrbnike hišnih ljubljencev k nakupu, niso zgolj potrebe živali, temveč tudi lastna samopodoba, družbeni stiki, fizična aktivnost, pritegovanje pozornosti in status. Konstrukt razširjenega jaza je močno prisoten v nakupnem odločanju skrbnikov hišnih ljubljencev. Tako sama žival kot tudi izdelki zanjo so močno povezani s skrbnikovo identiteto. Hišni ljubljenci v vlogah prijatelja ali enakovrednega družinskega člana so čustveno vpleteni v življenje družine. Skrbniki jim nudijo vso potrebno skrb in nego. Mnogokrat so v to vpleteni vsi družinski člani. Kot pravi Hoolbrok (2008, str. 547): »Kako bi ne mogli nagrajevati naših hišnih ljubljencev za njihovo zvestobo in navezanost?«

4 EMPIRIČNA RAZISKAVA ODLOČANJA SKRBNIKOV HIŠNIH LJUBLJENCEV ZA NAKUP VETERINARSKIH ZDRAVIL ZA ZDRAVLJENJE BOLHAVOSTI IN KLOPAVOSTI

V predhodnih poglavjih je opisan odnos, ki se oblikuje med skrbnikom in njegovim hišnim ljubljencem. Iz člankov in raziskav, ki so vključene v teoretični del magistrskega dela, je moč razbrati, da stopnja in intenzivnost odnosa močno vplivata na proces nakupnega odločanja skrbnikov hišnih ljubljencev. To želim proučiti tudi v empirični raziskavi magistrskega dela.

4.1 Opis in utemeljitev metode raziskovanja

V empiričnem delu naloge sem uporabila kvalitativno metodo raziskovanja v obliki fokusnih skupin. Fokusna skupina sodi med metode, pri katerih se uporabljajo nestandardizirane tehnike anketiranja ali opazovanja, ki niso zelo strukturirane. Raziskovalci iščejo kvalitativne podatke za oblikovanje vtisa in ne za številčno ali merljivo definiranje trga ali določene skupine. Kvalitativne raziskave odgovarjajo kaj, kako in zakaj, ne dajo pa odgovora koliko (Klemenčič & Hlebec, 2007, str. 7). Metoda fokusnih skupin omogoča vpogled v teme, ki še niso bile dobro razumljene (Berg & Lune, 2012, str. 165, 172).

Za fokusne skupine je značilna tudi posebna skupinska dinamika, ki omogoča spremljanje interakcij in razprave, ki se razvije med udeleženci. Udeležence izbere raziskovalec, in sicer glede na njihovo povezanost s tematiko in tudi glede na to, ali lahko posamezniki posredujejo koristne informacije. Diskusijo med udeleženci usmerja raziskovalec, in sicer pokriva glavna raziskovalna področja. V nadaljevanju pa je potek odvisen od interakcije

med udeleženci, zato je vsaka fokusna skupina neponovljiva in edinstvena sama po sebi. Sposobnost moderatorja, da udeležence motivira in povezuje, močno vpliva na kvaliteto zbranih podatkov (Berg & Lune, 2012, str. 166, 172, 175–177).

Namen fokusnih skupin je zbrati več informacij v kratkem času. Vir informacij je interakcija in pogovor v skupini. V fokusnih skupinah se primerno zbirajo informacije, ko opazimo razlike med ljudmi, raziskujemo kompleksna vprašanja motivacije ali vedenja, želimo razumeti raznolikost ali potrebujemo prijazno in spoštljivo raziskovalno metodo (Klemenčič & Hlebec, 2007, str. 9). Pomembna prednost metode fokusnih skupin je fleksibilnost glede števila udeležencev, skupin in trajanja. Metoda omogoča pridobitev velike količine informacij od večje skupine ljudi v relativno kratkem času. Poleg tega omogoča tudi boljše razumevanje udeležencev (Berg & Lune, 2012, str. 172).

Za metodo raziskovanja je izbrana kvalitativna metoda fokusnih skupin, ker je kot taka odličen pripomoček, kadar želimo nek pojav oceniti z vidika različnih skupin ljudi (Klemenčič & Hlebec, 2007, str. 13). Skrbniki hišnih ljubljencev, kot so psi in mačke, se razlikujejo glede na življenjski slog. Ocenjujem jih kot tiste, ki v fokusnih skupinah dejavno sodelovalujejo, saj mnogi izmed njih radi govorijo o svojem odnosu z živaljo, poleg tega radi delijo svoje izkušnje z drugimi skrbniki. To pa je pri fokusnih skupinah zelo pomembno, saj se med udeleženci, ki dejavno sodelujejo, ustvarja komunikacijska interakcija, ki omogoča tudi to, da se v pogovoru sproti odzivamo na pobude, informacije in tako odkrivamo stvari, ki niso bile predvidene pri načrtovanju vprašanj za delo fokusnih skupin (Klemenčič & Hlebec, 2007, str. 13). Metoda fokusnih skupin je zato fleksibilna glede nepričakovanih tem, ki se pojavijo med razpravo, saj jih lahko raziskovalec med diskusijo razišče (Berg & Lune, 2012, str. 172).

Namen empirične raziskave je na podlagi fokusnih skupin s skrbniki hišnih ljubljencev razumeti, kako odnos, ki ga imajo s hišnim ljubljencem, vpliva na proces nakupnega odločanja za svojo žival, kot tudi na proces odločanja za nakup veterinarskih zdravil za zdravljenje bolhavosti in klopavosti. Cilj fokusnih skupin pa je pridobiti informacije, ki bodo v pomoč pri oblikovanju bodočih trženjskih strategij podjetja, ki trži in prodaja zdravila za zdravljenje bolhavosti in klopavosti pri hišnih ljubljencih.

Pri vprašanjih, strukturiranih v obliki opomnika, se naslanjam na teoretična spoznanja iz domače ter tuje strokovne in znanstvene literature. Vprašanja v opomniku omogočajo veliko svobode pri odgovorih, hkrati pa so še vedno osredotočena na določene, načrtno specificirane vidike obravnavane teme. Na podlagi uvodnih vprašanj želim pridobiti odgovore o razlogih za odločitev za hišnega ljubljenca, kdaj so se zanj odločili in za kakšnega. V drugem sklopu tako imenovanih prehodnih vprašanj se osredotočam na odnos, ki ga imajo udeleženci s hišnim ljubljencem, katere vloge mu pripisujejo v vsakodnevnem življenju in kako to vpliva na njihov proces nakupnega odločanja. Ključna vprašanja

predstavljajo tretji sklop vprašanj in so namenjena razumevanju procesa odločanja za zdravila za zdravljenje bolhavosti in klopavosti. Zadnja 3 vprašanja pa so sklepna. Namen teh vprašanj je povzetek že povedanega. Opomnik, ki sem ga uporabila pri vseh treh fokusnih skupinah, je podan v Prilogi 1. Udeležence sem s pomočjo opomnika popeljala skozi razgovore v fokusnih skupinah, ki sem jih med pogovori tudi posnela ter jih kasneje prepisala.

4.2 Značilnosti vzorca

Izvedla sem tri fokusne skupine. Razlog za to je bila želja zajeti različne skrbnike psov in mačk z različnim življenjskim slogom ter odnosom, ki ga razvijajo s svojo živaljo. Poleg tega sem med udeležence fokusnih skupin želela vključiti skrbnike različnih pasemskih in nepasemskih živali, ki s svojo živaljo veliko prostega časa preživijo v naravi. Pomemben kriterij za sodelovanje je bil, da imajo živali, ki jim poleg gibanja v okolju, omogočajo tudi življenje v hiši ali v stanovanju. Moj cilj je bil vključiti ljudi, ki so odgovorni skrbniki in se poleg ustrezne skrbi za živali zavedajo tudi pomena odpravljanja zunanjih zajedavcev pri svojih hišnih ljubljencih. Fokusne skupine so potekale v prostorih, ki so namenjeni druženju ljudi, vendar hkrati omogočajo dovolj zasebnosti za sproščen razgovor, ki ga je mogoče nemoteno posneti. Vsakega od sodelujočih sem predhodno kontaktirala po telefonu ali zasebno ter mu obrazložila namen pogovora.

Prva fokusna skupina vključuje 8 ljudi, ki so skrbniki več psov in mačk. Živali igrajo pomembno vlogo v njihovem življenju in tudi skrbniki prilagajajo svoje življenje njim. Njihova življenja se vsakodnevno močno prepletajo z življenjem hišnih ljubljencev. Večina udeležencev te skupine se odloča za zapuščene živali. Dva udeleženca sta skrbnika pasemskih psov. Nekateri udeleženci so tudi člani enot reševalnih psov (Tabela 4).

Tabela 4: Demografski podatki prve fokusne skupine in podatki o hišnih ljubljencih

Udeleženec	Starost v letih	Spol	Povprečni mesečni neto dohodek v €	Gospodinjstvo	Hišni ljubljenci
A.	43	Ž	Brez službe	Hiša	4 mački
An.	40	M	1.300	Hiša	1 pes
L.	34	M	1.000	Hiša	2 psa in 1 maček
P.	36	Ž	1.000	Hiša	1 pes in 2 mačka
Ž.	27	Ž	1.200	Hiša	2 psa in 4 mački
J.	37	M	1.300	Hiša	2 psa in 3 mački
T.	38	Ž	1.900	Hiša	1 pes in 1 maček
Al.	45	M	Brez službe	Hiša	1 pes

Druga fokusna skupina vključuje 6 skrbnikov, predvsem skrbnikov psov. Trije izmed njih so tudi skrbniki mačk. Ti skrbniki s svojimi psi obiskujejo šolo za pse v kinološkem

društvu. Vsi so v šoli prvič in se sedaj intenzivno pripravljajo na izpit poslušnosti ali na izpit s preizkusom obnašanja v urbanem okolju. Dva izmed njih sta skrbnika psa prvič v življenju. Ostali imajo že več izkušenj s skrbništvom hišnih ljubljencev. Tudi v tej skupini živali igrajo pomembno vlogo v življenju svojih skrbnikov (Tabela 5).

Tabela 5: Demografski podatki druge fokusne skupine in podatki o hišnih ljubljencih

Udeleženec	Starost v letih	Spol	Povprečni mesečni neto dohodek v €	Gospodinjstvo	Hišni ljubljenci
M.	38	Ž	1.500	Hiša	1 pes
A.	44	M	2.500	Hiša	1 pes
F.	69	M	1.000, upokojenec	Hiša	1 pes
C.	51	Ž	Brez službe	Hiša	1 pes in 2 mačka
Ma.	29	Ž	1.000	Hiša	1 pes in 2 mačka
K.	42	Ž	1.800	Hiša	1 pes in 4 mački

Tretja fokusna skupina vključuje 6 skrbnikov, ki niso člani različnih kinoloških ali drugih pasemskih društev. Hišni ljubljenci pa igrajo pomembno vlogo v njihovem vsakodnevnem življenju. Z njim preživijo veliko svojega prostega časa. Večina izmed njih je skrbnikov psov. Dva udeleženca sta skrbnika mačk, ena udeleženka pa je skrbnica psov in mačka. Ta skupina je v primerjavi s prvo in drugo fokusno skupino razmeroma nehomogena skupina. Ena udeleženka je tudi skrbnica treh pasemskih psov, hkrati pa je tudi vzrediteljica za to pasmo (Tabela 6).

Tabela 6: Demografski podatki tretje fokusne skupine in podatki o hišnih ljubljencih

Udeleženec	Starost v letih	Spol	Povprečni mesečni neto dohodek v €	Gospodinjstvo	Hišni ljubljenci
S.	36	Ž	1.500	Hiša	1 pes
K.	38	Ž	1.800	Hiša	2 psa in 1 maček
J.	30	M	1.200	Hiša	4 mački
T.	28	Ž	1.200	Hiša	1 maček
B.	35	Ž	1.800	Hiša	1 pes
A.	33	Ž	1.500	Hiša	3 psi

V uvodu v skupno razpravo sem udeležencem vseh treh fokusnih skupin na kratko predstavila tematiko in namen našega skupnega druženja. V nadaljevanju sem jim tudi opisala potek fokusne skupine prek različnih sklopov vprašanj. Vnaprej pripravljen opomnik je bil za vse fokusne skupine enak, kar je omogočalo primerljivost vseh treh skupin. Zaradi same dinamike posamezne fokusne skupine, pa se je med posamezno diskusijo porodilo nekaj kratkih dodatnih tem.

4.3 Metoda analize vsebine

Pri sami analizi in interpretaciji podatkov sta mi opomnik in prepis posnetkov fokusnih skupin v veliko pomoč. Dobesedni zapisi pogovorov vseh treh fokusnih skupin so podani kot Priloge 2, 3 in 4. Podatke analiziram na podlagi metode analize vsebine, katere proces prikazuje Slika 7.

Slika 7: Proces metode analize vsebine



Vir: B. L. Berg & H. Lune, *Qualitative Research Methods for the Social Sciences*, 2012, str. 373.

Metoda analize vsebine je skrbni, podrobni in sistematični pregled ter razlaga posameznega dela pridobljenih podatkov. Namen te metode je identifikacija vzorcev, tem in pomenov. Analiza je namenjena kodiranju vsebine na način, ki omogoča obravnavo raziskovalnih vprašanj in predstavlja proces interpretacije podatkov (Berg & Lune, 2012, str. 349, 350). Kot prikazuje Slika 7, je metoda analize vsebine proces, ki mu sledim tudi pri analizi podatkov, pridobljenih pri razgovorih z udeleženci fokusnih skupin. Zapis pogovorov je večkrat prebran, osnovani so kriteriji, s katerimi so določeni podatki, pomembni za raziskavo, in združeni v kategorije. Podatke v posamezni kategoriji nato analiziram ter med njimi iščem povezave in vzorce. V interpretaciji ugotovitve analize povežem z obstoječo literaturo in raziskavami.

4.4 Analiza empirične raziskave

Vsebina fokusnih skupin je analizirana z vidika odnosa med skrbnikom in hišnim ljubljencem kot tudi z vidika strukture modela nakupnega odločanja, ki je opredeljen v teoretičnem delu naloge. V prvi kategoriji so opisani razlogi, ki vodijo v odločitev za hišnega ljubljenca. V drugi kategoriji osvetljuje pomen hišnega ljubljenca ter opredeljuje številne vloge, ki jih ima v življenju skrbnika. Tretja kategorija temelji na tem, kako odnos in vloge, ki jih ima hišni ljubljenc, vplivajo na nakupne odločitve, povezane z živaljo. V četrti kategoriji pa analiziram proces nakupnega odločanja skrbnikov v primeru zdravljenj za zdravljenje bolhavosti in klopavosti.

4.4.1 Razlogi za hišnega ljubljenca

V uvodnem delu izvedbe fokusnih skupin me zanimajo razlogi za odločitev za hišnega ljubljenca. V nadaljevanju udeležence tudi povprašam, kdaj in za katerega so se odločili. Raziskava pokaže, da so razlogi za odločitev za hišnega ljubljenca, ki jih navajajo sodelujoči v fokusnih skupinah, številni in se med posameznimi fokusnimi skupinami razlikujejo. Nekateri udeleženci fokusnih skupin so skrbniki, ki dajejo velik poudarek zaščiti živali in skrbi za njihovo dobrobit. Tako se odločajo za zapuščene živali iz zavetišč ali za najdene živali. Razloga sta veliko število zapuščenih živali ali nestrinjanje z načrtnim vzrejanjem pasemskih živali za prodajo. Nekateri pa razloge za skrbništvo večjega števila zapuščenih živali pripišejo kar živalim samim.

L. (34 let): »Nisem se odločil. Takšen pač si ali pa ne. Drugače pa imava mešance, tudi prej smo že doma imeli mešance, ker so najboljša pasma. Pri nas ne kupujemo živali. Vzamemo jih iz zavetišča.«

K. (42 let): »Za pasme pa se nismo odločali. Tudi mi niso všeč te zadeve. Zdi se mi, da je vse preveč vreden denar in veliko premalo živali.«

A. (43 let): »Jaz se sama nisem odločila za živali. Bila sem prisiljena. Mačke so prišle in potem niso več odšle. Same so me našle. Potem pa se predaš in rečeš, pa naj bodo pri meni. Sedaj jih imam 4.«

V nasprotju nekateri udeleženci fokusnih skupin prisegajo na pasemske živali.

Al. (44 let): »Za psa sem se odločil leta 2014. Za pasmo baucerona sem se odločil, ko sem izpolnjeval vprašalnik na spletni strani pesjanar. Rezultat je bil nemški ovčar, bauceron, doberman in rotweiler. Sem se odločil za baucerona, ker je malo bolj zahtevna pasma. Ima tudi rodovnik. Veliko moraš vložiti truda in to je to.«

T. (38 let): »Pasma imam bokserja, prej sem imela kraškega ovčarja. Imam rada čistokrvne pasme, zato ker so mi določene lastnosti znane.«

Mnogim udeležencem fokusnih skupin je skupno to, da z živalmi živijo od svojega otroštva. Izkušnja skrbništva za žival v otroštvu je glavni vzrok odločitve za živali v odrasli dobi. Nekateri udeleženci pa se po smrti svojega prejšnjega hišnega ljubljence odločajo za isto vrsto živali ali isto pasmo.

J. (30 let): »Jaz sem imel mačke že od malega, verjetno je nekje 20 let, odkar sem imel prvega mačka, ampak so se potem nekako menjavali, glede na to, kako zdravo ali nezdravo so živeli z nami. Trenutno imam doma 4 mačke. Doma so se znašli na različne načine.«

F. (69 let): »Ker je prejšnji preminil [...] ista pasma, to je nemški ovčar [...] ja, ta je sedaj že četrti [...] ko sem bil majhen sem tudi imel dva nemškega ovčarja. In to je bil tisti prijatelj, s katerim si hodil okrog. Vse živo, kar koli si hotel, si se z njim zmenil. Če ti je bilo hudo in težko, si šel k njemu.«

C. (51 let): »Jaz pa sem se odločila za pasmo dolgodlaki pritlikavi jazbečar leta 2012. Od danes na jutri. Gledala sem oglase za takšne majhne kužke in mi je bil ta najbolj všeč. In smo ga imeli do lanskega avgusta, ko mi je pobegnil in ga je zbil avto. In je bilo potem tako hudo, da smo 14 dni samo jokali, dokler nismo dobili drugega. Imamo sedaj enako pasmo.«

Pri razgovorih z udeleženci fokusnih skupin je zanimivo to, da se nekateri skrbniki za žival odločijo v svoji odrasli dobi, saj jim starši v času njihovega otroštva ali mladostništva niso dovolili imeti živali. Določeni celo navajajo, da dejstvo, da v otroštvu niso smeli imeti živali, zelo vpliva na njihovo sedanje skrbništvo. Hišni ljubljenec, ki ga imajo sedaj, je neke vrste izpolnitev njihovih neizpolnenih želja iz otroštva. Nekateri pa so v času svojega otroštva živeli v bloku in zaradi pogojev bivanja živali niso imeli. Kot odrasli sedaj živijo v hiši, kar jim omogoča, da imajo hišnega ljubljence.

Ne glede na mnoge razloge, ki jih udeleženci vseh treh fokusnih skupin navajajo, je vsem skupno to, da hišni ljubljenci pomembno krojijo njihova življenja ter imajo številne vloge, opisane v nadaljevanju analize.

4.4.2 Opredelitev vlog hišnega ljubljence

Vsi sodelujoči v fokusnih skupinah svoje hišne ljubljence označujejo kot tiste, ki imajo pomembno mesto v krogu njihove družine. Glavnina udeležencev hišnim ljubljencem pripisuje mesto družinskega člana, ki enakovredno biva v krogu družine. Nekateri sodelujoči skrbniki hišnemu ljubljencu pripisujejo mesto otroka ali mesto bratov in sester. Zanimivo je tudi, da nekateri udeleženci navajajo, da ima hišni ljubljenec mesto družinskega člana, ob tem pa posebej izpostavijo, da ga ne vidijo kot otroka ali prijatelja – gre za neke vrste razmejitve med človeško in živalsko naravo.

J. (37 let): »Kratko in jedrnato. Zame je to družinski član.«

S. (36 let): »Je družinski član, zato ker se več ali manj vse prilagodi psu. Ves čas moraš zanj skrbeti, ker je živo bitje.«

M. (38 let): »Ja, pomeni mi veliko. Kot en otrok. V bistvu je otrok [...] včasih tudi muhast in trmast. Je družinski član, ga imamo kot družinskega člana in skrbimo za njega, tako kot bi skrbeli za otroka.«

K. (42 let): »Jaz tudi za Srečkota rečem, da je moj četrti otrok [...] rečem mu tudi moj zlati fant.«

A. (43 let): »Pri nas so psi in mačke neke vrste družinski člani. Smo nori na svoje živali. Niso pa moji otroci. Morajo vedeti, kje so meje. To je pa isto kot pri otrocih. Potrebno je postaviti meje. Pes pa ni človek.«

T. (28 let): »Do nje imam precej tak odnos, v smislu gor sem jo vzredila. Ne bom rekla, da sem ji mama, ker to mi je čisto čudno, da bi rekla to za svojo žival, ker je nisem rodila. Gre pa za to, da sem jo pa vzredila, bolj sem kot njen reditelj. Ni prijateljica. Ona kot mačka ima svojo identiteto. Je neke vrste družinski član, ni pa prijatelj.«

Nekateri pa svoje živali ne vidijo kot člana družine in tudi ne kot živali. Pripisujejo ji določeno osebnost ali celo spiritualo vlogo.

K. (38 let): »Ne vidim ju kot družinskega člana, ne vidim ju kot psa. Vidim ju kot osebnosti. Drugače ne znam opisati. Zame nista kot dva psa. Sta moja Šana in moj Nanuk.«

Ž. (27 let): »Midva sva celo parcelo za hišo kupila po izbiri psa. Ko sva hodila gledat različne parcele, sva psa vzela s sabo. Pač verjamem, da psi čutijo posebno energijo, ali je ta pozitivna ali negativna. Na kar nekaj parcelah je bil čist nemiren. Na tej, ko smo sedaj, pa se je ulegel in bil čisto pri miru. Tako sva vedela, da je to to.«

Mnogi navajajo, da se zaradi živali več gibljejo, so fizično aktivnejši ali se več družijo z drugimi ljudmi. Hišnemu ljubljencu pripisujejo tudi vlogo učitelja, prijatelja ali sopotnika, še posebej v težkih trenutkih življenja. Nekateri skrbniki svojemu hišnemu ljubljencu pripisujejo vlogo terapevta, zvestega poslušalca, nekoga, ki ne kuha zamere in se te vedno znova razveseli; vlogo nekoga, ki izraža brezpogojno navezanost, je zvest prijatelj in je vedno ob tebi, ko ga potrebuješ. Sodelujoči tudi navajajo, da psi ali mačke, za razliko od ljudi, ne razočarajo.

C. (51 let): »Meni pomeni radost. Res eno tako veselje [...] ta kužek je ljubica moja mičkena. Povsod gre z mano. Otroka mi včasih rečeta, če bi jaz to naredil, ko sem bil majhen, bi že batine dobil. Temu pa sedaj dovolim čisto vse [...] tudi pri nogah mi spi, na postelji. Je razvajen do onemoglosti. Je pa pes neverjetno terapevtska zadeva v smislu, ko se ti v življenju vse živo zgodi. Od izgube ljubih in dragih ljudi do izgube službe. Neverjetno terapevtsko učinkuje. Gor te drži. Takrat, ko bi lahko že malo depresije zganjal, te spravi ven in greš med ljudi.«

V mnogih izjavah, ki jih skrbniki navajajo v razgovorih v vseh treh fokusnih skupinah, je moč začutiti, da hišni ljubljenci, ki jih imajo, predstavljajo pomemben del njihove osebnosti. Nekateri se strinjajo, da je hišni ljubljenec njihovo ogledalo.

A. (44 let): »Jaz sem dal delat ovratnico po naročilu. Na Bled. Da ima netke [...] da je takšna, za deca.«

F. (69 let): »Moj je pa na delovnem mestu čuvaja, pa fizioterapevta za mene, za ostale je pa gospodar. Pes ostale rihta, kakor jih hoče.«

K. (38 let): »Imam tri pse z različnimi osebnostmi. Jaz se prepoznam v vseh. Ko sem jezna, se vidim v terierju, ko sem bolj flegma, se vidim v psici haskici, ko pa sem najbolj dobre volje, pa v psu haskiju. On je najbolj vesel, odpustljiv, ni zamerljiv.«

J. (30 let): »Sem imel 16 let enega mačka, na katerega sem bil zelo, zelo navezan. Ime mu je bilo Snežko. Skoraj vedno je bil z mano. Pri meni je spal v postelji, tudi na počitnice je šel z nami, tudi na taborjenje. Se mi je zdel zelo pomemben del mene.«

Iz analize je razvidno, da imajo hišni ljubljenci vlogo družinskih članov, otrok, prijateljev ali sopotnikov. Poleg tega so tudi pomemben del skrbnikove osebnosti. Mnogim hišni ljubljenec predstavlja način življenja. Vse navedene vloge kažejo na tesen odnos, ki se ustvari med skrbnikom in hišnim ljubljencem v času njunega sobivanja. V nadaljevanju analize želim preučiti, kako odnos in vloge vplivajo na proces nakupnega odločanja skrbnikov hišnih ljubljencev.

4.4.3 Vpliv odnosa skrbnik – hišni ljubljenec na nakupno odločanje

Skrbništvo hišnega ljubljence v vsakodnevem življenju zahteva tudi odločanja o prehrani, opremljenosti in veterinarskih storitvah. Z razgovori s skrbniki hišnih ljubljencev želim spoznati njihovo razmišljanje, ko se odločajo za tovrstne izdelke in storitve. Zanima me, koliko sredstev mesečno namenijo za hišnega ljubljence in kakšno vlogo ima pri nakupnih odločitvah cena.

Pri vprašanju, ali odnos, ki ga imajo s hišnim ljubljencem, vpliva na navade in odločitve, ko gre za nakupe, povezane z živaljo, ter na kakšen način, se v pogovoru med udeleženci razvije zanimiva dinamika. Med seboj izmenjajo svoje številne izkušnje in nasvete o prehrani, opremljenosti ali različnih storitvah. Pogovor poteka podobno kot pogovor med starši z majhnimi otroki, ki si izmenjujejo informacije o vzgoji in prehrani.

Nekateri skrbniki, ki sodelujejo pri fokusnih skupinah, postavljajo potrebe hišnega ljubljence pred svoje lastne potrebe. Prej kupijo za živali, kot bi kupili zase. Nekateri pa se pri nakupih za žival odločajo bolj razumsko.

Ž. (27 let): »Pri nas je tako. Na začetku meseca, ko pride plača, najprej kupimo vse za živali, potem pa, kar ostane, pa še zase.«

Ma. (29 let): »Če grem v trgovino z oblekami, grem lahko ven praznih rok. Če grem pa v trgovino za živali, pa moram vsaj nekaj kupit. Vsaj uhelj od prašiča ali pa kakšne priboljške, če so malo znižani, pa še raje. Ali pa nekaj, nekaj zagotovo.«

A. (33 let): »Ja, ta odnos vpliva na moje nakupne navade. Predvsem opažam, da mi za njih nič ni predrago, medtem ko za sebe dvakrat premislim, preden kupim kaj dragega. Poleg tega vedno želim kupiti za njih samo tisto, kar je najboljše.«

S. (36 let): »Zase lahko rečem, da imam to uravnoteženo. Če zaradi praktičnih razlogov kaj potrebuje, na primer plašček, potem mu kupim. Ne kupim mu zato, da bo sedaj neki šminkiral, pa da bomo imeli vsak dan drug plašček, ker to nima smisla.«

Udeležencem vseh treh fokusnih skupin je skupno tudi to, da veliko pozornosti namenijo kakovosti prehrane za svoje živali. Pravzaprav je čutiti, da je prehrana živali in njen vpliv na zdravje hišnega ljubljence pomemben element skrbništva. Vsi udeleženci namreč navajajo, da pravilna in uravnotežena prehrana pomembno vpliva na zdravje živali. Poleg tega se zavedajo, da z ustrežno prehrano preprečujejo obolenja ter posledično zdravljenje živali in stroške, povezane z njim.

P. (36 let): »Res stremimo k temu, da kupimo kvalitetno hrano. Ampak to ni pedigree. Poudarek je na tem, da je kvalitetna. Gledam na kvaliteto hrane tudi pri sebi, ampak celo bolj za svoje živali. Eko, bio pa za sebe ne kupujemo.«

A. (44 let): »Jaz imam za hranjenje samo en žakelj kvalitetnih briketov. Drugače pa je surovo meso z zelenjavo, kar je pač na vrtu. Jaz ga ne želim filat z umetno hrano. Ta pes naj bi živel tudi 16 let in ne želim mu škodovat z drugo hrano. Ne damo pa nobenih prigrizkov. Sploh ne pride v poštev. Tudi če bi ostal kakšen čevapčič, bi ga vrgli stran. Načeloma mu dajem hrano brez soli ali kakršnega koli sladkorja.«

S. (36 let): »Ne kupim najcenejšo pri Merkatorju, ker so mi povedali, da ima preveč soli. Vendar je spet to povezano s praktičnostjo. Ker vem, da če bom bolje skrbela za njega v smislu kvalitetne prehrane, bom imela tudi manj stroškov. Manjkrat bo zaradi bolezni treba k veterinarju. Na ta način. Takšen način življenja imam. Tudi pri sebi zelo gledam na praktičnost in na uravnoteženost.«

Tudi pri veterinarskih storitvah udeleženci iščejo kakovostno storitev. Pomembno jim je, da dobijo storitev, ki je upravičena in strokovno izvedena. Zavedajo se, da veterinarske ambulante ne nudijo enakih storitev, zato so pripravljene poiskati tisto, ki bi bila najboljša za njihovo žival. Velik poudarek dajejo tudi stopnji zaupanja v določenega veterinarja.

A. (43 let): »Pri veterinarju gledaš na znanje in na izkušnje. Tam še najmanj gledaš na ceno [...], psa nikakor ne bom peljala k veterinarju na operacijo, če nima anesteziista in samo nekaj dela.«

T. (28 let): »Pri veterinarjih pogledaš tudi na kvaliteto storitve. Vsak ni isto kvaliteten. Nizka cena tudi ni vse.«

Drugače je pri ooločitvah za nakup igrač, povodcev, ležišč ali druge opreme za hišne ljubljence. Mnogi navajajo, da se na eni strani pri nakupu tovrstnih pripomočkov ali opreme obnašajo zelo razumno, saj ne želijo kupovati nepotrebnih stvari ali stvari, ki bi jih žival zavrgla po enem dnevu. Hišnemu ljubljencu želijo kupiti tisto opremo, ki jo

dejansko potrebuje. Nekateri skrbniki igrače za svoje hišne ljubljence izdelajo kar sami. Marsikdo pa navaja, da so trenutki, ko se preprosto ne more upreti želji po nakupu določenega izdelka, še zlasti kadar gre za zanimive ovratnice, plaščke, oprtnice ali igrače, četudi je nakup v tistem trenutku povsem nepotreben in nerazumski. Kupijo, ker jim je nekaj všeč, ker se želijo živali nekoliko oddolžiti ali pa menijo, da bodo hišnega ljubljenca s tem razveselili.

A. (44 let): »Če bom kupil igračo, kupim takšno miselno, kot didaktično, da bo z njo moral razmišljat. Tudi zaradi šole, ker jim ne smemo kupit kr neki. Ne bom pa mu kar nekaj kupil, da bo to potem ležalo v pesjaku. To je čisto brez veze.«

B. (35 let): »Smo pa na primer pri kakšni opremi, na primer blazini, pogledali na ceno. Gledamo kaj je v takšnem primeru najceneje. Pes je bil zadovoljen, mi pa tud. V neke prestiže nikoli nismo šli, smo pa kupili tudi kakšne palerince, ali odsevnike smo dali na plašček. Kaj smo tudi sami naredili ali predelali. Včasih se tudi sam kako znajdeš. Tudi kaj človeškega predelaš za žival. Smo bolj praktični. Ne gre za prestiž ali razvajanje ali znamke.«

A. (43 let): »Čeprav, če je lepa ovratnica, tudi ne gledaš na ceno. Jo pač kupiš.«

Ž. (27 let): »Jaz imam sedaj fetiš na ovratnice. Kala ima ene 20 različnih.«

Sredstva, ki jih skrbniki mesečno namenijo za hišne ljubljence, so odvisna od števila živali v gospodinjstvu, velikosti in teže živali. Redne stroške predstavljajo stroški za prehrano in nakup zdravil za odpravo zunanjih zajedavcev. Pri nekaterih so redni stroški povezani tudi s kronični terapijami, ki jih žival potrebuje zaradi določene bolezni. Stroški, ki so občasni, pa so povezani z rednimi cepljenji, nakupom opreme ali s šolanjem. Največ sredstev skrbniki mesečno namenijo nakupu hrane. Ocenjujejo, da nekje od 70 do 80 % vseh sredstev za hišne ljubljence. Pri odločitvah za nakup veterinarskih storitev, zdravil ter prehrane za hišnega ljubljenca cena nima ključne vloge. Skrbniki pa več pozornosti namenijo ceni pri nakupu opreme. Veliko skrbnikov omenja, da iščejo neko zdravo razmerje med ceno in kakovostjo.

B. (35 let): »To dietno hrano potrebuje. Jo pač kupimo, čeprav je draga. Ker je labradorec, če bi se prekomerno zredil, bi potem imeli še večje stroške zaradi težav s kolki, koleni, pa s srčkom, ker je že kar star gospod, 10 let. Tukaj ne šparamo, to mu odgovarja, to je. Drugače pa definitivno proti klopom. Vsak mesec dobi ampulo in je to to. Je sicer med težjimi psi, vendar se pač splača investirat.«

J. (37 let): »Kadar gre za zdravje in hrano, pa v bistvu ni šparanja.«

A. (43 let): »Pri zdravilih ni čustev, čim bolj delujoče.«

P. (36 let): »Prav gotovo, pri opremi si sicer bolj občutljiv na ceno.«

P. (36 let): »V današnjih časih se da najti kvaliteto mnogo ceneje. V trgovini dobiš po eni ceni, na internetu pa dobiš mnogo ceneje. Če želiš nahraniti vse te živali, potem moraš naročiti preko spleta. Naročamo preko strani www.Zoohit.com. Tukaj dobiš kvalitetno hrano za normalen denar.«

V prvem delu analize so opisani številni razlogi za hišnega ljubljenca ter vloge, ki jo ima žival v življenju posameznika. Nato osvetlim, kako vloga hišnega ljubljenca vpliva na nakupno odločanje njegovega skrbnika. V naslednjem podpoglavju pa želim podrobneje spoznati in analizirati vlogo skrbnika pri odločitvah za zdravila za odpravo zunanjih zajedavcev.

4.4.4 Proces nakupnega odločanja za zdravila za zdravljenje bolhavosti in klopavosti

V nadaljevanju glede na izsledke raziskave predstavljam proces nakupnega odločanja za zdravila za zdravljenje bolhavosti in klopavosti v vseh petih korakih: od prepoznavne problema, procesa iskanja informacij, ocenjevanja alternativ, do odločitve za nakup in ponakupnega vedenja. Ob tem opišem tudi številne dejavnike, ki vplivajo na ta proces odločanja.

4.4.4.1 Soočanje s klopavostjo in bolhavostjo pri hišnih ljubljencih

Izkušeni in dolgoletni skrbniki v fokusnih skupinah ocenjujejo, da imajo razmeroma veliko znanja s področja zatiranja ter zdravljenja bolhavosti in klopavosti. Kljub temu pa ostajajo odprti za nova znanja in spoznanja. Udeleženci, ki se s skrbništvom hišnega ljubljenca srečujejo prvič, pa med drugim poudarjajo svoje zanimanje za to področje. Razliko je opaziti pri starejših udeležencih, ki svoje znanje ocenjujejo razmeroma nizko. Pri vprašanju, kako pomembno se jim zdi zdraviti hišnega ljubljenca pri okužbi z zunanjimi zajedavci, je odgovor udeležencev vseh fokusnih skupin enoten. Vsi pripisujejo zelo velik pomen zatiranju ter zdravljenju bolhavosti in klopavosti. Mnogi hišnega ljubljenca bolje in pogosteje zaščitijo kot sebe. V tretji fokusni skupini pa udeleženci poudarjajo pomen zdravljenja hišnega ljubljenca in posredno svoje zaščite ali zaščite svoje družine.

S. (36 let): »Veliko pa sprašujem, vprašam v trgovini, potem v veterinarski ambulanti, tudi, ko se srečujemo na sprehodih, to vprašam. Tukaj veliko izmenjujemo mnenja.«

An. (40 let): »Meni je bolj pomembno, da zaščitim žival kot sebe. Sebe v bistvu ne.«

A. (43 let): »Pri sebi vsi šparamo. Saj pravijo, da če klopa v 24 urah ven potegneš, da potem ni hudo.«

J. (30 let): »Še posebej je nadležno, ker imamo mačke, ki tudi ponoči pridejo v hišo, pa se pridejo v posteljo malo pocrklat in ima kakšnega klopa gor in ga imaš potem kar na enkrat ti gor.«

Na podlagi raziskave ugotavljam, da več skrbnikov zdravi svoje hišne ljubljence za klopavost kot bolhavost. Skrbniki se zavedajo nevarnosti klopno prenosljivih bolezni, ki predstavljajo nevarnost za živali in ljudi. Veliko skrbnikov tudi navaja, da se z bolhavostjo k sreči še niso soočili. Več poudarka na zdravljenju bolhavosti pa je pri skrbnikih, ki

sobivajo s hišnimi ljubljenci v hiši ali stanovanju. Ravno tako je večja pripravljenost za zdravljenje bolhavosti pri ljudeh, ki so s tem problemom že imeli izkušnje.

An. (40 let): »Pri zaščiti misliš na bolezni. Od bolh ne bo umrl, od klopa pa lahko. Ne samo pes, tudi človek.«

C. (51 let): »Prvo na bolhe, zato ker imam psa notri. Da pride do klopa, ni možnosti vsak dan.«

M. (38 let): »Ja, mene skrbi za bolhe. Pri nas je pes v hiši. Bolha se bo skrila med dlako in ne bom vedla, da je. Sicer, jaz ga češem s tistim malim glavničkom. Kar koli se prime, se bo v glavniček ujelo. Bolhe ali pa klopi [...] lani sem na psu našla eno bolho. Sem naredila čisto paniko. Ker, če imaš eno, jih imaš lahko hitro veliko. Celotno stanovanje sem potem prešpricala. Čista generalka.«

V vseh fokusnih skupinah ugotovljam, da se skrbniki zavedajo, da zdravila, ki so na trgu, omogočajo hkratno zdravljenje tako invazij z bolhami kot tudi s klopi. Ko pa se za njih odločijo, glavnina udeležencev potrjuje, da so večkrat razlog klopi, ne bolhe. Večina sodelujočih svoje živali zdravi v pomladanskem ali poletnem času, nekje od marca do novembra. Manj je takšnih, ki to počnejo skozi celo leto. Drugim pa določena farmacevtska oblika predstavlja dolgotrajno zdravljenje. Vsi udeleženci fokusnih skupin tudi potrjujejo, da spremljajo, kdaj živalim dajo ali nanesejo zdravilo. Veliko jih tudi potrjuje, da si to tudi zabeležijo.

B. (35 let): »Takrat ko se začne sezona. Z aprilom šstartamo, potem pa vsak mesec.«

A. (43 let): »Dajem, ko se začne sezona. Ne celo leto, ker je vseeno toliko kemije. Čim manj, tem bolje.«

L. (34 let): »Dajemo, ko se pojavi nevarnost za klope.«

Ž. (27 let): »Ovratnice so itak za celo sezono. Ko enkrat daš, je pokrita cela sezona. Res držijo.«

Ž. (27 let): »Jaz imam navadno označeno na koledarju, kdaj jim dam ovratnico in kdaj dam mačkam Fypryst proti klopi ali Stronghold proti glistam.«

M. (38 let): »Mu dajem vsak mesec. Sedaj, ta teden, ga bom morala ponovno zaščititi. Časovno gledam, datumsko gledam. Zmeraj si zabeležim na koledar.«

V analizi ugotovljam, da sta klopavost in bolhavost pri hišnih ljubljencih problem, ki se ga udeleženci fokusnih skupin zavedajo in mu pripisujejo velik pomen. Kje in na kakšen način pa za reševanje tega problema iščejo in pridobivajo informacije, preučujem v nadaljevanju analize.

4.4.4.2 Iskanje informacij

Sodelujoči z različnimi izkušnjami tudi različno iščejo informacije o zdravilih za zdravljenje bolhavosti in klopavosti. Udeleženci z dolgoletnimi izkušnjami skrbništva psov

ali mačk so navedli, da se navadno naslonijo na svoje lastne izkušnje. Mnogi pa so potrdili, da se za nasvet obrnejo na prijatelje, znance ali na skrbnike, ki jim zaupajo.

L. (34 let): »Iz glave, iz izkušenj. Se predolgo že ukvarjam s psi, zato so izkušnje tisto ta glavno.«

An. (40 let): »Po navadi kar od prijateljev. Ne googlam preveč, je preveč nasprotujočih si informacij.«

K. (38 let): »Jaz pa dam veliko na mnenje drugih. Vprašam kolege psjanarje, od njih veliko izvem. Od drugih sem najbolj pobirala informacije, kaj komu kaj pomaga. Sicer sem potem tudi sama preizkusila.«

Različna pa je stopnja zaupanja veterinarju. Pri nekaterih udeležencih je čutiti rahel dvom v presojo veterinarja, zato iščejo informacije še drugje. Spet drugi mu popolnoma zaupajo. Tukaj je moč opaziti močno generacijsko razliko. Starejši udeleženci fokusnih skupin navajajo, da močno zaupajo veterinarju, mlajši pa se pogosteje obrnejo še na drug vir informacij, kot so prijatelji, znanci ali drugi skrbniki psov oziroma mačk.

A. (40 let): »Včasih smo veterinarju več zaupali kakor danes. Ker če je nekaj rekel, si to naredil. Sedaj greš preverit.«

K. (38 let): »Jaz tudi dam veliko na to, kaj mi povejo drugi, prijatelji, tisti, za katere vem, da skrbijo za pse na primeren način. Sem imela izkušnjo, da mi je veterinar hotel prodati čim bolj drago. Verjamem, da ve, kaj govori, verjamem pa tudi to, da se gre nek marketing.«

S. (36 let): »Na stroko dam veliko težo, ampak še vedno grem še po drugo, tretje ali četrto mnenje. K prijateljem. Da preverim, če stroka drži.«

F. (69 let): »Jaz vprašam veterinarja. Vsak naj dela tisto, kar zna.«

C. (51 let): »Sama nimam znanja, da bi o tem sodila, kaj je za psa dobro. Kar veterinar reče, reče.«

Na vprašanje, koliko časa so porabili za iskanje informacij o zdravilih za zdravljenje bolhavosti in klopavosti, ko so se prvič soočali s problemom zunanjih zajedavcev pri hišnih ljubljencih, udeleženci potrjujejo, da za to porabijo kar veliko časa. Nekateri rešitve iščejo na različnih prodajnih mestih, na koncu pa grejo po nasvet v veterinarsko ambulanto. Veliko jih pri prvem ali resnejšem soočanju s problemom klopavosti ali bolhavosti pri hišnem ljubljencu poišče nasvet samo pri veterinarju.

A.(43 let): »Veliko. Na začetku kar veliko, ker je preveč informacij. Ne veš, kateri bi verjel.«

S. (36 let): »Ko sem imela problem, sem sprobala vse. Sem šla najprej v trgovino, sem kupila naravne, sem sprobala, ni bilo učinkovito. Potem sem šla do veterinarja, so mi povedal, takole morate naredit.«

J. (30 let): »Mi pa smo najprej probal z nekim šamponom, ki smo ga kupili v Mercatorju, tisti ni bilo ravno zanesljiv. Potem smo šli na veterinarsko postajo in tam so nam dali ampule. Ok, v redu, hvala. Od takrat naprej je to to.«

B. (35 let): »Se spomnim, ko smo res imeli težave, smo šli direkt v veterinarsko ambulanto. Kupil tisto, kar je treba, da smo razkužili tudi prostor in vse. Nismo šli v Mercator, pa da bi tam neke žblj šampone kupoval, ampak direkt v veterinarsko ambulanto, kupili cel komplet, ki je bil tudi precej drag, nismo gledali na ceno. Važno je bilo, da smo imeli vse, kar potrebujemo doma.«

C. (51 let): »Jaz sem na začetku vprašala pri veterinarju. In so rekli, da so ampule. Potem smo nekaj časa imeli te ampule. Imela sem ampule do te Foresto ovratnice.«

M. (38 let): »Imamo mladega psa in pri prvem cepljenju so nam dali to ampulo Vectra 3D in sedaj to uporabljamo.«

Na vprašanje, ali pri rednih nakupih zdravil za odpravljanje zunanjih zajedavcev še vedno iščejo kakšne informacije in koliko časa temu namenijo, veliko udeležencev fokusnih skupin odgovori, da so s trenutno terapijo zadovoljni in da informacij načrtno ne iščejo. Navajajo pa, da bi informacije poiskali, če s trenutnim izdelkom ne bi bili zadovoljni.

L. (34 let): »Če rabim kakšne nove informacije, poslušam kolege. Po navadi kdo pove, če je kaj novega izvedel. Uporabljaš tisto, kar je preizkušeno, če pa spotoma kaj pametnega izveš, pa pač izveš. Se ne usedem dol in iščem na primer na internetu.«

Ž. (27 let): »Pri nas že nekaj let uporabljamo isto. V bistvu ne iščemo. Za enkrat smo zadovoljni.«

An. (40 let): »Uporabljaš, kar je preizkušeno. Če kaj potrebuješ, dobiš od kolega. Če bi bila pa kakšna alergijska reakcija, potem pa bi zagotovo več iskal.«

J. (37 let): »Ali pa, če bi nehalo delovat, potem bi iskal kakšne nove informacije.«

Na vprašanje, kje so našli informacije za zadnji nakup tovrstnih zdravil, večina udeležencev odgovorja, da informacije prejme od veterinarja, prijateljev ali znancev. Malo udeležencev informacijo najde na spletu.

F. (69 let): »Pri veterinarju.«

S. (36 let): »Jaz pa od drugih sprehajalcev.«

K. (38 let): »Jaz sem sedaj prvič kupila tableto, ker so mi tako svetovali prijatelji. V veterini sem tudi zdržala dve minuti, da mi je razlagala. Na koncu sem se odločila, da eno preizkusim.«

A. (43 let): »Scalibor uporabljamo. Smo ga našli na spletu, na forumu in prijatelji so potrdili.«

Iz raziskave lahko razberem, da večina udeležencev fokusnih skupin informacije o zdravilih za odpravo zunanjih zajedavcev išče pri veterinarju ali pri prijateljih, znancih ali pri drugih skrbnikih psov in mačk. Prijatelje, znance in druge skrbnike sodelujoči ocenjujejo kot zaupanja vreden vir informacij. Glavnina sodelujočih tudi potrjuje, da pri prvem soočanju s klopavostjo in bolhavostjo pri hišnem ljubljencu intenzivno išče

informacije o možnih rešitvah. Udeleženci, ki so z določenim zdravilom zadovoljni, pa informacij ne iščejo več intenzivno. Nove ali dodatne informacije iščejo v primeru nezadovoljstva z zdravilom.

4.4.4.3 Ocenjevanje alternativ

Glavnina udeležencev navaja, da ima številne izkušnje s preizkušanjem in ocenjevanjem izdelkov in zdravil za odpravo zunanjih zajedavcev. Malo udeležencev že od začetka vztraja pri isti obliki. Sodelujoči, ki so skrbniki že dlje časa, navajajo, da v procesu skrbništva živali preizkušajo različne izdelke ter si o posamezni obliki ustvarijo določeno mnenje. Različna zdravila in izdelke ocenjujejo na podlagi lastnih izkušenj. Ocenjujejo delovanje in učinek, varnost, možnosti kontakta z živaljo, možnost neželenih učinkov, enostavnost in praktičnost dajanja. Nekateri udeleženci pa presojo o zdravilih prepustijo veterinarju in zaupajo v njegov nasvet.

Ž. (27 let): »Preizkusil smo vse. Tudi ampule in spreje, pa ne delajo. Tablet še nismo preizkusili [...] Edino pri mačkah sem hotela kupit Frontline Combo, vendar ga niso imeli, pa so mi potem dali Fypryst, zelo dobro funkcioniira. Je cenejši, deluje pa tudi čisto enako. Tisti mački, ki hodijo ven, so imeli Fypryst, pa niso imel nobenega klopa.«

J. (30 let): »Zelo dolgo nazaj smo preizkusili ovratnice, pa se niso obnesle. Pri mačkah so ovratnice problem, ker jih rade zgubijo, nekako se mi zdi, da so za njih ampule najbolj učinkovite. Se mi zdi, da je mačkom še vedno lažje dati ampulo za vrat, kot pa tableto v gobec.«

J. (37 let): Pri ampulah je bilo tako da, ko so bili psi v vodi, niso več delovale. Sem imel labradorko, ki je bila skozi v vodi, in tista ampula ni več delovala. Da pa moraš dati na primer na vsake dva tedna ampulo, si pa bogataš. Naši psi pač plavajo. Poleti zelo veliko.«

A. (43 let): »Ovratnice delujejo dlje časa. Verjamem, da se bolj počasi spuščajo strupi. Pri ampulah pa jih vsake tri tedne zaliješ s kemijo.«

T. (38 let): »Meni se zdijo ampule dosti bolj varne, ker se nanos posuši. Meni je pomembno, da mi otrok lahko boža psa. Bi me motilo, če bi hčerka božala psa z ovratnico.«

F. (69 let): »Lansko leto mi je veterinar svetoval ampule. Letos mi je pa rekel, da ampule in ovratnice ne delujejo dobro in da naj mu dam tablete.«

Zanimive so tudi izkušnje nekaterih skrbnikov z izdelki, ki naj bi temeljili na ultrazvočnem odganjanju zajedavcev ali na rastlinskih eteričnih oljih. Udeleženci se strinjajo, da tovrstnih izdelkov ne kupujejo za odpravljanje zunanjih zajedavcev, saj jih ocenjujejo kot neučinkovite.

J. (27 let): »Midva sva tudi preizkusila naravne ampule in razpršilo, pa to ne deluje. Na žalost. Samo diši in to je to.«

A. (43 let): »Preizkusili smo tudi ultrazvočni odganjalec – obesek, eno leto je neverjetno delovalo, drugo leto pa so imeli ene druge. S tistimi pa ni bilo nič.«

Večina sodelujočih v fokusnih skupinah pri svojem zadnjem nakupu tovrstnih zdravil v proces ocenjevanja alternativ ne vlaga posebnega navora. Mnogi preprosto zaupajo prvemu nasvetu. Na vprašanje, ali so pri zadnjem nakupu tehtali med več izdelki, mnogi sodelujoči odgovorijo, da ne, temveč izberejo tisto, kar že uporabljajo.

M. (38 let): »Mi smo dobili ampulo ob cepljenju. Nisem nič spraševala.«

C. (51 let): »Ko so prišle te Foresto ovratnice sem si rekla, spet nekaj. Bog ve, kako to drži. No, potem pa so mi na veterini povedali, kako to deluje 100%. Rekli so, da so zelo dobre, da držijo do 8 mesecev. Potem nisem več kaj dosti razmišljala. Ovratnica je odšla z mano.«

J. (30 let): »Jaz pri zadnjem nakupu nisem tehtal. Deluje, pa mi je brez zveze neki menjat.«

K. (42 let): »Pri nas je to že nekaj časa kar stalnica. Ne ukvarjamo se veliko s tem.«

T. (38 let): »Ne več. Imam ampule.«

Sodelujoči izkušnje z različnimi izdelki ali zdravili pridobivajo skozi leta skrbništva za hišnega ljubljence. V procesu uporabe izdelke tudi ocenjujejo. Izdelke, s katerimi niso zadovoljni, opustijo, nasprotno pa so razmeroma zvesti tistim izdelkom, ki jih ocenjujejo pozitivno. Udeleženci, ki se s skrbništvom srečujejo prvič, pa odločitev za določen izdelek v veliki meri zaupajo stroki. Kje pa sodelujoči najpogosteje kupijo zdravilo za odpravo zunanjih zajedavcev, opisujem v naslednjem podpoglavju.

4.4.4.4 Odločitev za nakup

Glavnina udeležencev fokusnih skupin zdravila za zdravljenje bolhavosti in klopavosti kupuje pri veterinarju, čeprav so seznanjeni z možnostjo nakupa v lekarni. Zavedajo se tudi, da lekarne ne nudijo vseh zdravil za tovrstno problematiko. Zgolj dva udeleženca omenjata možnost nakupa v lekarni. Vsi sodelujoči pa potrjujejo, da različne prodajalne z opremo in hrano za živali, tako imenovani pet shopi, niso pravo mesto nakupa za tovrstne izdelke.

A. (43 let): »Moja starša kupujeta za mačka v lekarni, lekarna je bližje kot veterinar.«

K. (38 let): »Tableto sem kupila v veterini, ampule pa v lekarni, ker sem tam opravila še drug nakup. Mi je pravzaprav vseeno, kje kupim.«

J. (30 let): »Jasno mi je to, da ta prav antiparazitik boš našel samo v veterinarski ambulanti. Veš, da kar prek šalterja kupiš v navadni trgovini, to najbrž ne bo delovalo. Treba je jiti do veterinarja in tam nekaj konkretno kupiti. Da si prepričan, da bo res delovalo proti vsem tistim parazitom, za katere želiš, da bo res delovalo.«

Na vprašanje, kaj jim je pomembno, ko se odločajo za nakup zdravila za zdravljenje bolhavosti in klopavostni, vsi udeleženi skrbniki hišnih ljubljencev na prvo mesto postavljajo učinkovitost zdravil. Nekateri v nadaljevanju izpostavljajo varnost in možnost neželenih učinkov, praktičnost uporabe ter možnost kontakta z živaljo. Pri glavnini sodelujočih cena ni najpomembnejši dejavnik pri odločitvi za nakup.

Al. (45 let): »Da deluje s čim manj kemije.«

A. (44 let): »Pa da ni preveč stranskih učinkov [...] pomembno je, da jih ima čim manj.«

J. (27 let): »Enostavnost, ovratnico ima gor [...] meni je tudi zoprno, da je bil pes po ampulah ves masten. Me moti, da ne morem psa počohat.«

M. (38 let): »Pri teh kapljicah prav piše, da par ur psa ne smeš božat. Ko se pa posuši, je pa ok. Ta pes kar rad spi pri nama in moji hčerki. Sicer pri nogah, vendar mi je varnost pomembna.«

Ž. (27 let): »Najprej, da deluje, je učinkovit, potem varen, šele potem je cena.«

An. (40 let): »Mora delovati. Ne boš kupil nekaj, samo za to, ker je poceni.«

L. (34 let): »Fino bi bilo, če bi kaj naravnega delovalo, da jih ne zastrupljamo s temi zdravili. Še enkrat več denarja bi dal, če bi delovalo kaj naravnega.«

Med udeleženci pa je moč zaznati, da iščejo ustrezno razmerje med učinkovitostjo, delovanjem in ceno izdelka. Še posebej je to izraženo pri skrbnikih z več živalmi v gospodinjstvu ali s težjimi živalmi.

Ž. (27 let): »Kupujem Scalibor. Cena je 27 €. 35 € je pa Foresto ovratnica. Zaradi tega dajem Scalibor. Pri več psih se to potem že kar pozna. Ne bi pa šla v na primer Müllerja kupit kr neki.«

C. (51 let): »V bistvu, kolikor je ovratnica na začetku kar velik strošek, pa če pomisliš, da ti drži najmanj 6 do 7 mesecev. To sploh nimaš kaj razmišljat. Važno je, da je učinkovita, ker če ni, je škoda vsakega €.«

K. (38 let): »Ena tableta za majhnega psa za cel mesec je 14 €. Ampula za ta velikega psa je pa 10 €. Tableta za velikega psa je pa 30 €, ena tableta za cel mesec. Terierju je tableta prišla. Ta velika dva sta na ampulah in mi je tableta za 30 € predraga. Za oba psa 60 € na mesec, to mi je pa res drago.«

Udeleženci vseh treh fokusnih skupin za odpravljanje zunanjih zajedavcev pri psih in mačkah kupujejo zdravila, ki se lahko prodajajo zgolj v veterinarskih ambulantah in lekarnah. Večina udeležencev kot mesto nakupa izbere veterinarsko ambulanto. Učinkovitost je pri vseh sodelujočih najpomembnejši dejavnik nakupa. Cena ne igra ključne vloge, čeprav sodelujoči dajejo velik poudarek na to, kakšno učinkovitost dobijo za določeno ceno.

4.4.4.5 Ponakupno vedenje

Udeleženci so s trenutno izbiro zdravila zadovoljni in imajo namen tudi nadaljevati s to terapijo ali pa v bodoče spremljati rezultate delovanja izbranih zdravil. Kot razlog za zadovoljstvo sta na prvem mestu ustrezno delovanje in učinek zdravila. V nadaljevanju pa so kot razlogi za zadovoljstvo navedeni še enostavnost nanosa, dobro prenašanje zdravila s strani živali in dolgotrajno delovanje.

J. (27 let): »Stavim na to, kar imamo sedaj.«

A. (44 let): »Za enkrat je ok. Sem zadovoljen z učinkom. Bomo pa tekom poletja videli, kako bo.«

K. (38 let): »Jaz sem trenutno zadovoljna in s tabletami in ampulami. Pri ta velikih mi ampule držijo, pri terierju pa mi niso prijele, so se klopi na njega obesli, zato sem mu dala tableto in sem navdušena. Tako, da ne vem, kaj bom dala v nadaljevanju.«

B. (35 let): »Sedaj imam Frontline. Je ok. Dela, pes ga dobro prenaša.«

J. (30 let): »Uporabljamo Frontline Combo. Kot sem že povedal, pri mačkah dela in ga je enostavno nanest.«

Skrbniki svoje zadovoljstvo ali nezadovoljstvo z določenim zdravilom delijo tudi z drugimi skrbniki. Med seboj se pogovarjajo in si delijo mnenja ter izkušnje.

Ma. (29 let): »Jaz imam tudi kolege, ki imajo pse in mačke. Se družimo, tudi naši psi se družijo. Potem pa si delimo informacije. Na primer mene en kliče: Joj, moj maček pa ima na primer trakuljo. In potem delimo izkušnje.«

A (33 let): »Veterinarjem in farmacevtom načeloma zaupam. Kot farmacevtka pa se še vedno o vsaki stvari prepričam sama. Najbolj zaupam strokovnim virom – študijam in raznim strokovnim navodilom za uporabo, ki jih dobim pri proizvajalcu ali dobavitelju zdravila. Kar se tiče prijateljev in sorodnikov, pa po navadi oni mene sprašujejo za informacije.«

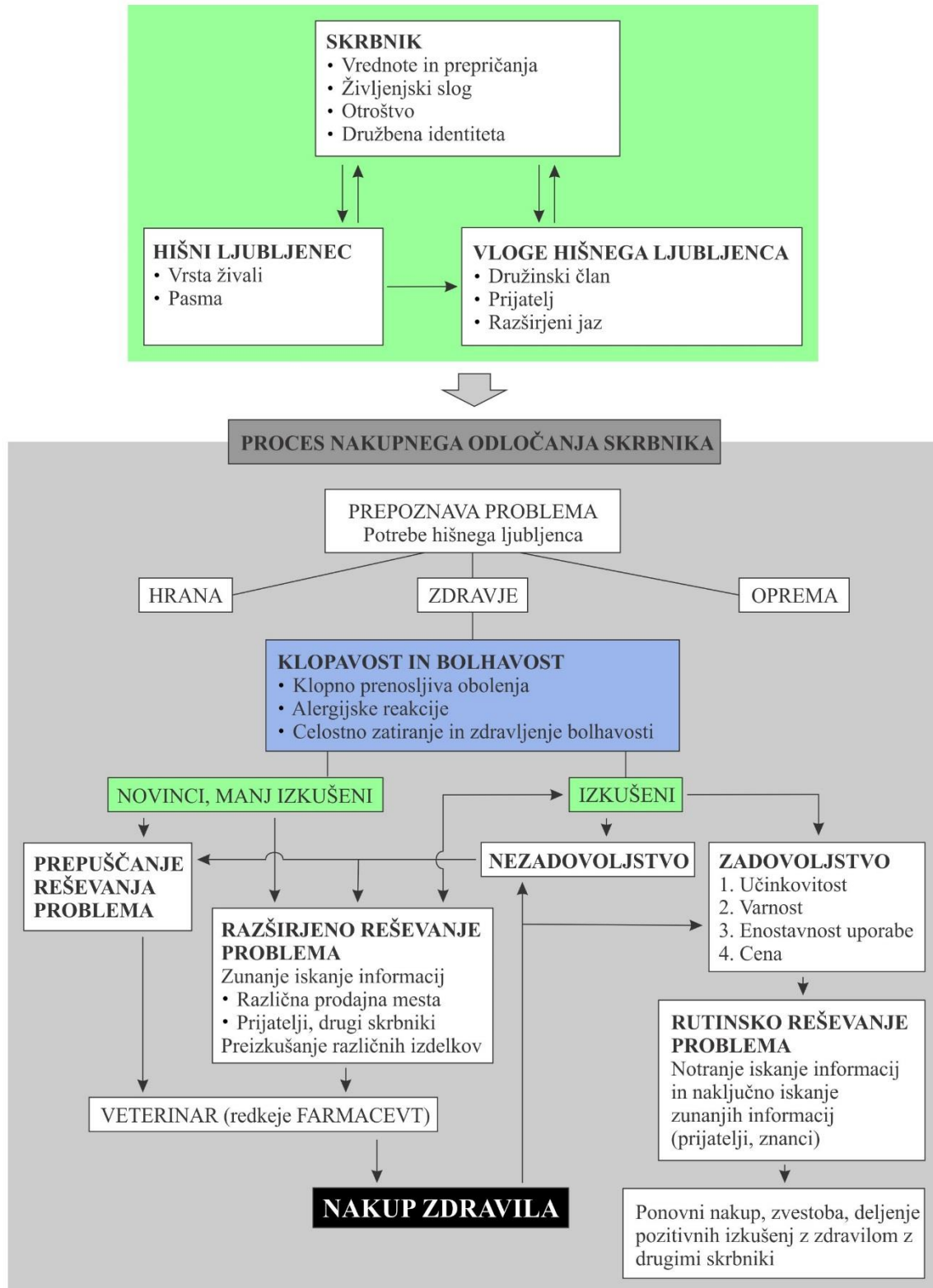
Ponakupno zadovoljstvo je pri sodelujočih v glavnem povezano z učinkovitostjo zdravila. Zdravilom, s katerimi imajo dobre izkušnje, ostajajo zvesti. Udeleženci pa vseskozi spremljajo in ocenjujejo delovanje zdravila in njegov učinek ter tudi to, kako zdravilo hišni ljubljenec prenaša. Svojo stopnjo zadovoljstva pa so pripravljene deliti tudi z drugimi skrbniki živali. Skrbniki, ki imajo izkušnje s tovrstnimi zdravili, pa veljajo za verodostojen vir informacij drugim skrbnikom.

4.5 Interpretacija empirične raziskave

Namen interpretacije je predstaviti glavne ugotovitve empirične raziskave. Interpretacija temelji na iskanju in povezovanju skupnih vzorcev med teorijo in empiričnim delom. V prvem delu interpretacije predstavim ugotovitve, pridobljene pri preučevanju odnosa med živaljo in skrbnikom, ter vpliv tega odnosa na skrbnikov proces odločanja. V drugem delu

pa predstavim interpretacijo raziskave o nakupnem odločanju skrbnikov za zdravila za zdravljenje bolhavosti in klopavosti. Slika 8 prikazuje povezanost obeh delov interpretacije.

Slika 8: Prikaz interpretacije empirične raziskave



4.5.1 Vpliv odnosa med hišnim ljubljencem in skrbnikom na proces nakupnega odločanja

V prvem delu raziskave ugotavljam razloge, zakaj se nekdo odloči za določenega hišnega ljubljenca ter kakšne vloge ima v življenju posameznika. Moralno in družbeno odgovornost do živali raziskujeta McEachern in Cheetham (2013, str. 339, 340, 342), ki navajata, da se mnogo skrbnikov raje odloča za zapuščene ali nepasemske živali iz moralnih razlogov, občutka krivde, usmiljenja, velikega števila zapuščenih živali ali preprosto zaradi tega, ker ne podpirajo vzreje živali zaradi ekonomskih razlogov. Tudi mnogi udeleženci v moji raziskavi se načrtno odločajo, da si kot hišne ljubljence izberejo zapuščene živali, živali iz zavetišč ali najdene živali. Čutijo moralno in družbeno odgovornost, da za njih poskrbijo in jim nudijo okolje, primerno za bivanje. Ti udeleženci tudi ne podpirajo načrtno vzreje in prodaje pasemskih živali iz ekonomskih razlogov.

Hirschman (1994, str. 628) opisuje, kako si mnogo skrbnikov v odrasli dobi izbere žival, ki so jo imeli v otroštvu. Socializacija v otroštvu je ključna za oblikovanje vzorcev za odločitve za hišnega ljubljenca kasneje v življenju. Ravno tako avtorica v nadaljevanju navaja, da se nekateri skrbniki tudi v odrasli dobi odločajo za pasme, s katerimi so odraščali kot otroci, ali se za istega hišnega ljubljenca odločijo po smrti prejšnjega (Aylesworth et al., 1999, str. 386). To potrjujejo tudi sodelujoči v empirični raziskavi. Mnogi živijo s hišnimi ljubljenci od svojega otroštva. Pozitiven zgled skrbništva iz otroštva jih usmerja, da so tudi v odrasli dobi dobri skrbniki. Nekateri kot otroci niso smeli imeti živali, zato jim sedanji hišni ljubljenc predstavlja končno izpolnjeno željo. Nekateri udeleženci pa tudi potrjujejo, da se vedno znova odločajo za iste pasme.

Skrbništvo določenih živali, kot so psi, mačke ali konji določenih pasem, simbolizira določen družbeni status in ima pozitiven vpliv na skrbnikovo družbeno identiteto (Sanders, 1990, str. 663). Nekateri udeleženci opišejo, da se za določeno pasmo odločijo, ker ustreza njihovim vrednotam in načinu življenja. Aylesworth et al. (1999, str. 385) navajajo, da izbira vrste ali pasme živali vpliva na način skrbništva v prihodnosti.

V raziskavi ugotavljam, da skrbniki hišne ljubljence postavljajo v različne vloge. Belk (1988, str. 155, 156) prvi raziskuje hišnega ljubljenca v vlogi razširjenega jaza. Sanders (1990, str. 662–666) pa razširi to razmišljanje in poudari, da hišni ljubljenc vpliva na družbeno identiteto skrbnika in njegovo dožemanje samega sebe. Le malo udeležencev raziskave neposredno potrjuje, da svojega hišnega ljubljenca vidi kot del svojega razširjenega jaza. Tisti, ki to navajajo, vidijo predvsem svojo osebnost v določeni živali ali pa poudarjajo, da je hišni ljubljenc pomemben del njih samih. Večkrat je to rečeno za pse kot za mačke. Iz razgovorov pa je možno posredno razbrati, da se lahko to vlogo pripiše glavnini sodelujočih. Mnogo jih potrdi, da je žival središče njihovega življenja, da svoje življenje prilagajajo potrebam hišnega ljubljenca. Hišni ljubljenc jim predstavlja

najboljšega prijatelja. Dotson in Hyatt (2007, str. 461, 462) navajata, da lahko pes skrbniku predstavlja njegov razširjeni jaz kot tudi najboljšega prijatelja. Prijateljstvo skrbniku in hišnemu ljubljencu prinaša mnoge prednosti. Skrbnik je manj osamljen, skrbništvo živali mu omogoča več interakcije z drugimi skrbniki živali in fizične aktivnosti. Hišni ljubljenc je tudi zvest prijatelj in neutruđen poslušalec v stresnih in težkih situacijah. Skrbnik pa živali omogoči bivanje, hrano, nego in druženje. Zanj skrbi podobno, kot skrbi za družinskega člana.

Najpogosteje so udeleženci svojega hišnega ljubljenca označili za enakovrednega člana družine. Da ima žival vlogo člana družine, navajajo tudi številni avtorji. Hirschman (1994, str. 621, 622) ugotavlja, da ima žival v družini največkrat vlogo otroka ali sorojenca. Podobno navajata tudi Dotson in Hyatt (2007, str. 461, 462), ki ugotavljata, da skrbniki hišnega ljubljenca ne vidijo kot žival, temveč kot osebo, ki ima pomembno mesto v krogu družine. Številni sodelujoči navajajo, da s hišnimi ljubljenci sobivajo v gospodinjstvu, mnogi navajajo, da živali spijo z njimi v isti postelji ali na kavču ter da jim je dovoljeno marsikaj. Avtorja ugotavljata, da so skrbniki, ki delijo posteljo s svojimi živalmi, čustveno močno navezani na svojega hišnega ljubljenca, kar se odraža tudi na pogostejšem nakupovanju za svojo žival.

Kako odnos, ki ga imajo skrbniki s hišnimi ljubljenci, vpliva na njihove nakupne navade in odločitve, povezane z ljubljenci, me je zanimalo v nadaljevanju raziskave. Skrbnik ima namreč ključno vlogo, kadar gre za nakupne odločitve, povezane s hišnim ljubljencem, saj nakup ali storitev tudi plača.

Odnos, ki ga ima skrbnik s svojo živaljo, se v veliki meri odraža v izbiri prehrane za hišnega ljubljenca. Lahko bi celo rekli, da je izbor prehrane ogledalo skrbništva. Jyrinki in Lipamma-Leskinen (2006, str. 544–548) raziskujeta, kakšen pomen dajejo prehrani skrbniki hišnega ljubljenca, ki ga vidijo kot svoj razširjeni jaz. Ugotavljata, da skrbniki želijo kupiti najbolj kakovostno hrano za dobro ceno. Prehrano za hišnega ljubljenca tudi načrtujejo. Na ta način izražajo navezanost, pozitivna čustva in nadzor. V veselje jim je, če žival hrano rada je. Radi tudi delijo svoje nasvete o prehrani drugim skrbnikom, saj jim to prinaša zadovoljstvo in pozitivno vpliva na njihovo samopodobo. Udeleženci vseh treh fokusnih skupin dajejo velik poudarek izbiri kakovostne prehrane za svojega psa ali mačka. Cena pa pri tem ne igra ključne vloge. Sodelujoči se med seboj razlikujejo glede na neto mesečni dohodek, a kljub temu izražajo podobno skrb pri izboru hrane ali veterinarskih storitev za hišne ljubljence. Nekateri sicer poudarjajo, da spremljajo ceno hrane in iščejo priložnosti, kje bi lahko kupili kakovostno hrano po dobri ceni. Mnogi tudi načrtujejo obroke svojih živali, saj jim hrano pripravljajo sami. Med sodelujočimi v vseh treh fokusnih skupinah se razvije zanimiv pogovor o tem, kako prehranjujejo svoje živali, kje in kakšno hrano kupujejo. Med seboj izmenjavajo izkušnje in si delijo nasvete.

Glavnina sodelujočih se strinja, da pri veterinarskih storitvah, ki jih žival potrebuje, ne gledajo na ceno.

Večjo vlogo pa sodelujoči pripisujejo ceni, kadar gre za nakupe opreme za hišne ljubljence. So pa bile med njimi določene razlike. Mnogi navajajo, da se pri izbiri in nakupu opreme odločajo razumsko in kupijo zgolj tisto, kar žival v resnici potrebuje. Manj pa je tistih, ki navajajo, da radi kupijo opremo, ki jim je všeč, čeprav je žival nujno ne potrebuje. Jyrinki (2012, str. 117) navaja, da skrbniki, ki jim hišni ljubljenec predstavlja vir dobrega počutja, radi kupujejo zanj, saj jim to prinaša veselje in zadovoljstvo. Podobno je opaziti med tistimi udeleženci, katerih hišni ljubljenec biva v hiši, spi v isti postelji kot skrbnik in mu je tudi marsikaj dovoljeno. Ti udeleženci so navedli, da se težko uprejo, da za svojega psa ali mačka ne bi kupili lepe ovratnice, igračke, priboljška in na ta način razveselili živali in sebe. Sanders (1990, str. 663, 664) navaja, da si skrbnik na podlagi izbrane živali ustvari določeno identiteto v družbene okolju, Jyrinky (2012, str. 118) pa ga dopolnjuje, ko ugotavlja, da si skrbniki družbeno in javno identiteto ustvarjajo tudi z izdelki ali opremo različnih blagovnih znamk, ki jih kupijo za svojo žival. Med razgovori v fokusnih skupinah številni sodelujoči navajajo imena blagovnih znamk zdravil in hrane, še posebej tista, ki jih ocenjujejo za bolj kakovostne. Nekateri tudi navajajo, da imajo za hišnega ljubljence opremo, ki so jo dali narediti po naročilu. Slednje Jyrinky (2012, str. 118) opredeljuje kot skrbnike, ki jim hišni ljubljenec predstavlja objekt predanosti in svoje življenje v veliki meri prilagajajo njemu. Zanimivo je mnenje tistih udeležencev, ki so v otroštvu živeli s hišnim ljubljencem, za katerega se je sicer ustrezno skrbelo, vendar bolj uravnoteženo in razumsko. Ti skrbniki tudi sedaj, ko so odrasli, za svojo žival ne kupujejo nepotrebne opreme ali igrač. Pri nakupih so praktični, velikokrat stvari naredijo tudi sami. Jyrinky (2012, str. 117) navaja, da skrbništvo živali skrbniku pomaga pri pridobivanju znanj in veščin, zaradi katerih se pri nakupnih odločitvah za hišnega ljubljence odloča bolj razumsko.

4.5.2 Nakupno odločanje skrbnikov hišnih ljubljencev za zdravila za zdravljenje bolhavosti in klopavosti pri psih in mačkah

Nakupna odločitev porabnika je njegov odgovor na določen problem (Solomon et al., 2013, str. 332). Skrbniki psov in mačk v fokusnih skupinah se zavedajo problema bolhavosti in klopavosti pri svojih hišnih ljubljencih. Zavedajo se tudi številnih posledic teh obolenj. Mnogi navajajo, da jih področje zatiranja zunanjih zajedavcev pri hišnih ljubljencih zanima ter so odprti za nova spoznanja. Blackwell et al. (2001, str. 72) navajajo, da se nakupni proces prične, ko porabnik prepozna problem. Prisotnost zajedavcev, srbež kože, alergijske reakcije kože ter nevarnost klopno prenosljivih bolezni so tiste točke, ki skrbnike hišnih ljubljencev motivirajo za nakup zdravil. Gre za dejansko potrebo (Solomon et al., 2013, str. 341), saj je problem prisoten, žival pa je odvisna od

skrbnika. Cilj skrbnikov pa je zdravje živali in tudi zdravje družinskih članov, saj se zavedajo, da klopi in bolhe predstavljajo nevarnost tudi za ljudi.

V reševanje problema porabniki vložijo različno stopnjo aktivnosti in navora (Schiffman & Kanuk, 2000, str. 438). Nekateri udeleženci fokusnih skupin navajajo, da pri prvem soočanju s klopavostjo ali bolhavostjo porabijo razmeroma veliko časa za iskanje ustreznih izdelkov ali zdravil za zatiranje ter zdravljenje bolhavosti in klopavosti. Lahko se povzame, da gre pri prvem soočanju s problemom za njegovo razširjeno reševanje (Schiffman & Kanuk, 200, str. 438; Solomon et al., 2013, str. 338, 339). Mnogi izdelke iščejo na različnih prodajnih mestih. Poleg tega tudi preizkušajo številne izdelke, da na koncu najdejo tistega, s katerim so zadovoljni. Nekateri pa pri prvem soočanju z bolhavostjo ali klopavostjo odločitev prepustijo strokovnjaku. V veterinarski ambulanti izpostavijo problem, veterinar pa jim predpiše določeno zdravilo. Solomon et al. (2013, str. 350, 351) navajajo, da novinci velikokrat odločitev prepustijo strokovnjaku, saj se ne čutijo dovolj sposobne, da bi sami odločali o rešitvi določenega problema. Cilj vseh pa je kupiti ustrezen izdelek za rešitev problema zunanjih zajedavcev. Blackwell et al. (2001, str. 107) navajajo, da je zunanje iskanje informacij prednakupno iskanje, ki je povezano z motivacijo in željo po čim boljši izbiri in nakupu. Pri prvem soočanju s problemom zunanjih zajedavcev pri psih in mačkah večina sodelujočih v raziskavi kot zunanji vir informacij poišče prodajalce v prodajalnah z opremo za živali, veterinarje, prijatelje ali znance.

Pri sedanjih, rednih nakupih, pa je reševanje problema klopavosti in bolhavosti, zlasti pri izkušenih in dolgoletnih skrbnikih, povezano z notranjim iskanjem informacij, ki predstavljajo tisti vir informacij, ki jih porabnik nosi v sebi in so del njegovega spomina (Hoyer & MacInnis, 1997, str. 194). Skrbniki si skozi leta pridobivajo številne izkušnje in si ustvarijo določena mnenja o posameznih izdelkih. V raziskavi tudi ugotovljam, da izkušeni skrbniki predstavljajo vir informacij o tovrstnih izdelkih manj izkušenim skrbnikom.

Za udeležence, ki so zadovoljni z uporabljenim izdelkom, je nakup zdravil za zatiranje ter zdravljenje bolhavosti in klopavosti postal rutina. Izdelke kupujejo mesečno ali redno v času, ko je nevarnost za klope in bolhe največja. Schiffman in Kanuk (2000, str. 438) rutinsko reševanje problema označujeta kot tisto nakupno odločanje, kjer imajo porabniki izkušnje o izdelku in o njem že oblikovane kriterije. Skrbniki pri rutinskem reševanju problema informacij o drugih izdelkih ne iščejo več intenzivno. V določenih primerih si želijo dodatne informacije ali tehtajo med tem, kar že poznajo. Navadno dodatne informacije pridobivajo naključno, od drugih skrbnikov na sprehodih, v šolah za pse ali od strokovnega osebja ob obisku v veterinarski ambulanti. Lahko se reče, da izkušnje z obstoječim izdelkom, ki predstavljajo notranji vir informacij, dopolnjujejo z zunanjim iskanjem informacij (Solomon et al., 2013, str. 342). Sodelujoči potrjujejo, da bi iskanju pravega izdelka namenili več pozornosti, če z obstoječim ne bi bili zadovoljni.

Skrbniki kot najpogostejši zunanji vir informacij navajajo veterinarje, druge skrbnike, prijatelje in znance. Manj jih kot zunanji vir informacij navede svetovni splet. Veterinar predstavlja strokovnega mnenjskega vodjo (Solomon et al., 2013, str. 417), saj ga skrbniki ocenjujejo kot tistega, ki je ustrezno usposobljen in ima določena znanja. Nekateri skrbniki veterinarja ocenjujejo kot verodostojen, zanesljiv in objektiven vir informacij, ko jim svetuje zdravila za odpravo zunanjih zajedavcev. Pri nasvetu in nakupu zaupajo v njegov nasvet. Nekateri pa izražajo določen dvom v presojo veterinarja in ga ocenjujejo kot nekoga, ki jim želi nekaj prodati. Ti skrbniki navajajo, da informacijo, prejeto pri veterinarju, navadno preverijo pri prijateljih, znancih ali drugih skrbnikih hišnih ljubljencev. Te skupine ljudi predstavljajo tako imenovane neformalne referenčne skupine. So pomembne in imajo velik vpliv na posameznega porabnika, saj so bolj prisotne v vsakodnevem življenju posameznika (Solomon et al., 2013, str. 403). Predstavljajo pomemben vir informacij o različnih blagovnih znamkah in izkušnjah z njimi. Porabniki informacije pridobivajo na verbalen ali demonstrativen način (Peter & Olson, 2008, str. 340; Solomon et al., 2013, str. 396). Iz raziskave je razvidno, da skrbniki hišnih ljubljencev med seboj veliko komunicirajo in si delijo informacije. Mnogi navajajo, da se med seboj družijo in delijo številne izkušnje s področja skrbništva. Navajajo tudi, da veliko dajo na mnenje tistih, ki jim zaupajo. Sporočanje od ust do ust je za to skupino ljudi zelo značilno. Voyer in Ranaweera (2015, str. 641) navajata, da informacije, ki jih prejmemo od ljudi, ki jim zaupamo, ocenjujemo kot zanesljivejše v primerjavi z informacijami, ki jih prejmemo prek oglaševanja.

Sodelujoči v fokusnih skupinah, ki so skrbniki psov ali mačk že dlje časa, navajajo, da so skozi leta pridobili številne izkušnje z mnogimi izdelki in si o njih ustvarili določeno mnenje. Vsi sodelujoči se strinjajo, da izdelki, ki so namenjeni reševanju problema klopavosti in bolhavosti ter so na voljo v prodajalnah z opremo za živali, niso ustrezni, saj ne zagotavljajo ustreznega učinka. Ti izdelki predstavljajo tako imenovani neveljavni niz (Solomon et al., 2013, str. 355), saj se jih skrbniki zavedajo, vendar jih zagotovo ne bodo kupili. Zdravila, ki so na voljo v veterinarskih ambulantah ali lekarnah, pa predstavljajo upoštevani niz (Solomon et al., 2013, str. 355), saj o njih skrbniki razmišljajo in jih tudi uporabljajo. Vsi sodelujoči se pri zadnjem nakupu zdravila za zatiranje ter zdravljenje bolhavosti in klopavosti odločijo za nakup v veterinarski ambulanti ali lekarni. Blackwell et al. (2001, str. 113) navajajo, da ni nujno, da vse možnosti, ki so del upoštevane niza, postanejo porabnikov ožji izbor, o katerem razmišlja. Tudi udeleženci raziskave se zavedajo številnih blagovnih znamk, ki imajo status zdravila, vendar se za njih ne odločajo. Največkrat zaradi predhodnih negativnih izkušenj.

Sodelujoči zdravila ocenjujejo glede na različne kriterije. Kategorizacija je proces, v katerem se porabnik odloči, katere izdelke bo primerjal med seboj in kateri kriteriji bodo ključni (Solomon et al., 2013, str. 356). Udeleženci kot najpomembnejši kriterij pri odločitvi za določeno zdravilo navajajo učinkovitost. V nadaljevanju so jim pomembni tudi

dolgotrajno delovanje, varnost, čim manj neželenih učinkov, možnost kontakta z živaljo, možnost kopanja živali, enostavnost in praktičnost uporabe. Cena pri glavnini udeležencev ni ključni kriterij za odločitev, čeprav sodelujoči dajejo velik poudarek temu, kakšno učinkovitost dobijo za določeno ceno. Vsekakor pa lahko iz tega sklepam, da zdravilo, ki se izkaže kot neučinkovito, ni ponovno izbrano, kljub nizki ceni. Izdelek, ki ima slabost na eni od ključnih lastnosti, ni izbran, četudi ima prednosti na drugih (Blackwell et al., 2001, str. 119). Tako porabnik na hiter in enostaven način izloči tiste možnosti, ki ne dosegajo ključni kriterijev (Solomon et al., 2013, str. 371). Med raziskavo se je izkazalo ravno obratno, in sicer da skrbniki višjo ali visoko ceno zdravila kompenzirajo ali opravičujejo s prednostmi na drugih lastnostih.

Večina udeležencev navaja, da navadno kupuje zdravila za zatiranje ter zdravljenje bolhavosti in klopavosti v veterinarskih ambulantah. Navajajo tudi, da je njihov zadnji nakup opravljen pri veterinarju. Mnogi tudi izpostavijo, da se za veterinarsko ambulanto odločajo, ker bolj zaupajo veterinarju kot farmacevtu in tudi, ker v lekarni ni možno kupiti vseh zdravil. Zgolj ena izmed udeleženk navaja, da ta zdravila kupuje tudi v lekarni ob rednih nakupih zase. Tudi njen zadnji nakup je opravljen v lekarni. Kot že opisano, se skrbniki zavedajo pomena zatiranja in zdravljenja okužb z zunanjimi zajedavci pri psih in mačkah. Za mnoge so tovrstni nakupi rutinski, vendar do določene mere tudi načrtovani. Večina sodelujočih nakup tovrstnih zdravil opravi pred ali med sezono, ko so zunanji zajedavci najbolj aktivni. Več udeležencev kot razlog za nakup izpostavi klopavost, manj jih navaja bolhavost. Zgolj nekateri navajajo, da živalim dajejo zdravila v zimskem obdobju. Ti skrbniki kot glavni razlog za to omenjajo problem bolhavosti. Navadno pa skrbniki zdravila dajejo mesečno. Nekateri pa prisegajo na farmacevtske oblike, kot so ovratnice ali tablete, ki nudijo večmesečno delovanje. Vsem skrbnikom živali pa je skupno to, da se zavedajo pomena večkratnega in dolgotrajnega dajanja za uspešnost zdravljenja.

Blackwell et al. (2001, str. 160) navajajo, da so porabnikova izkušnja ob uporabi izdelka, stopnja zadovoljstva ter ponakupna dejanja najpomembnejši deli v procesu nakupnega odločanja. To se izkaže tudi v raziskavi. Mnogi udeleženci navajajo, da številne izkušnje z zdravili za odpravo zunanjih zajedavcev v preteklosti pripeljejo do odločitve za tista zdravila, ki jih kupujejo sedaj. Udeleženci so z zdravilom, ki ga trenutno uporabljajo, zadovoljni, saj izpolnjuje njihova pričakovanja glede učinkovitosti. Nekateri navajajo, da so določenim zdravilom zvesti že nekaj let, spet drugi poudarjajo, da trenutna izbira celo presega njihova pričakovanja. So pa udeleženci enotni v tem, da delovanje in učinek zdravil redno spremljajo in ga načrtujejo še naprej.

SKLEP

V zahodni kulturi so hišni ljubljenci, zlasti psi in mačke, postali pomemben del vsakdana sodobnega človeka. Človek je z njimi razvil številne odnose. Zaradi sobivanja v skupnem

gospodinjstvu so hišni ljubljenci postali enakovredni člani družine. Za mnoge skrbnike so v vlogi otroka ter bratov ali sester. Hišni ljubljenci imajo tudi vlogo prijatelja in življenjskega sopotnika. Številni avtorji pa raziskujejo hišnega ljubljenca v vlogi razširjenega jaza. Ta se kaže v povezovanju svoje osebnosti z živaljo, močni čustveni navezanosti na žival, prilagajanju svojega življenja hišnemu ljubljencu in tudi v procesu nakupnega odločanja skrbnikov hišnih ljubljencev. Globalni trg veterinarskih zdravil za ljubiteljske živali zadnjih 6 let raste. Rast pa se mu napoveduje tudi v prihodnje. Zdi se, da status, ki ga imajo hišni ljubljenci v družinskem okolju, ohranja trg stabilen.

V empirični raziskavi ugotavljam, kako odnos, ki ga skrbniki razvijajo s svojimi hišnimi ljubljenci, vpliva na njihov proces odločanja za zdravila za zdravljenje bolhavosti in klopavosti. Raziskava je usmerjena v vseh pet korakov v procesu nakupnega odločanja porabnika: prepoznavo problema, iskanje informacij, ocenjevanje alternativ, odločitev za nakup in ponakupno zadovoljstvo. Skrbniki se zavedajo problema klopavosti in bolhavosti ter njenih posledic, zato zdravljenje ocenjujejo kot zelo pomembno. Najpomembnejši vir informacij o zdravilih jim predstavljajo veterinarji, prijatelji, znanci in drugi skrbniki psov. Redkeje informacije iščejo na spletu ali različnih spletnih forumih. Informacije o izdelkih pridobivajo tudi na podlagi lastnih izkušenj. V raziskavi ugotavljam, da cena ni odločujoč dejavnik pri nakupu zdravila za zdravljenje bolhavosti in klopavosti. Učinkovitost je najpomembnejši kriterij pri odločitvi za nakup za določeno zdravilo. Učinkovitost je tudi povod za zadovoljstvo in ponovni nakup istega zdravila. V raziskavi ugotavljam, da so skrbniki, ki so zadovoljni z določenim zdravilom, temu zdravilu tudi zvesti. To je razlog, da pri ponovnih nakupih informacij ne iščejo več intenzivno, temveč gre za tako imenovano rutinsko reševanje problema. V raziskavi tudi ugotavljam, da se skrbniki večkrat odločijo za nakup v veterinarski ambulanti, kot v lekarni.

Podjetja, ki tržijo in prodajajo veterinarska zdravila, želijo imeti v svojem portfelju antiparazitike za odpravo zunanjih in notranjih zajedavcev pri ljubiteljskih živalih, saj so parazitoze stalen problem hišnih ljubljencev. V zadnjih 4 letih so originatorska podjetja na evropski trg lansirala nove učinkovine in nove kombinacije učinkovin ter s tem vplivala na doktrino zdravljenja parazitov in rast trga. Tudi slovenski trg je nasičen s tovrstnimi zdravili, čeprav se populacija psov in mačk v zadnjih 10 letih ni bistveno spremenila. Spremenil pa se je odnos do živali. Vse več skrbnikov je pripravljenih zagotoviti svoji živali ustrezno veterinarsko oskrbo. V slovenskem prostoru ni znastvenih raziskav, ki bi preučevale skrbnika hišnega ljubljenca kot porabnika v nakupnem procesu. Tudi prodajni podatki, ki so na voljo, so nepopolni in zato ne kažejo prave slike in dinamike trga antiparazitikov za hišne ljubljence. S to raziskavo želim zato doprinesti k boljšemu razumevanju skrbnikov hišnih ljubljencev in njihovega procesa nakupnega odločanja. Rezultati raziskave namreč osvetljujejo vlogo hišnega ljubljenca, konkretnije psa in mačka, v življenju sodobnega skrbnika ter prinašajo nova spoznanja, kako ta vloga vpliva na proces nakupnega odločanja za zdravila za zdravljenje bolhavosti in klopavosti.

Poznavanje trga in porabnika je za podjetje, ki prodaja in trži veterinarska zdravila, pomembno pri oblikovanju novih trženjskih strategij.

Ocenjujem, da bi moralo podjetje pri razvoju in trženju tovrstnih zdravil veliko pozornosti nameniti učinkovitosti in varnosti zdravil. To so namreč tiste lastnosti, katerim skrbniki dajejo največ poudarka. Pomoč temu je tudi izvedba kliničnih študij s ključnimi mnenjskimi voditelji, kot so veterinarji, saj jim skrbniki zaupajo. Spoznanja tovrstnih študij pa bi bilo smiselno deliti tudi z drugo veterinarsko strokovno javnostjo in tudi s farmacevti. V raziskavi ugotovljam, da imajo farmacevti nižjo stopnjo zaupanja v primerjavi z veterinarji, saj se skrbniki redkeje odločajo za nakup v lekarni. Podjetje, ki želi tržiti tovrsta zdravila tudi v lekarnah, mora povečati zaupanje v farmacevte. Zdravila, za katere ni potreben recept veterinarja in se lahko oglašujejo tudi v širši, laični javnosti, pa bi bilo smiselno predstaviti tudi skrbnikom psov in mačk. Ta način bi lahko vključeval strokovna izobraževanja v različnih pasemskih ali kinološki društvih ter promocijo širši javnosti na način, kjer zadovoljni porabniki delijo svoje pozitivne izkušnje z drugimi skrbniki.

Empirično raziskavo, izvedeno s tremi fokusnimi skupinami, omejuje več dejavnikov. Eden izmed njih je razmeroma malo strokovne in znanstvene literature, ki preučuje nakupno odločanje skrbnikov hišnih ljubljencev, še manj je znanstvenih spoznanj, ki preučujejo nakupne odločitve skrbnikov v zvezi z veterinarskimi storitvami. Naslednji omejitveni dejavnik pripisujem majhnemu številu udeležencev fokusnih skupin, kar je na splošno značilna omejitev kvalitativnega raziskovanja. Kot tretji omejitveni dejavnik pripisujem dejstvu, da so zdravila za zdravljenje bolhavosti in klopavosti, na slovenskem trgu v lekarnah intenzivneje prisotna šele dve leti. Za zadnji omejitveni dejavnik pa ocenjujem odsotnost prodajnih podatkov za zdravila za zdravljenje bolhavosti in klopavosti za slovenski trg, ki bi pripomogli k boljšemu razumevanju te kategorije zdravil in trga.

LITERATURA IN VIRI

1. *About the industry*. Najdeno 22. aprila 2016 na spletnem naslovu <http://www.ifaheurope.org/about/about-the-industry.html>
2. *Animal health*. Najdeno 5. marca 2016 na spletnem naslovu <http://www.msdsi/products/Strani/animal-health.aspx>
3. Arluke, A., & Sanders, C. R. (1996). *Regarding Animals*. Philadelphia: Temple University Press.
4. Aylesworth, A., Chapman, K., & Dobscha, S. (1999). Animal Companions and Marketing: Dogs are More than Just a Cell in the BCG Matrix! *Advances in Consumer Research* 26(1999), 385–390.
5. Belk, R. W. (1988). Possessions and the Extended Self. *Journal of Consumer Research*, 15(1988), 139–168.
6. Belk, R. W. (1996). Metaphoric Relationship with Pets. *Society and Animals* 4(2), 121–144.
7. Berg, B. L., & Lune, H. (2012). *Qualitative Research Methods for the Social Sciences* (8th ed.). Boston: Pearson Education.
8. Best, R. J. (2005). *Market-based management Strategies for Growing Costumer Value and Profitability* (4th ed.). New Jersey: Pearson Prentice Hall.
9. Beugnet, F., & Franc, M. (2010). Results of a European multicentric field efficacy study of fipronil – (S) methoprene combination on flea infestation od dogs and cats during 2009 summer. *Parasite*, 17, 337–342.
10. Blackwell, R. D., Miniard, P. W., & Engel, J. F. (2001). *Consumer Behaviour* (9th ed.). Mason: South-Western Thomson Learning.
11. Brockman, B. K., Taylor, V. A., & Brockman, C. M. (2008). The price of unconditional love: Consumer decision making for high – dollar veterinary care. *Journal of Business Research* 61(2008), 397–405.
12. Buckley, J. (2004). Pharmaceutical Marketing–Time for Change. *Electron J Bus Ethics Org Stud*, 9(2), 4–11.
13. Clark Cline, K. M. (2010). Psychological Effects od Dog Ownership: Role Strain, Role Enhancement, and Depression. *Journal of Social Psychology*, 150(2), 117–131.
14. Cutt, H., Giles-Corti , B., Knuiiman, M., Timperio, A., & Bull, F. (2008). Understanding Dog Owners' Increased Levels of Physical Activity: Results From Reside. *American Journal of Public Health*, 98(1), 66–69.
15. Čufar, A. (2010). Vloga lekarniškega farmacevta pri generičnem predpisovanju zdravil. *Farmaceutski vestnik*, 61(2), 127–129 .
16. Dotson, M. J., & Hyatt, E. M. (2008). Understanding dog-human companionship. *Journal of Business Research*, 61(2008), 457–466.
17. *Facts and Figures*. Najdeno 20. novembra 2015 na spletnem naslovu <http://www.fediaf.org/facts-figures/>
18. Fisher, T. (2014, 20. november). Brain Scans Reveal What Dogs Really Think of Us. *Science.Mic*. Najdeno 20. januarja na spletnem naslovu <http://mic.com/articles/104474/brain-scans-reveal-what-dogs-really-think-of-us>

19. Franc, M., Bouhsira, E., & Beugnet, F. (2013, 6. december). Direct transmission of the cat flea (*Ctenocephalides felis*) between cats exhibiting social behaviour. *Parasite*. Najdeno 5. aprila 2016 na spletnem naslovu <http://www.ncbi.nlm.nih.gov/pmc/articles/PMC3852276/>
20. Grandin, T., & Johnson, C. (2009). *Animals Make Us Human: Creating the Best Life for Animals*. Boston: Houghton Mifflin Harcourt Publishing Company.
21. Halos, L., Beugnet F., Cardoso L., Farkas R., Franc M., Guillot J., Pfister K., & Wall R. (2014). Flea control failure? Myths and realities. *Trends in Parasitology*, 30(5), 228–233.
22. Hill, R. P., Gaines, J., & Wilson, M. R. (2008). Consumer behaviour, extended – self, and sacred consumption: An alternative perspective from our animal companions. *Journal of Business Research* 61(2008), 553–562.
23. Hirschman, E. C. (1994). Consumer and Their Animal Companions. *Journal of Consumer Research*, 20(4), 616–632 .
24. Hoffman, J., & Perkins, C. (2008). Veterinary generics: An enigma among niche markets. *Journal of Generics Medicines*, 5(4), 281–289.
25. Holbrook, M. B. (2008). Pets and people: Companion in commerce. *Journal of Business Research*, 61(2008), 546–552.
26. Horspool, L. J. I. (2013). Animal Health Markets and Opportunities: Companion Animal Landscape. V M. J. Rathbone & A. McDowell (ur.), *Long Acting Animal Health Drug Products: Fundamentals and Applications* (str. 15–46). Advances in Delivery and Technology. Cham: Springer US.
27. Horvat Kokalj, V. (2015). *Nove oblike odnosov človek – žival: terapevtski psi, njihova vloga in odnos do njih v sodobni družbi* (diplomsko delo). Ljubljana: Fakulteta za družbene vede.
28. Hoyer, D. W., & MacInnis, J. D. (1997). *Consumer Behavior*. Boston: Houghton Mifflin Company.
29. Ilc Pungerčič, M. (2007). *Nakupno obnašanje potrošnikov s poudarkom na procesu upravljanja blagovnih skupin* (magistrsko delo). Ljubljana: Fakulteta za družbene vede.
30. Irvine, L. (2004). *If You Tame Me: Understanding Our Connection with Animal*. Philadelphia: Temple University Press.
31. Jyrinki, H. (2012). Pet-related consumption as consumer identity constructor. *International Journal of Consumer Studies*, 36(2012), 114–120.
32. Jyrinki, H., & Leipamma-Leskinen, H. (2005). Pet As Extended Self in the Context of Pet Food Consumption. V K. M. Ekstrom, H. Brembeck (ur.), *European Advances in Consumer Research* (str. 543–549). Goteborg: Association for Consumer Research.
33. *Kinološka zveza Slovenija*. Najdeno 20. aprila 2016 na spletnem naslovu <http://www.kinoloska.si/>
34. Kirby, C. (2007). *Tick Management Handbook*. Stafford: The Connecticut Agricultural Experimentation Station.
35. Klemenčič, S., & Hlebec, V. (2007). *Fokusne skupine kot metoda presojanja in razvijanja kakovosti izobraževanja*. Ljubljana: Andragoški center Slovenije.

36. Kotler, P. (2004). *Management trženja* (11th ed.). Ljubljana: GV Založba.
37. Kotnik, T. (2012). *Kožne bolezni psov in mačk*. Ljubljana: Veterinarska fakulteta.
38. Krka d.d. (2015). Letno poročilo podjetja Krka d.d. Novo mesto: Krka d.d.
39. Marinšek, M., & Tušak, M. (2007). *Človek – žival: zdrava naveza*. Maribor: Založba Pivec.
40. McEachern, M. G., & Cheetham, F. (2013). A conception of moral sensitivity and everyday consumption practices: insight from the moralizing discourses of pet owners. *International Journal of Consumer Studies*, 37(2013), 337–343.
41. *Mreža lekarn*. Najdeno 20. marca 2016 na spletnem naslovu <http://www.lek-zbor.si/Mrežalekarn/tabid/55/Default.aspx>
42. Murn, K. (2005). *Spreminjanje družbenih odnosov do domačih živali* (diplomsko delo). Ljubljana: Fakulteta za družbene vede.
43. Murphy, S. A. (2006). Consumer health information for pet owners. *Journal of the Medical Library association*, 94(2), 152–158.
44. *Naši proizvodi*. Najdeno 3. decembra 2015 na spletnem naslovu <http://www.genera.hr/hr/138/proizvodi/#.V2-RXU9f2it>
45. Nelson, R. W., & Couto, C. G. (1998). *Small Animal Internal Medicine* (2th ed.). St. Louis: Mosby.
46. Novak, S., & Sudec, J. (2015). Vpliv živali na kakovost življenja starih ljudi. *Socialno delo*, 54(1), 31–40.
47. *O podjetju*. Najdeno 3. marca 2016 na spletnem naslovu <http://www.vet4you.com/o-podjetju>
48. Payne, A., & Frow, P. (2013). *Strategic Customer Management*. Cambridge: Cambridge University Press.
49. Peter, P. J., & Olson, J. C. (2008). *Consumer Behaviour and Marketing Strategy* (8th ed.). New York: McGraw – Hill/Irwin.
50. Pisk., N., Pal., M., & Pavšar, H. (2011). Raziskava javnega mnenja prebivalcev Slovenije o izdelkih za samozdravljenje ter načinu informiranja glede njihove uporabe. *Farmacevtski vestnik*, 62(4), 184–190.
51. *Povzetek glavnih značilnosti zdravila Bravecto*. Najdeno 28. aprila 2016 na spletnem naslovu http://ec.europa.eu/health/documents/community-register/2014/20140211127740/anx_127740_sl.pdf
52. Prato-Previde, E., Custance, D. M., Spiezio, C., & Sabatini, F. (2003). Is the dog-human relationship an attachment bond? An observational study using Ainsworth's Strange Situation. *Behaviour*, 140(2), 225–254.
53. Prato-Previde, E., Fallani, G., & Valsecchi, P. (2006). Gender differences in Owners Interacting with Pet Dogs: An Observational Study. *Ethology*, 112(2006), 64–73.
54. Pravilnik o zaščiti hišnih živali. *Uradni list RS št. 51/2009*.
55. Redek, T., Ograjenšek, I., Kostevc, Č., & Frajman Jakšič, A. (2011). Empirična raziskava dejavnikov sreče. Najdeno 19. novembra 2015 na spletnem naslovu http://www.stat.si/StatisticniDnevi/Docs/Radenci2011/Redek%20et%20al-Dejavniki_srece-prispevek.pdf

56. Ridgway, N. M., Kukar-Kinney, M., Monroe, K. B., & Chamberlin, E. (2008). Does excessive buying for self relate to spending on pets? *Journal of Business Research* 61(2008), 392–396.
57. Rust, M. K., & Dryden, M. W. (1997). The biology, ecology, and management of the cat flea. *Annu. Rev. Entomol.* 42, 451–473.
58. Sanders, C. R. (1990). The Animal Other: Self Definition, Social Identity and Companion Animals. *Advances in Consumer Research*, 17, 662–668.
59. Sanders, C. R. (1999). *Understanding Dogs: Living and Working with Canine Companions*. Philadelphia: Temple University Press.
60. Savishinsky, J. S. (1986). Pet Ideas: The Domestication of Animals, Human Behavior and Human Emotions. V A. Katcher, A. M. Beck (ur.), *New Perspectives in Our Lives with Companion Animals* (str. 112–131). Philadelphia: University of Pennsylvania Press.
61. Schiffman, G. L., & Kanuk, L. L. (2000). *Consumer Behavior* (7th ed.). New Jersey: Prentice Hall.
62. Serpell, J. (1995). *The Domestic Dog: its evolution, behaviour, and interactions with people*. Cambridge: Cambridge University Press.
63. Serpell, J. (1996). *In the Company of Animals: A Study of Human-Animal Relationships*. Cambridge: Cambridge University Press.
64. Solomon, M. R., Bamossy, G. J., Askegaard, S. T., & Hogg, M. K. (2013). *Consumer Behaviour A European Perspective* (5th ed.). Harlow: Pearson Education.
65. Tesfom, G., & Birch, N. (2010). Do They Buy for Their Dogs the Way They Buy for Themselves? *Psychology & Marketing* 27(9), 898–912.
66. *Veletrgovina*. Najdeno 5. decembra 2015 na spletnem naslovu <http://www.salus.si/sl/veletrgovina>
67. *Veterinarska medicina*. Najdeno 3. decembra 2015 na spletnem naslovu <http://www.iris.si/sl/veterinarska-medicina>
68. *Veterinarska zbornica Slovenije*. Najdeno 12. decembra 2015 na spletnem naslovu <http://www.vzb.si/>
69. *Veterinarski izdelki*. Najdeno 3. marca 2016 na spletnem naslovu <http://www.krka.si/sl/zdravila-in-izdelki/veterinarski-izdelki/>
70. Vetnosis database. (2015). *Companion Animal/Other*. Edinburg: Vetnosis Ltd.
71. *Vetpromet*. Najdeno 3. decembra 2015 na spletni strani <http://www.vetpromet.si/>
72. Vilfan Gobec, A., & Razinger, B. (2011). Dovoljenje za promet z zdravili brez recepta. *Farmaceutski vestnik*, 62(4), 191 – 194.
73. Vitezič, P. (2009). *Globalni vplivi na trženjsko komuniciranje zdravil brez recepta v Sloveniji* (magistrsko delo). Ljubljana: Ekonomska fakulteta.
74. Voyer, P. A., & Ranaweera, C. (2015) The impact of word of mouth on service purchase decision. *Journal of Service Theory and Practice*, 25(5), 636–656.
75. White, K., & Beall, T. (2001). The changing OTC landscape. *Pharmaceutical Executive*, 21 (3), 82–90.
76. Wilkie, L. W. (1994). *Consumer Behaviour* (3rd ed.). New York: John Wiley & Sons.

77. Wilkinson, G. T., & Harvey, R. G. (1994). *Small animal dermatology* (2nd ed.). London: Mosby-Wolf.
78. *WSMI declaration on self-care and self-medication*. Najdeno 14. marca 2016 na spletnem naslovu <http://www.wsmi.org/pdf/boarddeclarationsselfcare.pdf>
79. Zakon o lekarniški dejavnosti. *Uradni list RS št. 36/04*.
80. Zakon o veterinarskih merilih skladnosti. *Uradni list RS št. 93/2005*.
81. Zakon o veterinarstvu. *Uradni list RS št. 33/2001*.
82. Zakon o zaščiti živali. *Uradni list RS št. 43/2007-UPB2*.
83. Zakon o zdravilih. *Uradni list RS št. 17/14*.
84. *Zdravila za uporabo v veterinarski medicini*. Najdeno 2. aprila 2016 na spletnem naslovu https://www.jazmp.si/zdravila_za_uporabov_veterinarski_medicini/

PRILOGE

KAZALO PRILOG

Priloga 1: Opomnik za izvedbo fokusnih skupin.....	1
Priloga 2: Zapis fokusne skupine 1.....	3
Priloga 3: Zapis fokusne skupine 2.....	16
Priloga 4: Zapis fokusne skupine 3.....	30

PRILOGA 1: Opomnik za izvedbo fokusnih skupin

Uvod

Lep pozdrav vsem! Hvala, ker ste se odzvali povabilu in se udeležili današnjega skupnega druženja. Življenje s hišnim ljubljencem vpliva na naš vsakdan. Namen današnjega pogovora je osvetliti, kako odnos, ki ga imamo z našimi živalmi, vpliva na naše nakupne odločitve za našega kosmatinca, med drugim tudi na odločitve za zdravljenje bolhavosti in klopavosti. Najprej se bomo pogovarjali o odnosu med skrbnikom in hišnim ljubljencem, nato pa se bomo podrobneje lotili teme nakupnega odločanja v zvezi z izdelki in storitvami za naše ljubljence.

Odnos skrbnik – hišni ljubljenec

Uvodna vprašanja:

1. Kdaj ste se odločili za hišnega ljubljence, ki ga imate sedaj? Pred koliko časa?
2. Zakaj ste se odločili za hišnega ljubljence?
3. Skrbniki katerih pasem ste? Če da, zakaj ste se odločili za to pasmo?

Prehodna vprašanja:

4. Kako bi opisali svoj odnos s psom ali mačko?
5. Kaj vam pomeni hišni ljubljenec v vašem življenju?
6. Kakšne vloge ima hišni ljubljenec v vašem življenju?
7. Ste kot otrok imeli psa ali mačko? Če da, ali menite, da izkušnje iz otroštva vplivajo na vaš sedanji odnos do hišnega ljubljence? Na kakšen način?

Nakupno odločanje

Prehodna vprašanja:

8. Če pomislite na vaš odnos s hišnim ljubljencem, ali ta vpliva na vaše nakupne navade in odločitve, ko gre za nakupe, povezane z njim? Če da, na kakšen način?
9. Koliko finančnih sredstev v povprečju mesečno porabite za hišnega ljubljence?
10. Kako bi po deležih ocenili vašo mesečno porabo finančnih sredstev za hišnega ljubljence: na primer za hrano, opremo, veterinarsko oskrbo, zdravila ...?
11. Kakšno vlogo ima pri teh nakupnih odločitvah cena? Kako pozorni oziroma občutljivi ste na ceno, ko kupujete za hišnega ljubljence?
12. Bi lahko izpostavili, pri katerih izdelkih ali storitvah ste bolj in pri katerih manj občutljivi na ceno?
13. Kako bi opisali vlogo čustev in razuma, ko gre za nakupne odločitve v zvezi z vašim ljubljencem?
14. Ali vas pri odločitvah vodijo čustva ali se odločate razumsko?

- a) Pri katerih izdelkih ali storitvah ste bolj razumski in pri katerih bolj čustveni? Kaj menite, zakaj?
- b) Kakšno vlogo imajo razum in čustva, ko se odločate za nakup veterinarskih zdravil za odpravo bolh in klosov?

Ključna vprašanja:

15. Kako pomembno se vam zdi zdraviti vašega ljubljence zaradi zunanjih zajedavcev, kot so klopi in bolhe?
16. Kako bi ocenili svoje znanje o klopavosti in bolhavosti pri psih in mačkah ter njunem zdravljenju?
17. Kako pogosto zdravite vašega ljubljence za bolhavost in klopavost?
18. Se spomnite, kdaj ste nazadnje zdravili vašega psa ali mačka za kloso? In kdaj za bolhe?
19. Če pomislite na zdravila za odpravo bolh in klosov, ali vašega ljubljence različno pogosto zdravite pred bolhami oziroma pred klopi?
20. Kje običajno iščete ali dobite informacije o zdravilih za odpravo zunanjih zajedavcev?
21. Se spomnite, koliko časa ste porabili za iskanje informacij o zdravilih za odpravo zunanjih zajedavcev, ko ste se prvič soočali s tem problemom?
22. Ali pri rednih nakupih zdravil za odpravo zajedavcev še vedno iščete kakšne informacije? Če da, koliko časa namenite iskanju?
23. Kaj bi dejali, kje vse lahko skrbnik hišnega ljubljence pridobi informacije o zdravilih za odpravo zunanjih zajedavcev?
24. Kako ocenjujete verodostojnost informacij, ki jih dobite od stroke, kot so veterinarji ali farmacevti? Kaj pa verodostojnost osebnih virov informacij, kot so prijatelji, znanci ali sorodniki?
25. Katerim, strokovnim ali osebnim, virom informacij o zdravilih za odpravo zajedavcev najbolj zaupate?
26. Kje ste poiskali ali dobili informacije za vaš čisto zadnji nakup tovrstnih zdravil?
27. Katero farmacevtsko obliko ste do sedaj že preizkusili?
28. Vam je katera od teh oblik bolj pri srcu? Zakaj? Kako se med seboj razlikujejo?
29. Ko se odločate za nakup zdravila za zdravljenje bolhavosti in klopavosti, kaj vam je pomembno?
30. Kaj pa bi izpostavili kot najpomembnejši dejavnik za odločitev za določeno zdravilo za odpravo klosov in bolh?
31. Ste pri zadnjem nakupu tehtali med več izdelki za odpravo klosov in bolh? Če da, katerih? Kaj je potem pretehtalo, da ste izbrali?
32. Katera zdravila za odpravo klopavosti in bolhavosti ste do sedaj že preizkusili?
33. Ali poznate različna prodajna mesta, kjer lahko kupite zdravila za odpravo klosov in bolh?
34. Kje navadno kupite zdravilo za odpravo klosov in bolh?

Sklepna vprašanja:

35. Kje pa ste nazadnje opravili nakup tovrstnega zdravila? Kaj je botrovalo izbiri tega mesta?
36. Kako ste bili zadovoljni z zadnjim nakupom zdravil za odpravo klopov in bolh? Kakšne izkušnje ste imeli?
37. Če se spomnite na svoje dosedanje izkušnje, kateri izdelek se je najbolje obnesel? Kaj menite, zakaj?

PRILOGA 2: Zapis fokusne skupine 1

Udeleženec	Starost v letih	Spol	Povprečni mesečni neto dohodek v €	Gospodinjstvo	Hišni ljubljenci
A.	43	Ž	Brez službe	Hiša	4 mački
An.	40	M	1.300	Hiša	1 pes
L.	34	M	1.000	Hiša	2 psa in 1 maček
P.	36	Ž	1.000	Hiša	1 pes in 2 mačka
Ž.	27	Ž	1.200	Hiša	2 psa in 4 mački
J.	37	M	1.300	Hiša	2 psa in 3 mački
T.	38	Ž	1.900	Hiša	1 pes in 1 maček
Al.	45	M	Brez službe	Hiša	1 pes

Mo.: Kdaj ste se odločili za hišnega ljubljenca? Pred koliko časa? Zakaj ste se odločili za hišnega ljubljenca? Ste skrbniki katerih pasem? Zakaj ste se odločili za to pasmo?

L.: A lahko kar jaz? Torej, zakaj sem se odločil za živali. Nisem se odločil. Takšen pač si ali pa ne. Drugače pa imava mešance, tudi prej smo že doma imeli mešance, ker so najboljša pasma. Pri nas ne kupujemo živali. Vzamemo jih iz zavetišča. Tam samo plačava posvojino, da jim deloma pokriješ stroške.

P.: Nočeva imeti neke pasme, zavetišča pa so polna živali, ki jih nihče noče.

J.: Prej sem imel labradorko, sedaj pa imam mešanca.

Ž.: Imam mešance, ker je tako, kot je rekla P., zavetišča so polna. Tudi prej sem že imela mešance. Imam pa zelo rada živali. Že, ko sem bila stara 6 ali 7 let, sem iz dvorišča privlekla eno mačko. Tudi prvega psa sem dobila pri 7 letih. Ime mu je bilo Ari, ko je Ari šel, sem potem imela še konja. Sedaj pa sem pristala pri psih in mačkah. So pa sami mešanci.

A.: Jaz se sama nisem odločila za živali. Bila sem prisiljena. Mačke so prišle in potem niso več odšle. Same so me našle. Potem pa se predaš in rečeš, pa naj bodo pri meni. Sedaj jih imava 4. Prvega svojega psa sem imela šele kasneje, ker mi ga starši prej niso dovolili. Sedaj pa imava mešanca, ker ga prvotni lastniki niso marali, ker ga je bilo treba preveč vozit k veterinarju.

T.: Sama imam že od nekdaj pse. Doma smo imeli psa. Od petega razreda. Prej pa sem imela druge živalce. Domov sem privlekla od kokoši do zajcev. Mačka pa imam šele tri leta, prej nisem imela nobene mačke. Zakaj imam mačka – družbo mi dela, se rad crklja,

tako da nisi čisto sam. S psom pa delam v enotah reševalnih psov. Pasma imam bokserja, prej sem imela kraškega ovčarja. Imam rada čistokrvne pasme, zato ker so mi določene lastnosti znane. Maček je pa iz zavetišča. Tako čisto slučajno.

A.: Jaz pa sem od nekdaj hotel imeti psa, vendar ga starši niso dovolili. Ko sem imel za to pogoje, sem si nabavil prvega psa. Ko sem izbral pasmo, sem si izbral bokserja. Kasneje sem sebi oziramo psu kupil še psičko. Potem pa, ko sem se preselil, sem začel še z vzrejo, tako da sem na koncu zaključil s petimi psi, ki so sčasoma pomrli. Sedaj sem zamenjal pasmo. Sem kupil airdel terierja. Sedaj pa imam enega psa. Zmeraj sem si želel psa. Pa ga starši niso dovolili. Torej sem si prvega kupil šele pri 30-tih letih.

Mo.: Kako bi opisali svoj odnos s psi in mačkami? Kaj vam pomenijo hišni ljubljenci v vašem življenju? Kakšne vloge imajo?

J.: Kratko in jedrnato. Zame je to družinski član.

L.: Pri nas so isto družinski člani vsi. Delamo na vzgoji. Je taka trda, stroga vzgoja. Tudi za ušesa jih kdaj. To je pa to.

P.: Se strinjam!

L.: Pri nas je red v hiši. Vsak ima svoje mesto v kardelu. Tudi psi in mačke živijo v sožitju.

P.: V bistvu mi smo take vrste ljudje, da svoje življenje prilagajamo psom in mačkam. Tako da dejansko tam, kjer psi niso dobrodošli, tja ne hodimo. To je to, tako kratko in jedrnato.

Ž.: Pri nama je enako. Vsi živimo v isti hiši. Vsi spimo praktično na isti postelji, na istem kavču.

Mo.: Torej vsi štirje?

Ž.: Vsi štirje pa ne. Dva psa spita na postelji, dva pa nočeta. Če bi hotela, bi lahko šla gor, vendar samo dva spita v postelji. Na kavču se vsi gor zložimo, nekako imamo že malo premajhen kavč. Naši spijo na kavču in na postelji in znajo cenit, da spijo tam. Hodimo tudi skupaj na dopust. Mačke sicer ne. Mačke so doma. Tudi na poročno potovanje sva šla s psicama.

Mo.: Zanimivo, kaj res?

Ž.: Ja, ja. Sva tako uredila, da smo lahko šli skupaj. Pri nas so družinski člani. Ni druge. Niso pa moji otroci. Sicer kakšnemu kdaj kupimo kakšne čeveljčke ali pa oblekico. Mojemu psu pašejo oblekice. Prav važen je. On je tudi vesel v tem plaščku.

A.: Pri nas so psi in mačke neke vrste družinski člani. Smo nori na svoje živali. Niso pa moji otroci. Morajo vedeti, kje so meje. To je pa isto kot pri otrocih. Potrebno je postaviti meje. Pes pa ni človek.

T.: Pri nas ima pes svojo blazinico comfort. Pri nas niso v postelji, so pa po hiši. Ravno v sobo od otroka ali mojo spalnico psu ne dovolim. Maček lahko gre, spi z mano na postelji ali povsod. Za psa pa hodnik, kuhinja, tam, kjer so ploščice. Nočem, da mi uniči parket. Sedaj bom sicer položila v dnevni sobi PVC-plošče, zato da bo pes lahko tudi v dnevni sobi. Je neke vrste družinski član, mogoče ne tako kot en otrok, to pač ne. Je pa visoko na hierarhični lestvici.

A.: Pri nas ima odrejeno svoje mesto. Se kar naprej kregamo z njim. Ne dela pa tisto, kar bi hotel sam.

Ž.: Midva sva celo parcelo za hišo kupila po izbiri psa. Ko sva hodila gledat različne parcele, sva psa vzela s sabo. Pač verjamem, da psi čutijo posebno energijo, ali je ta pozitivna ali negativna. Na kar nekaj parcelah je bil čist nemiren. Na tej, ko smo sedaj, pa se je ulegel in bil čisto pri miru. Tako sva vedela, da je to to.

Mo.: Ali izkušnja iz otroštva vpliva na vaš sedanji odnos, ki ga imate s kosmatinci? Na kakšen način?

P.: Na moj odnos vpliva to, da ga nisem smela imet. Sedaj jih končno imam.

J.: Pri nas smo imeli pudla, pa je bil isto družinski član.

Ž.: Ko sem bila stara sedem let, smo imeli drugačen odnos do psov, dejansko so sedaj psi vedno z nami, si ne predstavljam, da ga ne bi več imela. Sedaj so štirje. Štirje so mal preveč. V osnovi sem imela dve psice. Potem je prišel tretji od dedka in babi, ker je babi dementna. Tako je tretji prišel. Potem je pa še četrti prišel, ker ga v zavetišču niso mogli oddat, ker je nekoliko poseben karakter. Ko je labradorka lansko leto poginila, smo potem šli po novo psičko. Zato so sedaj štirje.

Mo.: O, zanimiva zgodba. Dobri ste, da imate štiri kužke.

An.: Psi se naučijo eden od drugega grozne zadeve. Mladi psi se od ta starih naučijo same bedasnoče. Najhuje je, ko ti ta mladi ta starga pokvarijo.

T.: Pri nas je celo maček naučil psa odpirat vrata.

P.: Res je. Ta stari psi učijo mlade same bedarije.

Ž.: Veš, kaj imaš s ta starimi. Sedaj vidim, kako je ta stara razvajena. Vseskozi hodi za mano in hoče priboljške. Je vedno poleg žepa in jo moram skoz fotrat. Te rukne v roko, če ni bilo priboljška. Hoče priboljšek za vsako figo. Prej ni več dobivala priboljške na sprehodu. Sedaj pa vedno bolj.

An.: Potem pa nimaš zrihtanga psa.

Ž.: Ne, ne. Jest mam zrihtane ta mlade pse. Se nista naučila bedarij od ta stare psice.

Mo.: Če pomislite na vaš odnos s hišnim ljubljencem, ali ta vpliva na vaše nakupne navade in odločitve, ko gre za nakupe, povezane z njimi? Če da, na kakšen način?

Ž.: Pri nas je tako. Na začetku meseca, ko pride plača, najprej kupimo vse za živali, potem pa, kar ostane, pa še zase.

A.: Pa ko ostaneš brez službe, napolniš najprej dve omari hrane za psa, pa za mačke, potem pa šele zase.

Mo.: Kako pa je to pri vas?

L.: Isto, najprej nakupimo za živali. Gleda se na to, da se nabavi kvalitetna hrana. Nabavi se, ko je zadosti denarja. Marsikdo gleda skozi denar, mi pa ne gledamo. Najprej naročimo kar po internetu, ker je ceneje, potem pa pač plačamo. Ko pride račun. To je pa to.

P.: Res stremimo k temu, da kupimo kvalitetno hrano. Ampak to ni pedigree. Poudarek je na tem, da je kvalitetna. Gledam na kvaliteto hrane tudi pri sebi, ampak celo bolj za svoje živali. Eko, bio pa za sebe ne kupujemo.

A.: Če kupiš nekvalitetno hrano, potem to pomeni, da kupiš whiskas ali pa pedigree. Pedigree ima samo žito notri. Jaz hranim surovo hrano.

Ž.: Kupujemo surovo hrano, kot je nature's best. Ta mala dva psa jesta to hrano že od majhnega. Starejša psica je bila malo debela, zato smo jo dali na to dieto royal canin, ta control varianta. Sem ji to začela dajat in je zelo dobro shujšala, vse se je dobro izšlo. Ona je sedaj na royal caninu oziroma oba ta stara dva sta sedaj na royal caninu. Edini problem je to, da meni Kala ne je vsega. Eden od naših psov ima alergijo, pa avtoimuno bolezen. Zato se ne igram preveč s hrano. Tisto, kar najdem, da je v redu in je kvalitetno, jim kar dajem, da potem ni problemov. Mački so pa tudi vsi na royalu. Na žalost. Pa sem že vse poizkusila, pa se vremo nazaj na royal. Samo to hočejo jest.

An.: Pri nas je isto. Je samo royal.

T.: Jaz pa si za mačka tudi malo izmišljujem. Pa vidim suši cat ali pa kakšne konzervice z ribicami. Zelo diši. Rada mu kupujem mesne konzervice. Malo menjam te konzervice. Jih ima zelo rad, potem pa zbiram različne okuse. Na enih konzervicah piše tudi za prehrano ljudi, četudi temu ni namenjeno.

A.: Čeprav je tako, da se mačke rade naveličajo.

Ž.: Pri nas edin, kar gre pri mačkah, je trapasti royal. Pri nas se ga mačke ne naveličajo.

A.: Najboljši priboljšek za mačke je poli salama.

A.: To pa res. Že na daleč jo vohajo.

Ž.: Nori na Poli.

T.: Pri psu imamo brikete. Včasih pa dobi kako konzervico. Maček pa itak, on si zunaj ne lovi.

A.: Zadnjič sem govorila z žensko, ki je veganka, tudi zagovarja, da so njeni mački vegani. Potem smo nekako prišli do tega, da ima v bistvu štiri muce, tudi veganke, ampak so zunanje. Ne vem, kaj ona misli, da njene mačke zunaj ne lovijo miši. Verjetno nadoknadijo pomanjkanje mesa. Potem pa naj kar futra vegansko.

An.: Pa saj mačke prinesejo pokazat, kaj so ulovile.

Ž.: Tisti trije, ki pri nas hodijo ven, vseskozi nosijo svoje ulovljene trofeje.

Mo.: Koliko finančnih sredstev v povprečju mesečno porabite za hišne ljubljence? Tako za hrano, opremo, zdravila, veterinar. Recimo za vse hišne ljubljence.

An.: Blizu 100 € na mesec.

A.: Premalo si rekel. Mene so prisilili, da imam toliko živali, mačke so me prisilile. Mislim, da je premalo. Največ porabimo za hrano.

P.: Midva v povprečju 200 €.

Ž.: Midva imava za najine v povprečju za vse skupaj 250 €. Kakšen mesec malo več, kakšen mesec malo manj.

J.: Celu 2.000 € na leto. Pa sej se sam odločiš, da boš imel toliko živali.

Ž.: Ja, prav gotovo. Po moje najmanj 2.000 € na leto. Garant.

T.: Sedaj, ko sem začela razmišljat, od igračk, pa nove ovratnice, pa posteljice. Blizu 100 € je redni mesečni strošek. Ni pa to povprečje, 2.000 € na leto, najmanj. Zadnjič sem kupila krtačo za 60 €.

Ž.: Pri nas posteljic ne kupujemo tako na novo.
Al.: Če bi tako na pamet rekel, tud blizu 100 € na mesec.
Ž.: Za cepljenje je sedaj malo lažje, ker je steklina sedaj na tri leta.
T.: Ja, to je sedaj kar ok.
Ž.: Ovratnice pa to, so sedaj kar v redu. Scalibor zdrži tam od 6 do 8 mesecev. Jih imava skoraj celo sezono, če jih ne zgrizejo.
A.: Potem pa kupujemo igračke, pa nove posteljice. Joj, če je kakšna lepa ovratnica. To kar moram kupit.
T.: Kako zelo koristna je tale debata. Vsaj malo razmišljamo, koliko res damo.
Ž.: Pa saj to vemo. Saj se sam odločiš, da boš imel toliko in toliko živali. Saj se zavedaš tega.
A.: Jaz se nisem. Mene so v to prisilili.
Ž.: Ne, teoretično si se. Se pač nisi mogla odreči. Si se dovolila prisilit.
Mo.: Za kaj pa dajete največ? Tako po deležih?
L.: Največ dajemo za hrano. To je konstanten strošek.
P.: V bistvu ostalih stvari ne kupuješ skozi.
L.: Hrano po moraš v bistvu.
An.: Ja, tako, največ damo za hrano.
J.: Delež za hrano je tam od 70 do 80 %. Drugih stvari ne kupuješ toliko.
A.: Drugih stvari ne kupuješ toliko, mislim oprema in podobno.
Al.: Če psa prijavljaš na razstave, pride pa že pol mesečnega dohodka. Pa reševalske preizkušnje. To je kar drago.
T.: Pa to narediš nekajkrat. Samo rabiš tudi opremo in obleko zase. Tudi to stane.
Ž.: To pa ni strošek živali. To je pa tvoj strošek.
T.: Ja, imaš prav, to je moj strošek.
Mo.: Kakšno vlogo ima pri teh nakupnih odločitvah cena? Kako pozorni oziroma občutljivi ste na ceno?
L.: Meni je pomembno to razmerje med kvaliteto in ceno.
P.: V današnjih časih se da najti kvaliteto mnogo ceneje. V trgovini dobiš po eni ceni, na internetu pa dobiš mnogo ceneje. Če želiš nahraniti vse te živali, potem moraš naročiti preko spleta. Naročamo preko strani Zoohit.com. Tukaj dobiš kvalitetno hrano za normalen denar. Na Zoohitu imaš tudi vedno neke akcije.
Al.: Tam tudi royal canin dobiš ugodno.
A.: Royal canin je zelo drag. Sedaj je malo cenejši, ker so ga na Mimovrste ustavili. Preko Mimovrste.com se ga da dobiti zelo ugodno.
Ž.: Mora biti kvalitetno, ker to hočemo. Potem pa poiščeš, da je po najugodnejši ceni.
An.: Mora pa biti kvalitetno. Če ne hraniš kvalitetne hrane, boš pa veterinarja plačal.
Mo.: Kako vam je pri veterinarskih storitvah pomembna cena?
A.: Pri veterinarju gledaš na znanje in na izkušnje. Tam še najmanj gledaš na ceno.
Ž.: Cene pri veterinarjih so podobne.
T.: Ne, niso ravno, ker imaš razlike s samo izvedbo/storitvijo.

A.: Psa nikakor ne bom peljala k veterinarju na operacijo, če nima anesteziista in samo nekaj dela.

T.: Se strinjam, jaz psa tudi ne peljem k takšnemu veterinarju. Kirurg mi ni toliko pomemben kot anesteziist.

Ž.: Kirurg je kljub temu pomemben.

T.: Saj ne pravim, da ni, samo anesteziist ima ključno vlogo. Kaj pomaga, če kirurg dobro dela, pa nihče ne kontrolira bolečine ali pa sploh ne vedo, da je zaspal.

A.: Ja, tega ne potrebujemo.

Mo.: Torej, če prav razumem, živali ne boste peljali na operacijo k veterinarju, ki nima anesteziista, četudi bi bila storitev cenejša?

An: Tako je, ne bova. Bova vzela pa kredit.

A: Če bi šparal pri veterinarskih storitvah? Ne.

Mo.: Bi lahko izpostavili, pri katerih izdelkih ali storitvah ste bolj ali manj občutljivi na ceno?

T.: Hrana in veterina sigurno manj občutljiva.

L.: Pri hrani in veterini smo še najmanj občutljivi na ceno.

Ž. in T.: Oprema, pa smo bolj občutljivi.

A.: Čeprav, če je lepa ovratnica, tudi ne gledaš na ceno. Jo pač kupiš.

T.: Problem pri teh ovratnicah je, da jo potem kot nalašč ne uporabljaš in še vedno uporabljaš tisto, ki je najbolj praktična.

Ž.: Jaz imam sedaj fetiš na ovratnice. Kala ima ene 20 različnih. Ta mau je pa na oprtnicah. In oprtnica je neprimerno dražja kot ovratnice. Zato imam samo eno oprtnico. Sedaj bom to znucala do konca. Potem pa novo. Mora biti pa po meri narejena. Po meri pa mora biti narejena, zato ker imam čudno obliko psa. Nič drugega ne paše na njega. Kar koli dam na njega in je kupljeno v trgovini, je katastrofa.

P.: Prav gotovo, pri opremi si sicer bolj občutljiv na ceno.

J.: Kadar pa gre za zdravje in hrano, pa v bistvu ni šparanja.

T.: Ja, itak. Igrače sedaj čim več sama naredim. Sem ugotovila, da so mu te doma narejene bistveno bolj všeč. Jih ima še najraje.

Al.: Podobno, pripomočki čim ceneje, pri opremi, konkretno oprtnicah, pa ne gledam na ceno. Oprtnica mora biti kvalitetna, da psu ne nalegajo na sklepe, ker si narediš škodo. Hrana je pa tudi zelo pomembna, če dobiš kvalitetno hrano čim ceneje, je to zelo dobro.

Ž.: Saj ni sedaj tako, da bi kupil najcenejšo opremo, vendar vseeno malo pogledaš na ceno.

Mo.: Kako bi opisali vlogo čustev in razuma, ko gre za nakupne odločitve v zvezi z vašimi hišnimi ljubljenci? Ali vas pri odločitvah vodijo čustva ali se odločate razumsko? Pri katerih izdelkih ali storitvah? Kaj menite, zakaj?

An.: Odvisno, kolk denarja imaš na računu.

Al.: Ko maš več denarja, delaš po čustvih, ko ga imaš manj, pa bolj razumsko.

Ž.: Treba je pa povedat, da za hrano vedno imaš. Tisto kvalitetno.

An.: Imaš. Samo je tako, da enkrat kupiš en žakelj, enkrat pa tri.

A.: Pri hrani in veterinarju si čustven, pri ostalih, kot so igrače, priboljški, pa razumski, če nimaš denarja, a potem pač ne boš.

Ž.: Potem, ko vse kupiš, se pa spomniš, da moraš še avto peljat tankat.

L.: Še posebej, če je to na koncu meseca, ko ti gre že na tesno.

Mo.: Kakšno vlogo imajo razum in čustva, ko se odločate za nakup veterinarskih zdravil za odpravo bolh in klopov?

A.: Pri zdravilih ni čustev, čim bolj delujejoče.

An.: To je čisto enostavno. Ko se klopi začnejo, pa ne hodimo več v gmajno. To je to.

A.: Psa zapremo v hišo. Hodimo ven, v gmajno z visoko travo pa ne hodimo.

Ž.: Klopa lahko dobiš tudi na travi, ne rabiš hodit v gmajno.

T.: Pri nas ga dobi, če ga spustim samo na vrt. Pa ni nikjer nobenega travnika med vrstnimi hišami. So mi psi dobivali klope na vrtu.

A.: Saj so povsod, samo malo moraš zmanjšat tveganje.

Mo.: Vam je cena pomembna, ko se odločata za ta zdravila?

A.: Ne, veš, da tukaj enostavno jih moraš zaščitit.

J.: Midva sva na ovratnicah, ker je cenovno najbolj ekonomično.

Ž.: Kupujem Scalibor. Cena je 27 €. 35 € je pa Foresto ovratnica. Zaradi tega dajem Scalibor. Pri več psih se potem to že kar pozna. Ne bi pa šla v na primer Müllerja kupit kr neki.

A.: Točno tako.

Ž.: Vzela sem Scalibor, ker vem, da funkcionira. Obe varianti sem probala, Scalibor in Foresto. Obe zdržita. Kupim pa tisto, kar je najbolj ugodno. Edino pri mačkah sem hotela kupit Frontline Combo, vendar ga niso imeli, pa so mi potem dali Fypryst zelo dobro funkcionira. Je cenejši, deluje pa tudi čisto enako. Tisti mački, ki hodijo ven, so imeli Fypryst, pa niso imel nobenega klopa. Mačkam ga dam na en mesec.

P.: Tisto, kar daš za vrat, ne gre v živčni sistem.

Al.: Jaz tudi uporabljam ampule.

A.: Pri nas za psa tudi uporabljamo Scalibor za psa. Pri mačkah pa po potrebi.

P.: Pri nas se odločamo glede na uporabnost. Pri nas že dolgo uporabljamo Frontline Combo.

L.: Poznamo veterinarjo, ki ga nam svetuje, zato ga uporabljamo, odkar je na trgu.

T.: Sedaj kar uporabljam Fypryst Combo in Milprazon, da odpravljam zunanje in notranje parazite. Milprazon je v bistvu Milbemax. Milprazon sem dala mačku, ker mi je prinesel trakuljo. Čeprav nisem našla bolh na mačku, je pa imel trakuljo.

Mo.: Kako pomembno se vam zdi zdraviti hišne ljubljence zaradi zunanjih zajedavcev?

P.: Najbolj.

L.: Komad (izraz za zelo, zelo).

An.: Zelo.

A.: Zelo.

T.: Zelo.

Ž.: Tudi zelo.

J.: Ful.

An.: Meni je bolj pomembno, da zaščitim žival kot sebe. Sebe v bistvu ne.

A.: Pri sebi vsi šparamo. Saj pravijo, da če klopa v 24 urah ven potegneš, da potem ni hudo.

Al.: Jaz mislim, da se mene klopi itak izogibajo.

Mo.: Kako bi ocenili svoje znanje o klopavosti in bolhavosti ter njunem zdravljenju?

L.: Mislim, da o tem kar nekaj vem.

P.: Se strinjam.

A.: Relativno dobro. Se pa zmeraj lahko kaj novega naučiš. Nikoli ne veš vsega.

Ž.: Delam na Društvu za zaščito žival. Tja dobimo muce iz ceste. Vsi vemo, da so lahko polne bolh in z glistami. Tam imamo nove živali najprej 14 dni v karanteni. Poleg tega naredimo celoten protokol, naprej pasta za zajedavce, tablete, pa kopanje. Tudi vseskozi se preoblačimo. Da nisem nikoli v stiku z istimi oblekami. Še nikoli ni nobena od teh zavetiščnih živali prinesla kakšne zajedavce, na primer bolhe ali pa gliste, na moje živali. Svoje živali pa tudi redno razglistavam.

Mo.: Kako pogosto zdravite vaše živali pred zunanjimi zajedavci?

J.: Midva imava ovratnice, ki držijo celo sezono, 6 do 8 mesecev. Edino, če ovratnice pes ne zgrize. Ovratnice tudi sproti snemava in dava zjutraj nazaj gor.

Ž.: Mačke itak večkrat zaščitim, navadno na 6 tednov.

T.: Pri nas ni ovratnic, imam kar ampule. Ideja je, da psa in mačko zaščitim enkrat mesečno, se zgodi, da pozabim. Med sezono večkrat kot 3-krat. Na en do dva meseca prav gotovo. Sem panična zaradi hčerke. Fino bi bilo, če bi na en mesec.

Mo.: Kako pa ostali? Dajete zdravila med sezono ali tekom celega leta?

P.: Kar čez celo let. Zadnjič dam novembra, prvič potem pa marca.

L.: Vmes pa en štok česna na dan ... šala, šala.

Al.: To sploh ni neumno. Jaz skoz to prakticiram, kar ostane česna, dam kar psu.

Mo.: Kako pa proti bolham?

A.: Zaščitimo prot klopom in bolham. To je itak isto.

Ž.: Nobena zadeva ni 100% prot klopom. Moraš psa tudi redno pregledovat. Je pa res, da če imaš zaščito, klop crkne, če se prime.

T.: Za klope, navkljub zaščiti, vedno pogledam.

P.: Ja, seveda.

L.: Itak.

L.: Sam sem hotel uporabljat ovratnice, samo so mi smrdele.

T.: Jaz ne maram ovratnic tudi zaradi tega, ker imam občutek, da če je več živali, si bodo ovratnico med seboj grizle.

J.: Pa to se drugače ne dogaja.

Ž.: Ja, to se ne dogaja.

Ž.: Jaz dam zvečer ovratnico dol, zjutraj pa nazaj gor. Tudi pri Zali, pa pri Zili sem ovratnico dajala dol, ko smo se šli kopat v potok. Tudi če smo šli okrog Bohinjskega jezera, smo dali ovratnico dol, so se kopale, pa ni nobena dobila klopa. Funkcionira isto.

P.: Ovratnice so mi tudi preglomazne za majhne pse. Pri 12-kg psu tisti Foresto izgleda res glomazno. Za ta veliko psico sicer imam Foresto, je v redu, za ta male dve pa kar ampule.

An.: Itak pa je potrebno psa redno pregledovat.

Ž.: Jaz jih vseskozi čoham na kavču, pa potem vidim, ali imajo kakšne klope.

A.: Ovratnica mačke tudi oguli, zato ne maram pri mačku ovratnice.

Mo.: Se spomnite, kdaj ste nazadnje zdravili vaše živali pred klopi? In kdaj pred bolhami?

Ž.: Jaz imam navadno označeno na koledarju, kdaj jim dam ovratnico in kdaj dam mačkam Fypryst proti klopom ali Strongholdl proti glistam.

P.: Jaz imam tudi označeno na koledarju.

A.: Ja, imamo nalepke.

T.: Jaz si tudi nalepim, kdaj moram, ker se drugače ne spomnim.

Mo.: Kdaj pa ste nazadnje dali?

A.: Tukaj je potrebno ločiti ampule ali pa tablete.

Ž.: Ovratnice so itak za celo sezono. Ko enkrat daš, je pokrita cela sezona. Res držijo.

J.: Midva sva dala ovratnice aprila. Fypryst mačkam pa slab mesec nazaj. Dajemo, ko se začne sezona. Stronghold za te notranje mačke sva dala, mislim da januarja. Kar pomeni, da bo potrebno čez dva ali tri mesece ponoviti.

A.: Mislim, da smo dali aprila.

Al.: Pri nas pred mesecem in pol.

L.: Dajemo, ko se pojavi nevarnost za klope.

P.: Dali smo dober mesec nazaj.

Mo.: Ali zdravite na primer bolhavost tudi v zimskem obdobju?

A.: Ne. Dajemo, ko se začne sezona. Ne celo leto, ker je vseeno toliko kemije. Čim manj, tem bolje. Bolh pa na srečo še nismo imeli.

L.: Ko se začne sezona klopov, čim manj, tem bolje.

P.: Ja, čim manj kemije.

J.: Bolh do sedaj na srečo še nismo fasal.

An.: Pri zaščiti misliš na bolezni. Od bolh ne bo umrl, od klopa pa lahko. Ne samo pes, tudi človek.

Mo.: Če vas prav razumem, večkrat zaščitite psa pred klopi kot pred bolhami?

A.: Absolutno.

Ž.: S tem, da ovratnica funkcionira tako proti klopom kot proti bolham.

T.: V mislih imaš klope in bolezni.

Ž.: Na gliste sem tudi občutljiva, zato redno dajem tablete, vsaj mačkam. Starejših psov ne razglistujem tako pogosto. Dvakrat na leto, ker vem, da ne jesta tako veliko stvari. Mlada psa pa redno razglistujem. Ta mala dva jesta travo, pa kakce, pa pijeta iz luž ... vse živo. So pravi packi.

T.: Odkar je maček postal zunanji, sem občutljiva na vse in potem daš vse hkrati. Pozimi redno zaščitim živali, odkar imam majhno punčko.

Mo.: Kje običajno iščete ali dobite informacije o zdravilih ali izdelkih za odpravo zunanjih zajedavcev?

An.: Po navadi kar od prijateljev. Ne googlam preveč, je preveč nasprotujočih si informacij.

A.: Tudi na forumih za živali.

T.: Vedno preberem navodilo, ki je del zdravila.

Ž.: Pogovoriš se s tistimi, ki jim zaupaš in jih poznaš. Če je pa kaj novega, pa vprašaš veterinarja.

J.: Včasih tudi kaj pogooglam. Navadno pa kar prijatelji ali kolegi.

L.: Iz glave, iz izkušenj. Se predolgo že ukvarjam s psi, zato so izkušnje tisto ta glavno.

Ž.: Se spomnim, pred leti je bilo eno zdravilo, ko so bili vsi ekcemasti, pa so dobivali neke živčne napade.

Mo.: Se spomnite, koliko časa ste porabili za iskanje informacij, ko ste se prvič srečali s tem problemom?

A.: Veliko. Na začetku kar veliko, ker je preveč informacij. Ne veš, kateri bi verjel.

Ž.: Ja, se strinjam. Vsakič, ko pride nov izdelek, je veliko iskanja.

J.: Dokler ni bilo Scaliborja, ko so bile samo ampule, smo uporabili kar veliko časa.

Ž.: Ja, si kar diplomiral. Sedaj pa že nekaj let dajemo isto.

P.: To je 15 let nazaj. Se dobro ne spomnim. 15 let nazaj tudi ni bilo interneta. Bolj si se zanesel na veterinarja. Tudi ni bilo takšne izbire. Samo ampule.

T.: Ja takrat si imel samo Frontline in Advantix in to je bilo to.

An.: Včasih smo veterinarju več zaupali kakor danes. Ker če je nekaj rekel, si to naredil. Sedaj greš preverit.

Ž.: Saj to je normalno. To narediš tudi pri svojem zdravniku. Kolikokrat pomisliš pri svojem zdravniku, da bi šel še po drugo mnenje. Kot družba smo prišli tako daleč, da nobenemu ne zaupaš več 100%. Prevečkrat se je že zgodilo, da so bili ljudje pokvarjeni.

T.: Po moje je tem novim lastnikom, ki se prej še niso s tem ukvarjal, sedaj težje iskati te številne informacije. Ker imajo veliko večjo ponudbo teh izdelkov. Včasih je bilo nekaj produktov in je bilo to to.

L.: Takrat so še Biokill promoviral.

Al.: Jaz sem dolgo časa psico kar z Biokilom šprical. Predno sva šla v gozd ali na trening, sem ji noge pa trebuh pošprical.

Ž.: Pri reševalcih še vedno. Kadar gremo iskat, psu noge in trebuh našpricam. Jaz imam sedaj kratkodlakega psa, tako da to ni problema. Itak ga po treningu stuširam.

T.: Jaz sem tudi že to naredila. Ampula, na treningu pa sem psa še dodatno našpricala. Permetrin je, pa mal odganja.

Mo.: Ali pri rednih nakupih zdravil za odpravo zajedavcev še vedno iščete kakšne informacije? Če da, koliko časa namenite iskanju?

A.: Ne, to je sedaj mimogrede.

L.: Ja se strinjam. Če rabim kakšne nove informacije, poslušam kolege. Po navadi kdo pove, če je kaj novega izvedel. Uporabljaš tisto, kar je preizkušeno, če pa spotoma kaj pametnega izveš, pa pač izveš. Se ne usedem dol in iščem na primer na internetu.

An.: Uporabljaš, kar je preizkušeno. Če kaj potrebuješ, dobiš od kolega. Če bi bila pa kakšna alergijska reakcija, potem pa bi zagotovo več iskal.

J.: Ali pa če bi nehala delovat, potem bi iskal kakšne nove informacije.

Ž.: Pri nas že nekaj let uporabljamo isto. V bistvu ne iščemo. Za enkrat smo zadovoljni.

Al.: Pri meni je to sedaj rutina.

Mo.: Kaj bi dejali, kje vse lahko skrbnik hišnega ljubljence pridobi informacije o zdravilih za odpravo zunanjih zajedavcev?

A.: Ta prvi stik je prav gotovo veterinar.

An.: Pa prijatelji.

P.: Ostali skrbniki

J.: Stric Google.

T.: Na sprehodih, v pasjih šolah, mala šola. Mene vedno vprašajo, kaj priporočam.

Ž.: Društva za zaščito živali. Ko oddamo psa ali mačka, vedno podamo tudi natančna navodila za oskrbo. Kako je bila žival do sedaj in kako naprej.

Mo.: A v lekarni tudi kupujeta ta zdravila?

Vsi: Ne.

A.: Ne kupujem v lekarni. Za moja starša pa vem, da kupujeta v lekarni, ker jima je bližja.

J.: Jaz sploh v lekarno ne hodim kaj dosti.

Ž.: Jaz hodim. Ampak tega pa res ne bi nikoli kupila v lekarni. Pa ne vem, zakaj ne.

Mo.: Kako ocenjujete verodostojnost informacij, ki jih dobite od stroke, to je od veterinarjev in farmacevtov? Kaj pa verodostojnost osebnih virov informacij, kot so prijatelji, znanci in sorodniki?

L.: Prijatelji so bolj verodostojni.

A.: Svojemu veterinarju tudi zaupaš.

J.: Farmaciji, pa brez zamere, nič ne zaupamo.

Al.: Farmacija ti hoče samo prodat.

P.: Imamo srečo, ker imamo prijateljico veterinariko. Drugače pa veliko bolj zaupam prijateljem.

Mo.: Kje ste poiskali ali dobili informacije za vaš čisto zadnji nakup tovrstnih zdravil?

Ž.: Isto kupujemo že nekaj let.

A.: Scalibor uporabljamo. Smo ga našli na spletu, na forumu in prijatelji so potrdili.

J.: Jaz pa, če čisto po pravici povem, kako sem prišel do Scaliborja. Scalibor mi je všeč zaradi njihovega znaka na embalaži. Mislim resno, brez heca.

Ž.: Pes sedi na prestolu in ima krono na glavi.

An.: Načeloma kupujemo pri veterinarju. (Vsi se strinjajo s to trditvijo.)

Mo.: Ali spremljate cene storitev med različnimi veterinarskimi ambulantami?

Ž.: Niti ne, če se razlikuje za tisti evro. Pa da bi se zaradi tega peljala na drugi konec Slovenije, to ravno ne.

P.: Imamo prijateljico veterinariko, ki nas oskrbi.

Mo.: Katero farmacevtsko obliko ste do sedaj že preizkusili?

Ž.: Preizkusil smo vse. Tudi ampule in spreje, pa ne delajo. Tablet še nismo preizkusili.

An.: Tudi Foresto smo probal, pa se ni obnesel. Tablete še nismo preizkusili.

A.: Preizkusili smo ampule. Tudi take naravne, pa na žalost ne delajo. Sem miksala citronko, sivko in podobno. To nič ne pomaga.

J.: Midva sva tudi preizkusila naravne ampule in razpršilo, pa to ne deluje. Na žalost. Samo diši in to je to.

Al.: Jaz sem imel obsedenost, da sem sadil rastline, ki odganjajo, pa ni pomagalo. Na koncu pa je bilo vsaj lepo.

L.: Mi smo skozi na Frontlinu, ena od psic pa ima sedaj Foresto.

A.: Preizkusili smo tudi ultrazvočni odganjalec – obesek, eno leto je neverjetno delovalo, drugo leto pa so imele ene druge. S tistimi pa ni bilo nič.

Mo.: Če sem vas prav razumela. Imate svoje oblike, na katere prisegate? Zakaj? Kje vidite te razlike?

A., Ž., T.: Ker delujejo.

Ž.: Meni osebno so ovratnice bolj praktične, ker dlje časa delujejo. Daš enkrat gor in ni potrebno več razmišljat, da daš vsak mesec eno ampulo gor. Zato imajo vsi enostavno ovratnice in je pač stvar rešena.

J.: Pri ampulah je bilo tako da, ko so bili psi v vodi, niso več delovale. Sem imel labradorko, ki je bila skozi v vodi in tista ampula ni več delovala. Da pa moraš dati na primer na vsake dva tedna ampulo, si pa bogataš. Naši psi pač plavajo. Poleti zelo veliko.

A.: Ovratnice delujejo dlje časa. Verjamem, da se bolj počasi spuščajo strupi. Pri ampulah pa jih vsake tri tedne zaliješ s kemijo.

T.: Meni se zdijo ampule dosti bolj varne, ker se nanos posuši. Meni je pomembno, da mi otrok lahko boža psa. Bi me motilo, če bi hčerka božala psa z ovratnico.

Al.: Včasih je taka sezona, da imaš občutek, da itak nič ne deluje, da vseskozi vlečeš dol klope.

Mo.: Ko se odločate za nakup zdravila za zdravljenje bolhavosti in klopavosti, kaj vam je pomembno?

Ž.: Najprej učinkovitost.

T.: Da deluje.

A.: Da deluje.

Al.: Da deluje s čim manj kemije.

A.: Da deluje s čim manj stranskih učinkov.

J.: Da je čim cenej.

Ž.: To pa ne drži.

Ž.: Lahko bi rekli, da je to tretja postavka. Najprej, da deluje, je učinkovit, potem varen, šele potem je cena.

An.: Mora delovati. Ne boš kupil nekaj samo zato, ker je poceni.

Ž.: Ko sva midva začela kupovat Scalibor je bil 15 €. Potem pa so ga skozi dražili. Banda.

J.: Enostavnost – ovratnico ima gor.

A.: Tudi stranski učinki. Moji dve mački sta imeli reakcijo na ampule.

Ž.: Psica je imela po Advantixu zelo grde izpuščaje. Na mestu aplikacije je imela čisto suho kožo. Dlaka se ji je spremenila. Je bila čisto štrnasta. Advantix se mi zdi, da je bil zelo, zelo agresiven.

T.: Jaz priznam, da sem vse to dajala in moram potrkat, da ni bilo nikoli nič. Sem veliko preizkusila: Stronhold, Fypryst...

Ž.: Fypryst sem mi zdi ful dober. Letos sem ga prvič dobila, ker niso imeli Frontlina. Me je navdušil.

Mo.: Ali vam je pomembno, da se zdravljenega psa ali mačka lahko boža?

J.: Meni je tudi zoprno, da je bil pes po ampulah ves masten. Me moti, da ne morem psa počohat.

Ž.: To je tudi odvisno, ali je pes dolgodlak ali kratkodlak. Kratkodlak se hitro vpije, pri dolgodlakem pa imaš lahko na dlaki.

P.: Tudi pri dolgodlakem. Če potegneš ampulo na enem mestu, se vpije direktno v kožo.

Ž.: Ja, ja. Sam se razleze dol po dlaki.

L.: Razlika je tudi, ali daš 40-kg psu ali 10-kg psu. Če ampulo natančno naneseš, potem ni ovir. Nanesem tako, da naredim prečko, potem pa nanesem na več mest.

Ž.: Pri nas pri ovratnicah ni ovir za božanje. Zvečer jih samo damo dol od tistih dveh psov, ki spita v postelji. Psa, ki nista v postelji, jo imata vseskozi gor na sebi.

T.: Meni je pomembno, da se lahko boža.

Mo.: Kaj bi izpostavili kot najpomembnejši dejavnik za odločitev za določeno zdravilo za odpravo klopotov in bolh?

A.: Saj smo že rekli. Delovanje ...

Ž.: Pa, da ima čim manj stranskih učinkov, praktičnost.

Mo.: Ste pri zadnjem nakupu tehtali med več izdelki za odpravo klopotov in bolh? Če da, katerih? Kaj je pretehtalo, da ste izbrali?

A.: Ne tehtamo več. Smo se že odločili. Scalibor že tretje leto.

Ž.: Ne več. Scalibor sedaj uporabljava 4 ali 5 let. Od začetka, ko je prišel v Slovenijo.

T.: Ne več. Od nekdaj imam ampule. Že nekaj let. Že na faksu sem prisegala na ampule in sem ostala na ampulah.

Al.: Sem že dolgo na ampulah, pa za enkrat verjetno bom še naprej.

L.: Pri nas uporabljamo Frontline Combo že 15 let. Praktično skoziroma za mačke pa uporabljamo Stronghold.

P.: Naše mačke so bolj notranje. Jih ne ščitimo pred bolhami in klopi, samo pred notranjimi zajedavci. Na pol leta jih bolj preventivno zaščitimo pred glistami.

Ž.: Pri nas mačke, ki gredo ven, dobivajo Fypryst. Imam tri, ki hodijo ven, ostale so pa notranje. Ker jim ne morem dati tablet proti glistam, jim raje dajem Stronghold. Tablete ne požrejo.

T.: Pri nas maček zelo rad požre Milprazon.

Ž.: To moram potem probat. A ga bo pojedu vsak maček?

Mo.: Ali poznate različna prodajna mesta, kjer lahko kupujete tovrstna zdravila? Kje jih navadno kupite?

Vsi: Kupujemo pri veterinarju.

Ž.: Tako smo navajeni.

A.: Moja starša kupujeta za mačka v lekarni, lekarna je bližje kot veterinar.

An.: Ne kupujemo pa v petshopih. Za živali kupiš pri veterinarju ali pa v specializirani prodajalni.

P.: V petshopih itak nimajo zdravil. Tam imajo tiste naravne. Kar je pa naravno, pa itak ne deluje.

J.: Pa se mi zdi, da imajo v petih še ene bolj strupene snovi. Se spomniš, ko so umiral. Kaj je to že bilo ...

L.: Fino bi bilo, če bi kaj naravnega delovalo, da jih ne zastrupljamo s temi zdravili. Še enkrat več denarja bi dal, če bi delovalo kaj naravnega.

T.: Se strinjam.

A.: Absolutno podpiram.

Al.: Pa ne samo zdravila. Tudi še kaj drugega. Tudi hrana in podobno.

Mo.: Če se spomnite na svoje dosedanje izkušnje, kateri izdelek se je najbolje obnesel? Kaj menite, zakaj?

Ž.: Stavim na to, kar imamo sedaj.

J.: Enako. Za enkrat Scalibor, ker dela.

P.: Mislim, da smo o tem že veliko povedal. Ja, bomo nadaljevali, kar imamo sedaj.

A.: Pri nas tudi Scalibor.

Al.: Jaz pa uporabljam Fypryst Combo in sem zadovoljen.

T.: Rada imam Stronghold, pa rada imam Fypryst. Milprazon pa mi je super za notranje zajedavce, ker pokrije čisto vse.

PRILOGA 3: Zapis fokusne skupine 2

Udeleženeec	Starost v letih	Spol	Povprečni mesečni neto dohodek v €	Gospodinjstvo	Hišni ljubljenci
M.	38	Ž	1.500	Hiša	1 pes
A.	44	M	2.500	Hiša	1 pes
F.	69	M	1.000, upokojenec	Hiša	1 pes
C.	51	Ž	Brez službe	Hiša	1 pes in 2 mačka
Ma.	29	Ž	1.000	Hiša	1 pes in 2 mačka
K.	42	Ž	1.800	Hiša	1 pes in 4 mački

Mo.: Kdaj ste se odločili za hišnega ljubljence, ki ga imate sedaj? Pred koliko časa? Zakaj ste se odločili za hišnega ljubljence? Ste skrbniki katerih pasem? Zakaj ste se odločili za to pasmo?

M.: Julij 2015, ker so prijatelji dobili leglo mešančkov. Jih niso imela kam dati ter so iskali možnosti, kdo bi jih lahko vzel. Tako da smo se mi odločili za enega samčka. To je v bistvu to.

A.: Za psa sem se odločil leta 2014. Za pasmo bauceron sem se odločil, ko sem izpolnjeval vprašalnik na spletni strani pesjanar. Rezultat je bil nemški ovčar, bauceron, doberman, rotweiler. Sem se odločil za baucerona, ker je malo bolj zahtevna pasma. Ima tudi rodovnik. Veliko moraš vložiti truda in to je to.

F.: Marca 2015, zato ker je prejšnji preminil.

Mo.: Pa je sedanji ista pasma, kot prejšnji?

F.: Ista pasma. To je nemški ovčar.

Mo.: Nemški ovčar, vseskozi imate nemške ovčarje?

F.: Ja, ta je sedaj že četrti.

C.: Jaz pa sem se odločila za pasmo dolgodlaki pritlikavi jazbečar leta 2012. Od danes na jutri. Gledala sem oglase za takšne majhne kužke in mi je bil ta najbolj všeč. In smo ga imeli do lanskega avgusta, ko mi je pobegnil in ga je zbil avto. In je bilo potem tako hudo, da smo 14 dni samo jokali, dokler nismo dobili drugega. Imamo sedaj enako pasmo. Drugače pa imamo tudi dve mucii.

Ma.: Približno 8 let nazaj smo dobili mešanko med labradorcem in bernskim planšarskim psom. Našo Aliko. Sedaj imamo pa še nemško ovčarko, staro približno dve leti. Imamo še tudi dve mački.

K.: Pri nas je pa kar pestro. Imamo sicer kar nekaj živali, ker živimo na kmetiji. Imamo tudi 5 mačk in enega psa. Vsi so ali najdenčki, pritepenci. Občasno prihajajo še ene mačke, ki niso naše. Naše imamo vse sterilizirane/kastrirane. Za Srečkota smo se odločili, ker sem si želela enega mačka, ki bi bil tudi veliko v hiši. Mačke, ki jih imamo, si ne želijo biti noter. Mi pa veliko pomeni, da lahko mačka precrkljam. Odločili smo se za azilanta. Kot rečeno, imamo sicer več ljubljencev, najbolj hišni pa je maček Srečko. Imamo pa ga 2 leti. Za pasme pa se nismo odločali. Tudi mi niso všeč te zadeve. Zdi se mi, da je vse preveč vreden denar in veliko premalo živali.

Mo.: Kako bi opisali svoj odnos s psi in mačkami? Kaj vam pomenijo hišni ljubljenci v vašem življenju? Ali menite, da imajo kakšne vloge v vašem življenju?

M.: V veselje mi je, ko pridem domov in je ves vesel. Nikoli nič ne zameri, tako kot recimo ljudje, ki znajo biti surlasti, psi niso. To mi je v zadovoljstvo.

Mo.: Kaj vam pomeni torej ta hišni ljubljenec?

M.: Ja, pomeni mi veliko. Kot eden otrok. V bistvu je otrok.

Mo.: Kakšno vlogo ima v vašem življenju?

M.: Ja, otrok, čist. Ja, včasih pa tudi muhast in trmast. Je družinski član, ga imamo kot družinskega člana in skrbimo za njega, tako kot bi skrbeli za otroka.

K.: Jaz tudi za Srečkota rečem, da je moj četrti otrok. Njemu je sicer vseeno, kaj mu rečem. Ostali se malo namrdujejo. Rečem mu tudi moj zlati fant, tukaj pa od ostalih dobim odgovor, da ni fant ampak ono. Pač Srečko se mora crkljati. On je igrača, s katero se vsi radi stiskamo. Najbolj pa jaz. Ostalim mačkam pa ni toliko do crkljanja. Tudi pes Tom, ki je mešanec med novofundlancem in labradorcem, je zelo prijazen in ogromen pes. Tudi njega je užitek crkljati.

A.: Pri nas podobno, je član družine, s tem, da je še malo za šport. Skupaj gremo v hribe, tečemo.

Mo.: Je vseskozi z vami?

A.: Je drugače v pesjaku, ni v hiši. Drugače pa skozi. Kar smo doma, v sobotah in nedeljah je vseskozi z nami.

M.: Pri nas je v stanovanju. Prosto se giblje, samo ne v vseh prostorih, ne pustimo mu povsod. Ima svoj boks. Ko gremo, ga zapremo v boks. On to čisto lepo sprejme. Je vesel, ko pridemo. Gremo takoj ven.

Mo.: Torej ima nek ritem?

M.: Ja, točno ve. Ima svoj red.

Mo.: Pravite, da je red pomemben?

M.: Ja.

A.: Tako kot pri otrocih. Meje je treba postaviti.

F.: Moj je pa na delovnem mestu čuvaja pa fizioterapevta za mene, za ostale je pa gospodar. Pes ostale rihta, kakor jih hoče.

Mo.: In mu je ta vloga všeč?

F.: O, seveda. Če sam ne dobim za jesti, to ni problem. Pes pa mora dobiti.

Mo.: Če prav razumem, se vidva zelo razumeta?

F.: Kar, kar. Je prostor na vrtu. Nima vstopa v hišo. Do sedaj še ni bil. On je zvesti čuvaj. Sem pa moral ograditi vrt. Prejšnji je bil normalen. Je ležal pred vrati in ni šel nikamor. Ko sem tega pripeljal domov, ga čez 5 minut ni bilo več, smo ga že iskali.

C.: Meni pomeni radost. Res eno tako veselje. V teh štirih letih, odkar sem prvič v življenju imela psa, prej smo imeli samo mačke, sem videla, da je to neverjetna razlika med psi in mačkami. Ta kužek je ljubica moja mičkena. Povsod gre z mano. Otroka mi včasih rečeta, če bi jaz to naredil, ko sem bil majhen, bi že batine dobil. In bi jih. Temu pa sedaj dovolim čisto vse. Prejšnjega kužka sem bolj na trdo, ni smel v določene prostore. Ta gre lahko povsod. Tudi pri nogah mi spi, na postelji. Je razvajen do onemoglosti. Je pa pes neverjetno terapevtska zadeva v smislu, ko se ti v življenju vse živo zgodi. Od izgube ljubih in dragih ljudi, do izgube službe. Neverjetno terapevtsko učinkuje. Gor te drži. Takrat ko bi lahko že malo depresije zganjal, te spravi ven in greš med ljudi. Hvaležen je pa do onemoglosti. Pa tudi če si jezen nanj, je vseeno hvaležen. Pride k tebi in se stisne k tebi. Ja, to je neverjetno. Takrat ko nam je prejšnjega zbil avto, je bilo pri nas doma obsedeno stanje. Vsi smo jokali. Potem v Sloveniji ni bilo legla in smo želeli točno takšnega. Smo ga potem dobili s Slovaške, je slovaškega porekla. Sedaj je naš.

Mo.: Kako sta pa vaši mucki?

C.: Ja, zelo zanimivo. Dva mačka sta. Eden je bel in drugi črn. Beli je bolj umirjen, tudi dovoli, da ga pes malo prevoha, ta črn je pa bolj pasji. Ko pride pes zraven, ga maček že sklofta. Tako mimogrede. Je bilo zanimivo opazovati mačka, ko smo dobili tega drugega kužka. 14 dni smo bili brez psa in maček je čutil, da prejšnjega psa ni več. Je hodil okrog hiše in gledal, gledal, psa pa ni bilo. Potem pa enkrat pride izza vogala in zagleda novega psa. Maček je sedel cca pol minute in ni vedel, ali sedaj vidi prav. Na njegovem pogledu se

je videlo: Pes? Zakaj že? Saj ga ni bilo! Ni mogel verjeti, da je sedaj kar še enkrat pes tukaj. Ja, to je bilo neverjetno. Če bi takrat imela kamero, da bi posnela ... Vkopal se je. Samo gledal je in mu ni bilo nič jasno. In potem je maček prišel in psa skloftal. Sedaj imajo vsi skupaj neko igro. Maček pride, se malo podrgne ob psa in potem gre naprej. Pes pa za njim, ga ovohava. Potem se maček obrne in ga klofne. Načeloma pa se tolerirajo.

Ma.: Alika je bil naš prvi pes. Smo se še malo lovili. Prej smo živeli v bloku in smo imeli premajhno stanovanje za psa. Potem smo dobili še Mico, to je mačka. Je naša knjiga pritožb. Vseskozi se pritožuje. Alika je sedaj zelo bolna. Ima kronično vnetje ušes, pa tudi s kolki ima probleme. Malo je starost, pa tudi požrešna je. Zato ima velikokrat tudi kakšne driske ali je zaprta. Skratka dela z njo ne zmanjka. Potem pa smo dobili tudi nemško ovčarko Lili. Jaz sem namreč nekaj časa živela od doma in sem s seboj imela Ali. Pa še Basta smo vmes dobili. To je črn mačkon. Ta vse pretepe, prav rad izziva pse. Gospod maček ima pri nas tudi svojo sobico, pa ima tudi vikend. On je res car. Tudi pri nas so družinski člani. Sem edinka in so mi kot mlajši bratci ali sestrice. Vsi imamo veliko dela z našimi živalmi. Ni dolgčas doma.

Mo.: Ali imate občutek, da je ta žival nek podaljšek vaše osebnosti? Ali ga vidite kot del sebe? Da na njega prenašate neke svoje navade, da vas dopolnjuje?

F.: V bistvu me ne dopolnjuje, je moje ogledalo. Ko je gospodar siten, je pes siten.

A.: Mene pes zelo pomirja, tudi če sem jaz siten in utrujen. Gremo potem ven z njim in je čisto drugače.

K.: Ja, Srečka – mogoče pa res. Kot rečeno – moj zlati fant.

Mo.: Ali ste kot otrok imeli psa ali mačko? Če da, ali menite, da izkušnje iz otroštva vplivajo na vaš sedanji odnos do hišnega ljubljence? Na kakšen način?

M.: Ne. Imeli smo želve. Jih imam še sedaj.

A.: Mama je nekaj časa imela pudla.

C.: Mi smo imeli mačko.

Ma.: Mi smo imeli mačko, samo en teden.

F.: Pse.

K.: Ja, vedno, pse in mačke.

F.: Ja. Ko sem bil majhen, sem tudi imel dva nemškega ovčarja. In to je bil tisti prijatelj, s katerim si hodil okrog. Vse živo, kar koli si hotel, si se z njim zmenil. Če ti je bilo hudo in težko, si šel k njemu.

C.: Pri meni, kaj pa vem? Muce imam še zmeraj rada. Ampak pes je zakon.

K.: Vedno sem imela veliko mačk. Niso bile sterilizirane in zato sem bila tudi velikokrat zraven, ko so kotile. Mlade mucke so ostajale doma, nikoli jih niso dajali stran na kakšen nehuman način. Doma smo imeli po približno 3-5 mačk in enega psa. Tako kot imamo sedaj. Sigurno to zelo vpliva na moj odnos sedaj do mačk. Z mačkami sem se kot otrok res veliko preigrala.

Mo.: Če pomislite na vaš odnos s hišnim ljubljencem, ali ta vpliva na vaše nakupne navade in odločitve, ko gre za nakupe, povezane z njimi? Če da, na kakšen način?

M.: Pri meni to nima veze z odnosom. Se pač sama odločim. Če mi je do tega, da mu nekaj kupim, potem mu pač kupim, ali pa ne. Pri ceni ne gledam, gledam pa bolj funkcionalno.

Mo.: Kako pa na primer pri hrani?

M.: Pri hrani je pa zelo izbirčen. Imam doma 9 ali 10 vreč hrane, katero noče jesti. Smo z veterinarjem dogovorjeni, da naj je kar domačo hrano. Zelo redko kaj poje. Sedaj sem ene brikete našla, da jih nekaj malega poje. Tukaj malo vztrajamo. Glede te hrane. Ja, kupujem zato, ker hočem, da nekaj začne jesti. Ko jo kupujem, pa mi cena ni pomembna. Bi mu kupila tudi dražjo hrano, samo če bi hotel, pa noče nič. Potem pa mi tam stoji. Je tisto, kar mi jemo. Tudi palačinke poje, vse poje. Tudi tisto, kar ni najbolj zdravo. Meni je rekel veterinar, da naj kar dajem tisto, kar mi jemo, zato ker je presuh. Se mora poredit. Igrače kupujem. Predvsem tiste zvečke. Mogoče različne špagice.

K.: Imam občutek, da pri meni ta odnos ne vpliva bistveno. Ko kupujemo hrano za mačke, več ali manj kupujemo isto, katero prvič natančno preverimo, da je ok. Potem pač kupujemo isto. To kupujemo za vse mačke isto. Za psa velja isto. Edino vmes smo kupovali eno dietno, ki je bila sicer zelo dobra, ampak tudi temu primerno zelo draga.

Ma.: Pri meni je tako. Bom tako rekla. Če grem v trgovino z oblekami, grem lahko ven praznih rok. Če grem pa v trgovino za živali, pa moram vsaj nekaj kupit. Vsaj uhelj od prašiča ali pa kakšne priboljške, če so malo znižani, pa še raje. Ali pa nekaj, nekaj zagotovo. Potem pa še za mačke. Tako da se izogibam trgovin za male živali.

Mo.: Torej prej za kužka kot zase?

Ma.: Ja, na žalost res. Drugače kupujemo najcenejše konzerve, ker bi bilo to predrago.

M.: Ali je to za to, ker imate hotel za pse?

Ma.: Tudi, ker mnogi ne prinesejo s sabo hrane in se potem pritožujejo, če hočem preveč računati.

M.: Menim, da tudi, če je dražja hrana, ni nujno, da je boljša.

Ma.: Res je. Jaz nujno preberem deklaracije.

M.: Jaz sem našemu kupila konzerve 400 g za 2,70 €, kjer je bilo noter res samo meso. Pa jih ni hotel jesti. Potem sem morala stran vreči vse te konzerve. Konzervo sem odprla in potem vrgla stran.

Ma.: Mi kupujemo makarone v Hoferju, pa obreznine jim dajemo za jest.

A.: Jaz imam za hranjenje samo en žakelj, drugače pa je surovo meso z zelenjavo, kar je pač na vrtu. Jaz ga ne želim filat z umetno hrano. Ta pes naj bi živel tudi 16 let in ne želim mu škodovat z drugo hrano. Ne damo pa nobenih prigrizkov. Sploh ne pride v poštev. Tudi če bi ostal kakšen čevapčič, bi ga vrgli stran. Načeloma mu dajem hrano brez soli ali kakršnega koli sladkorja. Dobi tudi dvakrat na teden jajca, pa je tudi skuto ali jogurt. Je tudi makarone in riž. Od umetne hrane pa imam excilor, ki ga kupujem v Bubi.

Mo.: Kako pa gledate na ceno? Vam je pomembna?

A.: Ne, ni mi pomembna. Tudi k sreči nimam problemov z denarjem. Če grem v trgovino za živali, bom nekaj zagotovo kupil. Če bom kupil igračo, kupim takšno miselno, kot didaktično, da bo z njo moral razmišljat. Tudi zaradi šole, ker jim ne smemo kupit kr neki. Ne bom pa mu kar nekaj kupil, da bo to potem ležalo v pesjaku. To je čisto brez veze.

C.: Našemu sem kupila gumasto kuro in je takoj vse zgrizel.

M.: Ja, naš tudi vse zgrize.

C.: Ja, pa veš, kako je lušten, ko mu tista kura tako visi iz gobca.

A.: Jaz pri svojem vidim, da je zelo vesel, če greva skupaj teč. Ena ura teka mu je prava nagrada. To se mi zdi boljše kot vsaka igrača. Jaz vidim, da ga tako motiviram. Ali pa greva v gozd in mu na vrh privežem en hlod in ga potem vleče gor v hrib.

M.: Ja, to se mi zdi dobro.

A.: Ja, res. Je aktiven fizično, malo miselno. Ta hlod mu je igrača, kaj naj mu sedaj kupujem kr neki.

M.: Ja, jaz mu tudi veliko mečem palice.

F.: Jaz sem pa pristaš tradicije. Vsi moji psi so bili na briketih. Tudi ta je na briketih Bosch. Pri ceni ne gledam na hrano. Prejšnji so bili vsi zdravi, ko so jedli Bosch. Sedaj smo pa tudi na istem, Na vsake toliko časa dobi tudi meso. Enkrat na teden dobi kost. Samo kaj pomaga, v dveh urah je že ni več. Igrač nima. V glavnem pa gloda posode za zalivat rože.

C.: Moj je tudi na briketih. Vsake toliko časa mu privoščim kakšno konzervico. Dobi tudi jajček in pa skuto. Privoščim mu tudi kakšno dobro stvar, ko skuham kakšno govejo juhico, jo za nalašč malo solim, skoraj nič. Če je kakšna primerna hrana, kjer ni veliko soli ali popra ali drugih začimb, mu tudi dam malo za poskusit. Tudi surovo meso mu narežem na kocke. Kar pa se tiče igrač. Točno vem, kaj imajo in kje je pri Marjanu (trgovinica veterinarske ambulante Buba). Obupna sem.

Mo.: Torej prej kupite za njega kot zase?

C.: Ja, itak.

Mo.: Torej je ta odnos, ki vas v tem usmerja?

C.: Ja, saj imam občutek, da se to čuti tudi v trgovini. Točno vejo, da smo mal blesavi. Cenovno pa ne gledam, zato ker je najbolj važno, da nima problemov s prebavo in kožo.

A.: Saj, če ne daš za dobro hrano, daš pa za veterinarja.

F.: Ja, res je, vedno nekdo notri prinese.

C.: Eukanube sicer ne kupujem.

M.: Ja, ta je res zelo draga. royal canin je, recimo, tudi zelo drag.

A.: Pa tudi ni nujno, da je dobro. Moj je imel tudi drisko po njemu.

M.: Royal canin res nisem še kupila, to res ne. hills, to pa sem že kupovala.

Mo.: Kako pa za mucke?

C.: Ravno tako. Grem k veterinarju pa kupim hrano. Vzamem eno vrečo za psa in eno za mačke in to je to.

Mo.: Ali imate kdaj, ko kupujete za kužke ali mucke, občutek, da ste kupili tudi malo za sebe?

M.: Ja. Moja hčerka. Ona je takšna. Kupujemo mu svetleče in bleščeče ovratnice. Pa mu kupujemo copatke. Skratka skoz neke dodatke.

Ma.: Itak. Prej za njih kot zase.

C.: Ja, itak. Jaz sem bolj vesela. On pa sploh ne ve, kaj ima. Njemu je vseeno.

A.: Jaz sem dal delat ovratnico po naročilu. Na Bled. Da ima netke.

C.: Da je takšna, za deca.

A.: Tako je, za deca.

F.: Jaz sem bil na primer v šoli zelo proti ovratnici na zateg. Sem kar pri sebi pomislil, da jo imam gor. Neprijeten občutek.

M.: Naš je imel tudi pravo božično ovratnico, je bil kot božiček. Luškan.

Mo.: Koliko finančnih sredstev v povprečju mesečno porabite za hišne ljubljence? Kako bi ocenili, kje največ? Ali če razmislite o neki letni vsoti, če bo tako lažje?

A.: Osebno porabim nekje 1500 € na leto. To je cepljenje, hrana, kakšni priboljški, šolanje pa to.

M.: Čakaj. Računaj, da vsak mesec daš za hrano. To je ...

A.: 50 €.

C.: Jaz dam manj. Na mesec za hrano 15 €, ker ima samo trikilogramski žakelj, pa je dosti za cel mesec.

M.: No, da izračunam. Cepljenje smo imeli. Vsako cepljenje je bilo 30 €. Bilo jih je 4, to je 120 €. Potem sem dala naknadno še 100 €, ker smo imeli zdravnika, pa vsak mesec damo za hrano, recimo 50 €. Pa šola je 200 €. Še vsak mesec ampule proti zajedavcem je to še dodatnih 10 €. Pa ovratnice in oprema pa posteljice. Lahko rečem, da skoraj 2000 €.

F.: Ja, se kar strinjam.

M.: Pa še bencin, ker se dvakrat na teden 14 km vozim v šolo z njim.

C.: Jaz 2000 € sigurno ne porabim. 1000 € na leto pa bi rekla, da kar.

K.: Pri nas imamo res veliko živali. V bistvu niti ne vem, koliko porabimo. Hrano kupujemo, ko se zaloga zmanjšuje. V bistvu je glavni strošek hrana. Kupujem samo hrano in pa zdravila za bolhe in klope, mislim, da Fypryst.

Ma.: Pri meni so stroški tako relativni. Včasih kakšne stvari dobim. Pri Aliko so kar veliki stroški že za zdravila, ker ima kronično vnetje.

Mo.: Največ daste pa za ...

A.: Hrano, pri nas na mesec, tri tedne in poje cel ta velik žakelj.

M.: Isto za hrano, to je konstanten strošek. Za šolanje smo samo enkrat plačali.

A.: Za 15-kilogramski žakelj dam 50 €.

F.: Jaz 30 do 40 € za 15-kilogramski žakelj. Bosch je mal cenejši.

K.: Ja, za hrano. Drugih omembe vrednih stroškov z živalmi nimam.

C.: Če pa gremo k veterinarju, tam pa pač plačaš, kolikor je pač treba.

M.: Ja, tako je, tukaj sploh ni vprašanje.

Ma.: Saj za ušesa prodajajo tudi v lekarni.

A.: Jaz tudi kupim v lekarni, linex mu kupim. Za prebavo.

M.: Ja, jaz isto, daš 11 € in to je to.

C.: A imajo velikokrat drisko?

M.: Ja, pri meni ima. Bruhanje in driska. Sedaj se je že malo umirilo.

A.: Moj ima to že po mami.

C.: Jaz k sreči nimam nobenih problemov.

C.: Kako ga pa hranite?

A.: Ob pol petih zjutraj in ob pol petih popoldan.

M.: Jaz moram svojega hraniti 3-krat na dan. Po naročilu veterinarja.

C.: Pa daj, poskusi to, kar ti je Brane rekel.

M.: Da ga čisto pustim lačnega?

C.: Ja, pusti ga lačnega tri dni. Četrty dan bo jedel. Sem 100%. Boš imela red. In daj mu hrano popoldan, ko prideš domov, da boš videla, kaj počne.

F.: Moj tudi ni hotel na začetku jesti čisto nič. Potem so se pa vsi z njim ukvarjali in je začel jesti, da je bil na koncu tak kot medved. Je pa prišel v šolo in je rekel Brane, kakšnega traktorja imaš. Potem sem mu pa pipco zaprl in zmanjšal obroke in sedaj je super.

Mo.: Kakšno vlogo ima pri teh nakupnih odločitvah cena? Kako pozorni oziroma občutljivi ste na ceno, ko kupujeta za hišnega ljubljence? Pri katerih izdelkih ste bolj, pri katerih manj občutljivi na ceno?

M.: Pri meni je hrana.

C.: Pri meni tudi hrana. Pri hrani ne gledam na ceno.

A.: Pri meni tudi hrana, da je zdravje in dobro počutje. V tem primeru me cena ne briga. Pri igračah je pa tako, lahko je ena zelo draga igrača, pa je čisto brez smisla.

M.: Ja, res je. Lahko pa je ena samo 5 €, pa boš več imel od nje. Ne bom vzela tisto za 20 €.

C.: Pri igračah tudi sama razmislim, kaj bom vzela.

K.: Jaz pa gledam tudi pri hrani. Kupujemo nekje po srednji ceni, da je tudi primerna kakovost. Dietne hrane so sicer bistveno boljše, vendar je cena previsoka. Nizkocenovno pa ne pride v poštev. Da sem nekaj omejila zaradi denarja, je bilo to, da bi redno dajali psu dietno hrano, ker je res zelo draga. Si predstavljaš 60 € en žakelj, naš pes pa ima 70 kg.

Mo.: Kako pa recimo pri veterinarskih storitvah?

A.: Kolikor pride, pride.

M.: Tako je.

C.: Sama nimam znanja, da bi o tem sodila, kaj je za psa dobro. Kar veterinar reče, reče.

K.: Ko je imel probleme, smo ga dali na vse preglede in tam pač plačaš vse. Takrat ni pomembna cena.

M.: Upam samo, da ne pride nekaj za vikend. Za vikend je pa dražje. Na zadnje smo imeli neke probleme ravno za vikend in sem plačala toliko % več.

A.: Upam, da veterinar ne goljufa in da naredi tisto, kar pes potrebuje in da ne plačuješ še nekaj ekstra. Jaz imam že eno takšno izkušnjo.

Mo.: Kako bi opisali vlogo čustev in razuma, ko gre za nakupne odločitve v zvezi z vašim ljubljencem? Ali vas vodijo čustva ali se odločate razumsko?

M.: Podobno kot prej. Za hrano pač ne bom gledala.

C.: Čustva so tam, ko kaj luštnega vidiš. Pa mu kar moraš kupiti.

A.: Podoba kot prej. Mislim, da se povsod odločam bolj razumsko. Hrana važno, da je prava, zdrava. Cena ni pomembna. Pri igračah pa, da ima kaj od njih, da malo misli.

F.: Ga imam rad, sem pa tudi racionalen.

K.: Pri meni so tako čustva kot tudi razum. Najprej veliko čustev in živali daš, kar misliš, da je potrebno, da pač rabi. Potem je pa nekje, seveda, omejitev, moraš pač postaviti mejo. Morda sem bolj razumska pri hrani, pri veterinarskih storitvah pa bolj čustvena, no, tako nekako, bi rekla.

Mo.: Kakšno vlogo imajo razum in čustva, ko se odločate za nakup veterinarskih zdravil za odpravo bolh in klopotov?

F.: Kar pravi veterinar.

M.: Pri meni isto. Uporabljam kapljice Vectra 3 D in uporabljam vseskozi samo te. To je veterinarica rekla in jaz to uporabljam in to je to. Pride ena ampula nekje 11 ali 12 €.

K.: Imam prijatelja veterinarja. Vedno kupimo Fypryst za vse živali, je najbolj ugodna varianta, ki dela in smo zadovoljni.

C.: Sama prisegam na ovratnico Foresto.

A.: Jaz tudi na Foresto.

F.: Jaz pa na tablete. Ne vem točno katere. Tiste za tri mesece.

Ma.: Pri nas imata mačka ovratnice Foresto. Psice imata pa ampule. Se pa ne spomnim, katere ampule imamo. To nam je uredila prijateljica veterinarica.

C.: Jaz sem preizkusila vse živo in lahko rečem, da je Foresto edina stvar, ki zdrži več kot 6 mesecev.

Ma.: Ja, Foresto je res dober.

Mo.: In vam je to pomembno?

C.: Ja, meni je to pomembno, ker tiste ampule niso po ceni. V bistvu pes pa ni zaščiten. Ker vem, ko smo šli čez travnike, je bil ves klopotast.

M.: Daj mi nekaj povej, ko imaš to ovratnico Foresto, je zaščiten čisto do repa?

C.: Ja, je.

A.: Seveda. Ker gre po koži. Zato mu jaz najraje dajem to. Tablete mu ne želim dajati, ker ga ne želim preveč zastrupljati. Od znotraj ga preveč zastrupljaš. Ovratnice so kožne, ne gre toliko do organov.

Ma.: Ampule so tudi kožne, ga tudi ne zastrupljaš. Se razporedijo.

C.: Saj pride foresto okrog 30 € za majhnega psa, za velikega je okrog 40 €.

F.: Tablete so tudi tam nekje.

C.: Mi je pa tudi pomembno, da ga zaščiti. In ga res zaščiti. In je zakon. Podpišem. Mucke pa imam na kapljicah, mislim, da je nekaj na Fi.. Fypryst.

A.: Pri ovratnici Foresto je to, da je tri dni malo omotičen, ima drisko, potem pa se to malo umiri.

M.: Jaz zato kar vztrajam pri teh kapljicah, ker vidim, da je ok.

Mo.: Kako pomembno se vam zdi zdraviti vašega hišnega ljubljence zaradi zunanjih zajedavcev, kot so klopi in bolhe?

M.: Ja, zelo.

F.: Zelo pomembno.

Ma.: Seveda, zelo.

A.: Ja, itak. Sebe na primer sploh še nisem cepil.

M.: Jaz se kar našpricam s tistim, kaj je že, s koruznim škrobom.

C.: Tudi zaradi tega, ker če je hišni pes, ga moraš zaščititi.

M.: Ja, to mora bit.

K.: Živimo ob gozdu in vsi takoj dobijo klope ali pa bolhe. Zato je nujno, da jim spomladi čim prej začnemo dajati zdravila. Ne čutim pa potrebe, da bi ščitila preko njih sebe. Takrat, ko jim dam, razmišljam, da zaščitim njih.

A.: Jaz poznam dva iz vasi, ki sta zbolela zaradi klopa in sta na vozičku.

M.: Klopi so živali, ki so lahko najdlje brez hrane. 18 let lahko preživijo brez hrane. 18 let. Si predstavljaš! Nekje v Evropi pse že cepijo proti boreliji.

Ma.: Ja, to bi bilo zame najboljše. Veliko bolje, kot če jim moram dati ta zdravila. Pa tudi veliko bolje kot cepljenje proti steklini.

Mo.: Kako bi ocenili svoje znanje o klopavosti in bolhavosti pri psih in mačkah ter njunem zdravljenju?

C.: Od 1 do 5? Bi rekla 2.

F.: Tudi 2.

K.: Še kar.

M.: Drugače pa spremljamo.

A.: Ja, mene to zanima. Se mi zdi, da bolj spremljam za psa kot zase.

M.: Mene tudi. Spremljam. Vedno se lahko naučiš kaj novega.

Mo.: Kako pogosto zdravite vašega ljubljenca za bolhavost ali klopavost?

Ma.: Enkrat na mesec

K.: Ja, pri nas se velikokrat zgodi, da je mesec okrog in da je razmik daljši. Včasih si označim, včasih ne. Velikokrat se tudi zgodi, da kateremu mucku ne dam, ker ali ga takrat ni, ko dajem, ali pa mi takrat ne dovoli in je spet mesec okrog.

C.: Ko je potrebno.

A.: Z ovratnico, samo enkrat na leto.

F.: Od spomladi pa do zime.

M.: Če je slaba zima, jih tudi moraš. Naše mačke imajo še pozimi klope.

M.: Če je slaba zima, pa ja. Tudi zametki bolh, ki se nalepijo na dlako in se potem razvijajo. Poznam ene, ki se štiri leta niso znebili bolh.

C.: Odkar imam ovratnico Foresto, je živi mir.

M.: Ja, razmišljam, da bi tudi to nabavila.

A.: Veš, ampak mora biti ovratnica do kože. Sedaj je imel nekaj lufta, se mu je ravno na vrat prisesal. Mora biti čisto do kože.

M.: Pa saj pade dol.

A.: Ja, posuši se.

Mo.: Sedaj, če vas prav razumem, zdravite takrat, ko se začne sezona klopov in bolh?

C.: Jaz imam kar skozi zaščitenege. Tudi pozimi, ker je noter.

A.: Zaščitim ga takrat, ko je konec snega.

F.: Tako, isto.

K.: Ja, spomladi. So tudi pozimi zunaj, pa ne vidim potrebe.

Ma.: Ja, enako. Moram reči, da imam srečo, da do sedaj še nismo imeli probleme z bolhami.

M.: Jaz pa. Lani sem na psu našla eno bolho. Sem naredila čisto paniko. Ker če imaš eno, jih imaš lahko hitro veliko. Celotno stanovanje sem potem prešpricala. Čista generalka.

Ma.: Enkrat je ena prijateljica k nam v varstvo pripeljala psa. Je imel pes neke probleme, ni pa opazila, da ima bolhe, tako da smo na vrat, na nos leteli po tablete in ampule, da smo ga zaščitili. Potem pes sicer ni šel v hišo, je ostal zunaj in se k sreči ni nič preneslo. Me je bila kar groza, da ne bi kar naenkrat pet živali v hiši imelo bolhe.

Mo.: Se spomnite, kdaj ste nazadnje zdravili vašega hišnega ljubljence pred klopi? In kdaj pred bolhami?

C.: Ovratnico sem mu kupila, ko je bil star 7 mesecev, ker prej ni bilo priporočljivo, ker je tako majhen. Od takrat jo ima gor. Tole je sedaj že 5 mesecev.

F.: Ja, pred dobrima dvema mesecema. Sedaj, čez približno 14 dni, mu moram dati še en tablet. Približno na tri mesece.

A.: Od marca.

M.: Mu dajem vsak mesec. Sedaj, ta teden, jo bom morala ponovno nanesti. Časovno gledam, datumsko gledam. Zmeraj si zabeležim na koledar.

K.: Mislim, da pred 14 dnevi.

Mo.: Ali žival večkrat zdravite za klope ali za bolhe?

A.: Klopi.

M.: Klopi.

F.: Klopi.

K.: Tega ne ločujem. Meni je to isto. Pozimi pa ne dobijo nič.

M.: Ne vem, jaz imam tisto za oboje.

Mo.: Ko dajete zdravilo, ali mislite na klope ali na bolhe?

A.: Absolutno na klope.

F.: Tudi.

C.: Jaz pa prvo na bolhe, potem pa na klope.

M.: Jaz tudi prvo na bolhe.

C.: Prvo na bolhe, zato ker imam psa notri. Da pride do klopa, ni možnosti vsak dan.

A.: Na klope, pri nas je pes cel dan zunaj.

M.: Ja, mene skrbi za bolhe. Pri nas je pes v hiši. Bolha se bo skrila med dlako in ne bom vedla, da je. Sicer jaz ga češem s tistim malim glavničkom. Kar koli se prime, se bo v glavniček ujelo. Bolhe ali pa klopi.

Mo.: Kje navadno iščete ali dobite informacije o zdravilih za odpravo zunanjih zajedavcev?

A., F., C., M. : Pri veterinarju.

K.: Posebej ne iščem teh informacij. Smo dogovorjeni z veterinarjem in to je to.

A.: Včasih tudi kakšen forum.

M.: Ja, včasih tudi.

A.: Na forumih kar veliko. Tudi glede pasem, hranjenja in ostalih stvari.

Mo.: Kaj pa prijatelji?

Ma.: Ja, pri meni je bolj to.

F.: Jaz vprašam veterinarja. Vsak naj dela tisto, kar zna.

C.: Ja, saj je res. To se strinjam.

F.: Forum, to so same čvekarije.

A.: Ni res. Tudi kaj pametnega izveš. Sicer moraš malo vzeti za rezervo.

Mo.: Se spomnite, koliko časa ste porabili za iskanje informacij o odpravi zunanjih zajedavcev, ko ste se prvič soočali s tem problemom?

M.: Imamo mladega psa in pri prvem cepljenju so nam dali to ampulo Vectra 3 D in sedaj to uporabljamo. Poleg so nam dali še tabletko za notranje zajedavce. In to je to.

M.: To je področje, kjer se lahko vseskozi učiš.

Mo.: Torej večkrat iščete te informacije?

Ma.: Ja, seveda. Jaz imam tudi kolege, ki imajo pse in mačke. Se družimo, tudi naši psi se družijo. Potem pa si delimo informacije. Na primer mene en kliče: Joj, moj maček pa ima, na primer, trakuljo. In potem delimo izkušnje. Ko smo dobili Ali, smo se o zaščiti pa posvetovali s prijateljem veterinarjem, ki ga pozna moje oče. Smo veliko zaupali njemu.

C.: Jaz sem na začetku vprašala pri veterinarju. In so rekli, da so ampule. Potem smo nekaj časa imeli te ampule. Imela sem ampule do te ovratnice Foresto.

F.: Jaz imam pa tako izkušnjo. Lansko leto mi je veterinar svetoval ampule. Letos mi je pa rekel, da ampule in ovratnice ne delujejo dobro in da naj mu dam tablete.

M.: Saj to je verjetno res odvisno od psa, kaj mu deluje.

F.: Ali pa od veterinarja.

A.: Jaz sem dobil informacijo od vzreditelja. In deluje. Nima nobenih problemov ali stranskih učinkov. Razen tista dva dni.

Mo.: Ali pri rednih nakupih za odpravo zajedavcev še vedno iščete kakšne informacije? Če da, koliko časa namenite iskanju?

A.: Pri nas je bilo to sedaj prvič. Prej sem imel oziroma mama je imela pudla v bloku.

M.: Ja, mi imamo sedaj mladega psa, ker smo se preselili.

K.: Ne, za enkrat smo zadovoljni.

C.: Jaz, ko grem po hrano k veterinarju, pa še malo povprašam, če je kaj novega. Pa mi razložijo.

F.: Kaj ti hrano kupuješ pri veterinarju? Jaz prek Zoohita vse naročim. Hitro dostavijo, dva dni, pa še ceneje je.

Ma.: Zoohit je super. Mi so veliko kupovali prek Zoohita in smo zelo dobro dobili.

Mo.: Kaj bi dejali, kje vse lahko skrbnik pridobi informacije o zdravilih za odpravo zunanjih zajedavcev?

M.: Ja, veterina še zmeraj velja. Tudi splet, vendar ne prav dosti.

Ma.: Prijatelji definitivno.

Mo.: Kako ocenjujete verodostojnost informacij, ki jih dobite na eni strani od stroke, to so veterinarji, farmacevti, in na drugi strani od prijateljev, sorodnikov? Mimogrede, ali v lekarni kaj kupujeta ta zdravila?

C.: Jaz ne.

Ma.: Jaz ji za ušesa kupujem.

A.: Jaz linex, drugače pa ne.

M.: Za bolhe in klope ne kupujejo v lekarnah.

Mo.: Kdo pa ima večjo težo: stroka ali prijatelji in sorodniki?

F. in M.: Veterinar.

C.: Ko imaš žival nekje štiri ali pet let, se neko zaupanje vzpostavi z zdravnikom.

M.: Jaz zaupam veterinarju.

K.: Pri meni je isto.

Ma.: Jaz zase težko rečem. Moja kolegica, ki dela v zdravstvu, ima psico, ki ima ravno tako vneta ušesa in res veliko ve. Njej zelo zaupam. Drugače je glede veterinarjev. Imam dva veterinarja. En je tak, da bi vse prodal, en pa ravno nasprotno. Jaz naredim tako, da vse vprašam, potem pa najdem neko srednjo pot in se odločim za tisto, kar je najbolj pomembno ta trenutek. Malo tehtam.

Mo.: Tisti, ki ste zamenjali že zdravila za zdravljenje bolhavosti od ampul na tablete oziroma ovratnice, zakaj ste se odločili za spremembo? Kje ste videli tisto razliko, ki vam je bila najbolj pomembna, da ste prešli iz prejšnje farmacevtske oblike na sedanjo?

F.: Jaz sem zamenjal, zato ker je veterinar rekel, da ampule ne zaščitijo dovolj. Potem mi je lani isto rekel za ovratnico. Sedaj smo pa na tabletah.

C.: Verjetno je odvisno tudi od živali. Kakšna stvar bolj prime, kakšna ne. Ja, pri meni je podobno. V bistvu, kolikor je ovratnica na začetku kar velik strošek, pa če pomisliš, da ti drži najmanj 6 do 7 mesecev. To sploh nimaš kaj razmišljat. Važno je, da je učinkovita, ker če ni, je škoda vsakega €.

F.: V bistvu cena ni pomembna, samo da tisto, kar ti proda, res deluje.

C.: Ja tako je. Pri muckah pa imamo še vedno kapljice. Sem zadovoljna.

Ma.: Pri nas imata mucí pa ovratnice Foresto, ker imata veliko kilogramov. Bolj sta jih dobili po naključju kot planirano.

Mo.: Ko se odločate za nakup zdravila za zdravljenje bolhavosti in klopavosti, kaj vam je pomembno?

M.: Da učinkuje.

F.: Da dela.

C.: Tako je.

A.: Pa da ni preveč stranskih učinkov.

F.: Samo moraš pa zmeraj vedet, da vsako zdravilo ima tudi stranske učinke.

A.: Vem, da jih imajo. Pomembno je, da jih ima čim manj. Saj ima tudi zrak stranske učinke.

K.: Pri nas, ker je veliko živali, da dela in da je tudi cena v redu. Želim pa dati vsem živalim, ker so zunanje. Razen Srečko je malo notri.

C.: Pomembno je tudi, da pes dobro prenaša.

Mo.: Ali bi šli v pet shop in kupili nek izdelek tam, ker je cenovno ugoden?

M.: Nikoli še nisem. Samo pri veterinarju.

A: Nikoli.

F.: Ne.

K.: Ne, tam imajo itak kr neki.

Ma.: Saj imaš po trgovinah cel kup nekih ampulc. Pa kaj je notri? Parfum ali kaj?

A.: Jaz ne kupim tega.

Mo.: Kako pa vam je pomemben način dajanja?

A.: Ja. Ovratnica mi je super. Drži šest mesecev in ni potrebno razmišljat, kdaj sem dal ampulo in kdaj tablete.

C.: Enako.

Mo.: Kako pa vam je pomembna možnost kontakta: božanje, spanje z živaljo?

A.: Moj pes je zunaj in tukaj ni ovir.

C.: Moj spi pri mojih nogah. Na dekici, tako da mene to ne moti.

Ma.: Jaz dam moji Alike še vedno lubčka.

M.: Ti imaš ovratnice?

Ma.: Ne, imamo ampule.

M.: Pri teh kapljicah prav piše, da par ur psa ne smeš božat. Ko se pa posuši, je pa ok. Ta pes kar rad spi pri nama in moji hčerki. Sicer pri nogah, vendar mi je varnost pomembna. Vseeno raje potem vidim, da ima kapljice.

Mo.: Ste pri zadnjem nakupu tehtali med več izdelki?

M.: Mi smo dobili ampulo ob cepljenju. Nisem nič spraševala. To je to.

A.: Meni je svetoval rejec.

F.: Meni veterinar. Kaj dosti ga nisem spraševal.

C.: Ko so prišle te ovratnice Foresto, sem si rekla, spet nekaj. Bog ve, kako to drži. No, potem pa so mi na veterini povedali, kako to deluje 100-procentno. Rekli so, da so zelo dobre, da držijo do 8 mesecev. In res drži 100-procentno. Potem nisem več kaj dosti razmišljala. Ovratnica je odšla z mano.

Ma.: Jaz, kot sem že omenila, jaz imam krog prijateljev, od njih dobim informacije. Včasih pa se obrnem tudi na veterinarja. Jaz imam krog ljudi, ki imajo svoje pse in se res ukvarjajo z njimi. Oni so mi zelo pomembni. Skrbnik mora poznati svojega psa ali mačko. Niso vse živali iste, tudi nismo vsi skrbniki isti. Preprosto ne moreš reči. To je to in to je sveto. Moje izkušnje so take.

K.: Pri nas je to že nekaj časa kar stalnica. Ne ukvarjamo se veliko s tem.

Mo.: Ali poznate različna prodajna mesta, kjer lahko kupite zdravila za odpravo klopov in bolh?

M.: Ja, veterinar.

M.: Veterinar.

C.: Lekarna.

K.: Isto.

M.: Ja, v lekarni imajo stojalo, kjer imajo različne produkte.

Mo.: Kako ste bili zadovoljni z zadnjim nakupom?

A.: Za enkrat je ok.

C.: Meni je to to. Priporočamo Bubo.

M.: Ja, smo zadovoljni.

F.: Ja, sem zadovoljen, samo da bo držalo.

K.: Nič posebnega.

Mo.: Kaj menite, zakaj zaupate in ste zadovoljni z zadnjo izbiro?

F.: Oh, kaj pa vem. Zaupam veterinarju.

A.: Dobro vprašanje. Marketinška poteza?

Ma.: Alfa in omega vsega.

C.: Očitno je nek učinek. Ja, nima bolh. Če klop na njega pade, crkne.

F.: Klop se ne prime, ko grem z njim na sprehod.

M.: Za enkrat dela.

A.: Za enkrat sem zadovoljen z učinkom. Bomo pa tekom poletja videli, kako bo.

PRILOGA 4: Zapis fokusne skupine 3

Udeleženec	Starost v letih	Spol	Povprečni mesečni neto dohodek v €	Gospodinjstvo	Hišni ljubljenci
S.	36	Ž	1.500	Hiša	1 pes
K.	38	Ž	1.800	Hiša	2 psa in 1 maček
J.	30	M	1.200	Hiša	4 mački
T.	28	Ž	1.200	Hiša	1 maček
B.	35	Ž	1.800	Hiša	1 pes
A.	33	Ž	1.500	Hiša	3 psi

Mo.: Kdaj ste se odločili za hišnega ljubljenca, ki ga imate sedaj? Pred koliko časa? Zakaj ste se zanj odločili. Ste skrbnik katerih pasem? Zakaj ste se odločili za to žival, pasmo?

S.: Jaz sama se nisem odločila, da bom imela psa, vendar je tako prišlo, da sem psa dobila za rojstni dan 6 let nazaj in sedaj živi v naši družinski skupnosti. Je to zelo zanimivo. Pasma je shi tzu, je sicer brez rodovnika, vendar vemo, da so čistokrvne linije.

K.: Jaz imam tri pse. Enega sem podedovala po očetu in je sedaj moj. Pri hiši je sedaj tri leta. To je nemški lovski terier. Sama imam huskije, dva, sta sedaj stara 10 let, imela sem že njuno mamo. Pri hiši imamo pse že, odkar pomnim. Mačka sva pa enkrat s sestro pobrale na cesti, tako je prišel k hiši. Ima pa že ene 12 let. Imam dva huskija, ker sem se ukvarjala s hobijem vleke vprege.

J.: Jaz sem imel mačke že od malega, verjetno je nekje 20 let, odkar sem imel prvega mačka, ampak so se potem nekako menjavali, glede na to, kako zdravo ali nezdravo so živeli z nami. Trenutno imam doma 4 mačke. Doma so se znašli na različne načine. So navadni mački, niso pasemski ali podobno. Prej smo doma imel tudi nekaj časa psa, vmes sem imel idejo, da bi bilo fino doma imeti tudi dihurja. Nekaj let je bil z mano. Smo potem ugotovili, da so mački tista najbolj ziher varianta.

M.: Kako pa to?

J.: Ja, v bistvu je tako, da je z njimi najmanj dela.

T.: Jaz imam enega mačka. Mačko sem dobila iz zavetišča, kjer sem delala. Ni pasemska, čista domača mešanica, stara je bila 7 dni, ko sem jo dobila, tako da je res od malega že z mano, tako da je bila en tak dojenček. Tako da sem to sprobala, kako je imeti dojenčka, tako krajšo periodo, se je pa tudi hitro osamosvojila. Tako da glede na način življenja, je maček trenutno edini tak pravi hišni ljubljenec, ker v bistvu skrbi sama zase.

B.: Mi imamo enega psa, ki je potomec psice, ki smo jo imeli v preteklosti. Je čistokrvni mešanec. Gre za mešanca z labradorcem. Je sedaj star že 10 let. Psica, ki smo jo imeli, je skotila štiri mladiče in enega smo obdržali. Drugače pa imamo pri hiši pse že od nekdaj.

A.: Trenutno imam doma 3 psice pasme labradorca. Najstarejša je stara 9 let, drugi dve pa sta stari 4 in 2 leti. Že od malega obožujem pse. Dolgo časa nazaj smo imeli psico pasme briard. Vendar pa sem si vedno želela imeti čisto svojega psa, zato sem si to željo 9 let nazaj tudi uresničila. Kot že rečeno, doma imam 3 labradorke. Za to pasmo sem se odločila zaradi njihovega izgleda, karakterja in delovnih predizpozicij. Všeč mi je tudi njihova čokoladna barva.

Mo.: Kako bi opisali svoj odnos z vašimi živalmi? Kaj vam pomeni hišni ljubljenec? Ali ocenjujete, da imajo kakšne vloge v sklopu vašega sobivanja, ali ga ocenjujete kot prijatelja, kot družinskega člana?

S.: Pes se spremeni v družinskega člana. Jaz to vlogo šele spoznavam. Prej nikoli nismo imeli psa, imeli smo par mačkov, vendar niso nikoli bile dolgotrajno pri hiši. Blizu hiše je cesta in so vedno nekako zginile pri sosedu ali na cesti, ob cesti ... kakor koli, tako, sedaj imamo psa. Kot ste omenili, je pes nekdo, za katerega je potrebno vseskozi skrbeti, nikoli ne odraste. Je družinski član, zato ker se več ali manj vse prilagodi psu. Ves čas moraš zanj skrbeti, ker je živo bitje. Poskrbeti moraš, da gre redno na sprehod. Ja, kakšen je moj odnos? Ja čudovit! Zaradi psa hodim redno, no, skoraj redno na sprehod. Spoznavam pa v teh 6 letih, odkar imam psa, kako veliko ti žival da.

Mo.: Recimo kaj?

S.: Ja pes ni nikoli zahrbtnen tako kot človek. Iz pasjega življenja se učim komunikacije. Človek ti vedno lahko po hinavski poti zabode nož v hrbet. Pes ti tega nikoli ne bo, razen če si ti zelo grd do njega. Kakor koli se pogovarjam o tem, pravim, da je ta pasji odnos, ta pristna ljubezen, ki jo da žival, podobna tisti, ki jo človek išče med soljudmi, vendar si zakompliciramo s tehnologijo in z vsem stvarmi, ker smo z mislimi nazaj 10 let ali pa razmišljamo naprej, kako bo. S psom si pa tukaj, v tem trenutku. To mi je fascinantno. Mene je ta pes ful naučil na primer potrpežljivosti.

Mo.: Kako ga vidiš, kot družinskega člana, kot prijatelja?

S.: Oboje, meni je in prijatelj in družinski član.

K.: Za svoja dva psa huskija sem se sama odločila in jih imam tudi zelo rada in ko sta bila mlajša, sem se z njima tudi zelo ukvarjala, tako, kar se tiče športnih aktivnosti. Kot par se mi zdita nekaj posebnega, ker moraš z njima delati kot team. Jaz ju sicer ne vidim kot družinska člana, ker z mano ne živita v stanovanju. Pač nisem človek, ki bi hotel imeti dva dolgodlaka psa v stanovanju, jih imam pač zunaj. Pri nas sem edina, ki zanju skrbim in vidim, da psa, ko pridem domov, že nabijata, hočeta pozornost zase. Kako ju vidim? Ne

vidim ju kot družinskega člana, ne vidim ju kot psa. Vidim ju kot osebnosti. Drugače ne znam opisat. Zame nista kot dva psa. Je moja Šana in moj Nanuk. Podobno je pri tem terierčku, ki sem ga pač podedovala. Je sicer mal siten pes, ampak ko ga pogledam v oči, točno vem, kaj si on misli ta trenutek o meni, in po mojem mnenju tudi on ve, kaj jaz hočem od njega in kaj si o njem mislim tisti moment. Maček se mi zdi bolj samostojen. Tudi direktno pokaže, če mu kaj ni všeč, mu tudi večkrat kaj ni všeč in potem gre. Z njim se sicer nekaj posebno ne obremenjujem. Takšna zalega psov, ki jo imam, je način življenja, moram vse podrežati psom, dvakrat na dan me morata nujno videt, drugače moram poskrbeti, da pride nekdo drug, da za njih poskrbi. Dopust in vse ostalo je prilagojen temu, kot vse ostalo, vključno stroški. Ampak jih ne bi zamenjala. Je pa tako da, kot ste že rekli. Od njih se veliko učim. Najbolj pomembno mi je to, kako se od psov učim, da znajo živeti za ta trenutek in ne držijo zamere, ne za nazaj in ne za naprej.

A.: Tole se bo čudno slišalo, vendar mi pomenijo ogromno, lahko bi rekli da skoraj vse. Moje psice so zame družinske članice. Življenja brez psov si sploh ne znam predstavljat, saj so tudi skoraj vsi moji hobiji povezani s psi. Skratka, vse počnemo skupaj, svoje življenje v bistvu prilagajam njim. Ko imaš tri pse ... je to pač tako. Ko sem bila majhna, smo doma imeli psico. In da, mislim, da izkušnje iz otroštva vplivajo na moj zdajšnji odnos do psov. Takrat je oče namreč izbral pasmo zgolj na podlagi videza in ne karakterja. Zato smo doma imeli psico, ki je bila popolnoma samosvoja, nevzgojena ... ker se očetu ni dalo hoditi v šolo z njo ... v glavnem grozna je bila! Pri sebi sem si rekla. Pri meni bo pa drugače. Zato sem se jaz pri izbiri pasme ozirala tudi na karakter. Z vsemi svojimi psicami od malega hodim v šolo, predvsem pa non stop skrbim, da sem jaz alfa našega krdela. Skratka sem capo di banda.

J.: Že od malega sem imel mačke in sem odraščal skupaj z različnimi mački in so mi bili vedno nekako kot družinski člani. Imeli smo precej scrkljane mačke. Vseskozi so bili zraven ali v stanovanju ali sedaj v hiši. Pač spijo lahko, kjer koli se spomnijo, ampak se mi zdijo precej zanimiva bitja, ker jih imamo štiri in pri vsakem se pozna, da ima vsak neko svojo osebnost kot maček, se vsak po svoje obnaša. Vsak na svoj način iskazuje tudi navezanost na nas, kot na družino, in če se kdaj med sabo ne razumejo, nekako še vedno vejo, da so del skupnega kardela ali razširjene družine. Prej ko sem imel še zlato prinašalko, je bila tudi še tesnejši del družine, psi potrebujejo več pozornosti kot mački in tudi bolj vračajo to pozornost, se pravi, je pes po navadi veliko bolj vesel, ko prideš domov in se z njim ukvarjaš. Mački večinoma te pač opazijo, da si doma, potem pridejo prosit za hrano ali se malo pocrkljajo, je pa to odvisno od posameznega mačka, kako se bo odzival. Mogoče so 4 mačke mal preveč, ker se kakšne med sabo ne marajo, pa si mal nagajajo, ampak je tako, da vseeno vejo drug za drugega. Začutijo pa, če je kaj narobe, je nekdo slabe volje ali vesel in pride maček pogledat. Vsi naši mački tudi vejo, kako jim je ime. So se navadili.

T.: Moja Dudarka je res poseben primer. Kličemo jo Dudarka, ker je bila vzrejena po flaški. Sedem dni star maček ne more še jesti solidne hrane, tako da smo jo sprva hranili po dudi, kar je pomenilo, da smo jo hranili na tri ure. Tudi ponoči. Učili smo jo tudi, kako

mora na wc. Bi pričakoval, da ima drugačen odnos do nas. Ima sicer v določeni meri, vendar ne do vseh. Mene, ker sem jo vzgojila, ima zelo rada in lahko delam z njo kar koli želim in ne bo nič naredila, do vseh ostalih pa je precej nezaupljiva in zna biti tudi zelo agresivna. Sedaj je stara šele dve leti. Drugače ji je ime Petra. Ona se te zna zelo razveselit, samo da sliši, da pridem v hišo, priteče dol po stopnicah, nekako čudno zamijavka in mora takoj vse pregledat, prevohat, se povalja po tleh in želi, da jo mal počohaš. Zelo podobno, kar bi pričakoval od psa. Mačka ni čisto prepričana, kaj je, je pa izredno svojeglava, meni pusti kar koli, ostalim pa ne. Druge ljudi nima rada, jih gleda z distance, ne pusti nikomur, da se jo dotakne. Ona ni prijateljica. Do nje imam precej tak odnos, v smislu gor sem jo vzredila. Ne bom rekla, da sem ji mama, ker to mi je čisto čudno, da bi rekla to za svojo žival, ker je nisem rodila. Gre pa za to, da sem jo pa vzredila, bolj sem kot njen reditelj. Ni prijateljica. Ona kot mačka ima svojo identiteto in je takšna, kot je. Psa lahko nekako vzgojiš, mačka ne boš nikoli. Od sedmega dneva smo jo vzgajali in skrbeli zanjo, ampak ko si ona nekaj zmisli, je to to. Je neke vrste družinski član, ni pa prijatelj.

B.: Mi našega psa tudi dojemamo po eni strani kot družinskega člana oziroma se strinjam z izrazom kot osebnost. Ker on je tudi v pesjaku, je sicer tudi notri, včasih spi samo v enem predprostoru, kjer so ploščice, drugače je pa v pesjaku. Ima svojstveno osebnost, ki jo kaže in jo tudi mi čutimo. Drugače pa ga ne vzamemo s sabo na počitnice ali kaj podobnega. Je pa v pesjaku in ne more v hišo, kadar se spomni. Tudi mi se veliko učimo do njega, nam je tudi veliko dal. Je fantastičen relaksant, sploh ko ga začneš čohat po dlaki ali ušesih. Pri psu čutiš brezpogojnost, naklonjenost ... Tega ne bi zamenjal.

Mo.: Ali se vam zdi, da je katera od teh živali podaljšek vaše osebnosti? Da ga dojemate kot del razširjenega sebe?

K.: Jaz vse tri nekako dojemam ... Imam tri pse z različnimi osebnostmi. Jaz se prepoznam v vseh. Ko sem jezna, se vidim v terierju, ko sem bolj flegma, se vidim v psici haskici, ko pa sem najbolj dobre volje, pa v psu haskiju. On je najbolj vesel, odpustljiv, nezamerljiv.

A.: Ja, mislim, da so del mene. Odražajo mene, mislim pa, da tudi sama vplivam na to, kako se vidi to naše krdelo. Če so vzgojene, lepo negovane, če jim nudim, kar potrebujejo, ja, potem se dobro počutim.

J.: Ko sem bil star 8 let, sem imel 16 let enega mačka, na katerega sem bil zelo, zelo navezan. Ime mu je bilo Snežko. Ja, sem mi je zdelo, da je del mene. Skoraj vedno je bil z mano. Pri meni je spal v postelji, tudi na počitnice je šel z nami, tudi na taborjenje. Se mi je zdel zelo pomemben del mene. Je bilo težko, potem ko se je postaral, postal zelo bolan. Težko sem se poslovil od njega.

T.: Petra je zelo posebna. Jaz nisem toliko agresivna kot ona. Kot ona zaupa redkim, tako tudi jaz.

B.: Pri nas se mi zdi, da sta moj oče in naš pes ista. Nerazdružljiva. Skupaj sta na vrtu. Lovita voluharje. Ari mu je skozi za petami. Spremlja, kar dela moj oče, in mojemu očetu je to všeč. Všeč mu je ta družba. Tudi veliko se pogovarjata, delita napolitanke v smislu ena meni, druga tebi.

Mo.: Bom sedaj malček drugače vprašala. Ali ko kupite kaj za živali, imate občutek, da ste kupili tudi malo za sebe?

A.: Ja, itak, kot sem že rekla.

T.: Mislim, da ne. Sem naravnana zelo nepotrošno. Tako zase kot tudi za svoje ljubljence. Ne maram trgovin. Z moje strani so priboljški nekaj nepotrebnege. Zame so priboljški nekaj, kar osrečuje nas, ne toliko živali. Ocenjujem, da za njihovo zdravje niso pomembni. Jaz ji vseskozi dajem hrano, ki jo praktično je od malega. Sedaj je ok. Ko pa se bo spuntala, da ji ni ok, bo pa dobila nekaj drugega. Čeprav dvomim, da bo tako, saj royal canin in pa hills ne veljata za nekaj slabega. Za enkrat je ena in ista hrana, ker je mačka zadovoljna, v odlični kondiciji, zdrava in to je to. Od igrač pa ima na koncu itak najraje moje elastike za lase, lateks rokavice in papirčke. Če ji kupim kakšno igračo, je ne zanima.

S.: Jaz crkljam njega. Kupim si malo več njegove pozornosti, da se mu oddolžim, ker me med tednom ni dosti doma. Pa mu kupim igračko, da se malo zamoti. Kar se tiče priboljškov, imam takšen način, mu dam piškot, zato da bo lažje zdržal tisti čas, ko me ni. Ne vem pa, če ni to crkljanje mene. To je mogoče crkljanje moje vesti. Iz praktičnih razlogov pa mu kupim plašč in pulovar. Ker če greva ven na dež in če je naš mali pes noter, ne more biti umazan. Vedno, ko pridemo s sprehoda, je potrebno tačke umiti. Ne crkljam sebe, ampak psa.

B.: Mi tudi crkljamo psa. Ko mu kupimo kakšno igračko, razmišljam, kaj bo všeč njemu.

K.: Pri nas je bila ta malemu všeč najdražja žoga. Jo je zgubil in je bilo vse narobe. Iskali smo jo cel teden, ampak smo jo najdlji. K sreči ni bilo potrebno kupit še ene. Nimam pa občutka, da kupim zase. Mačku pa itak kupim najdražje, ker edino tisto lahko je, ker je brez zob. Kupim mu nekaj za mladiče.

S.: Jaz pa mu menjam hrano, ker imam občutek, da se je tudi naveliča. Naveliča se okusa. Moj pes ne poje samih briketov. Vedno mora biti nekaj dodatka zraven, na primer piščanček. Mislim, saj vem, da je že piščanec v briketih, ampak mu dam tudi meso, da bolj diši in sedaj se je razvadil. Ne poje več briketov brez dodatka. Sedaj celo tako naredi, da izbere ven meso, brikete da na stran ali so briketi zunaj sklede. Ko pa je res lačen, poje še brikete. Mu pa menjam okuse, na primer okus lososa, piščanca. Da ni skoz eno in isto. Je pa pomembno, da je hrana uravnovežena.

Mo.: Na to temo smo sicer že nekaj rekli, vendar če bi kdo še želel kaj dodati. Kdor je v otroštvu imel psa ali mačko, ali menite, da izkušnje iz otroštva vplivajo na vaš sedanji odnos do hišnega ljubljence? Na kakšen način?

K.: Jaz osebno mislim, da vsekakor. Pri nas so živali pri hiši, odkar pomnim. Maček je bil samoumeven in ga imamo vseskozi. Vendar smo ga pustili pri miru. Dal si mu za jest in potem je bilo po njegovi volji. Pri nas smo imeli tudi psa, ki ga nisem smela posebej tikat, razen božat. Tako sem razvila odnos, da žival ni igrača. Tudi sedaj ne silim v živali.

T.: Danes imajo mnogi res velika pričakovanja glede svoje živali. Da jih oblačijo in ne vem kaj vse. Preveč silijo v njih. Ko sem bila otrok, so mi rekli, ko pes spi, ga pokliči in potem ga lahko božaš, ali pa ne vlačijo živali gor pa dol, tudi one tega nočejo. Name jo to zelo močno vplivalo. Imela sem stik z živalmi pri starih starših, ker so imeli kmetijo.

B.: Tudi zase lahko rečem, da imam privzgojen odnos do živali, ker imamo živali, odkar pomnim. Imeli smo pse, pa tudi muce. Psi nikoli niso bili v hiši, razen občasno.

Mo.: Če pomislite na vaš odnos s hišnim ljubljencem, ali ta vpliva na vaše navade in odločitve, ko gre za nakupe, povezane z njim, na kakšen način?

S.: Zase lahko rečem, da imam to uravnoteženo. Če zaradi praktičnih razlogov kaj potrebuje, na primer plašček, potem mu kupim. Ne kupim mu zato, da bo sedaj neki šminkiral, pa da bomo imeli vsak dan drug plašček, ker to nima smisla.

Mo.: Kako pa gledaš pri hrani?

S.: Ja, to pa pogledam. Poslušam nasvete prodajalcev. Ne kupim najcenejšo pri Merkatorju, ker so mi povedali, da ima preveč soli. Vendar je spet to povezano s praktičnostjo. Ker vem, da če bom bolje skrbela za njega v smislu kvalitetne prehrane, bom imela tudi manj stroškov. Manjkral bo zaradi bolezni treba k veterinarju. Na ta način. Takšen način življenja imam. Tudi pri sebi zelo gledam na praktičnost in na uravnoteženost.

K.: Jaz kupujem takole, enkrat na mesec hrano, enkrat na mesec tablete. Razmeroma rutinsko. Pregled moram imeti, predno mi zmanjka. Vedno gledam, da imam na zalogi tudi piškotke, ker pri meni vedno, ko gredo v pesjak, tudi dobijo piškotek, zato da mi grejo lepo v pesjak. Takrat vzamem tiste ta drage, ker vem, da so jim všeč. Na vsake kvatre jim kupim tudi kos mesa ali konzervo, čeprav vem, da ni zdrava, vendar jo imajo zelo radi. Tisto je redko. Za ostalo pa ne zapravljam. Opremo imam že nekaj časa. Nekaj ekstra pa ne.

J.: Najbolj opažam, kako so se spremenile nakupne navade vsaj glede nakupovanja hrane za domače živali. V otroštvu so starši kupovali neke whiskas in pa take zadeve v trgovini, v Merkatorju, potem se je maček razvadil in hotel jesti samo mehko hrano. To ga je na stara leta precej matralo, ker je bil brez zob. Pri psici, ki je bila z rodovnikom, smo poskušali malo bolj skrbeti zanjo in smo začeli kupovati bolj kvalitetno hrano, ampak za mačke se nismo bolj trudili. Kupovali smo tisti, kar dobiš v Merkatorju ali v Šparu. Sedaj, ko imam sam 4 mačke, sem ugotovil, da se najbolje splača kupiti neko kvalitetno hrano v veliki količini, tako da naročam prek interneta, Zoohit, 12 kg vreče hillsa ali pa royal canina, odvisno, kateri izmed njiju je v akciji. Navadno ta hrana zdrži dober mesec. Dajem jim samo to. Mogoče dobijo kak priboljšek ali mleko brez laktoze. To je tako iz stališča praktičnosti kot tudi s stališča zdravja najbolje. Če pa hočejo kaj drugega jest, grejo pa itak ven, v gozd pa si kaj ulovijo. Polhe imajo najraje. Zadnjič sem celo enega krta najdu. So zunaj in noter, zato je pomembno, da jim damo antiparazitike, da ne nosijo klopov ali bolh v bajto.

B.: Pri nas pomislimo, kaj dejansko potrebuje. Smo pa na primer pri kakšni opremi, na primer blazina, pogledali na ceno. Gledamo, kaj je v takšnem primeru najceneje. Pes je bil zadovoljen, mi pa tud. V neke prestiže nikoli nismo šli, smo pa kupili tudi kakšne palerince ali odsevnike smo dali na plašček. Kaj smo tudi sami naredili ali predelali. Včasih se tudi sam kako znajdeš. Tudi kaj človeškega predelaš za žival. Smo bolj praktični. Ne gre za prestiž ali razvajanje ali znamke ...

A.: Pri meni je tako. Ja, ta odnos vpliva na moje nakupne navade. Predvsem opažam, da mi za njih nič ni predrago, medtem ko za sebe dvakrat premislim, preden kupim kaj dragega. Poleg tega vedno želim kupiti za njih samo tisto, kar je najboljše. So center sveta. Ja, saj vem, mogoče se vam zdim malo čudna.

Mo.: Koliko finančnih sredstev v povprečju mesečno porabite za živali? In kako bi po deležih ocenili to porabo? Za kaj daste največ?

S.: Ja, za hrano največ. Pri meni gre 90 ali 95 % za hrano.

B.: Ja, se strinjam. Tisti žakelj briketov je kar drag, stane 100 €. Imamo neko dietno hrano, prav za labradorca in je zelo draga.

A.: Največ, seveda, tekoči stroški, hrana, pa zdravila. Pač kupujem kvalitetno, pri tem niti ne pomišljam ali tehtam, to tako je. Pasji briketi me stanejo nekje 50 € mesečno, surovo meso pa pride 90 €. Za sredstva proti zunanjim zajedavcem (klopi, bolhe) dam mesečno 30 €. Okvirno lahko torej rečem, da me 3 psice pridejo cca 200 € mesečno. Je pa tudi res, da stroške redno spremljam, itak pa mi je to sedaj rutina.

J.: Jaz kupujem po navadi 12-kilogramski žakelj, je nekje 50 €.

S.: Jaz za svojega psa na mesec porabim nekje 3 kg briketov in dam 15 €. To je glavni strošek. Enkrat na leto je pa še cepljenje.

K.: Osebno zapravim na mesec nekje 70 €. Od tega je 70 do 80 % hrana, ostalo so pa zdravila, ker imam stalno terapijo ...

J.: Jaz bi rekel večinoma za hrano, ker so sedaj zdravi. Ena mačka je FeLV-pozitivna in je sedaj že nekaj časa v remisiji. Ko se ji je to začelo, pa je bilo kar veliko stroškov z zdravljenjem. Pri takšni bolezni nimaš dosti izbire. Če so zdravi, potem gre največ za hrano, pa tudi za antiparazitike.

B.: Ja, hrana pa antiparazitiki so takšni redni stroški.

S.: Ja, tudi to.

J.: Ostalo pa ne rabijo.

T.: Sama se že povedala, da sem zelo racionalna. Ja, hrana pa antiparazitiki.

S.: Glede stroškov. Naš pes ima paradontalno bolezen, tako da je šlo v preteklosti kar nekaj denarja za to. Imel jo je pred dvema letoma. Je bilo kar hudo.

A.: Veterinarski posegi so nekaj drugega. To pride še dodatno, odvisno za kaj.

Mo.: Kakšno vlogo ima pri teh nakupnih odločitvah cena? Kako pozorni ste na ceno? Bi lahko izpostavili, pri katerih izdelkih ali storitvah ste bolj in pri katerih manj občutljivi na ceno?

S.: Jaz vedno pogledam na ceno. Ne grem na nek prestiž na primer v prehrani, ni mi pa tudi ok, da je nekaj najcenneje. Domnevam, da če je neka srednja cena, da je potem tudi neka kvaliteta. Ena zlata sredina. Pri opremi ali igračkah pa bolj gledam na ceno.

A.: Cena mi ne predstavlja velike vloge. Seveda, če bom imela na izbiro dve približno enako kvalitetni stvari, ki se bosta zelo razlikovali v ceni, bom izbrala cenejšo ... Drugače pa ne. Na prvem mestu mi je kvaliteta, šele nato cena ... Kar se pa tiče zdravja mojega psa, tu pa cena sploh ni pomembna.

K.: Osebno ne gledam veliko na ceno, ker kupujem že nekaj časa isto hrano. Ker ima pes občutljivo prebavo in sem našla ene, ki jih dobro prenaša. Dokler sem trenirala, sem imela za športno aktivne. Sedaj pa vsi jejo te in so ok. Če bi se podražili, bi pač plačala več. Ko pa kupim kos mesa, tam pa gledam, da kupim tistega, ki je poceni.

J.: Hrano naročam na en mesec ali na dva meseca. Pogledam, kaj imajo v akciji, in potem je tako, če je hills v akciji, potem kupim tega, če je royal canin, pa tega. Torej katera piščančja hrana je cenejša, potem kupim tisto. Več pa se mi okrog tega ne da komplicirat. Pa še na dom mi pripeljejo.

T.: Zame velja podobno. Enako hrano je nenehno. Dobro funkcioniira na tej hrani in je nimam namena menjat. Menjamo med enako, med hillsom ali royal caninom. Kar pa se tiče antiparazitikov, redno dajem Frontline Combo. Se držim tudi tukaj neke kvalitete.

J.: Ja, enako. Pri nas so ti antiparazitiki tudi kar velik strošek in smo se nekoliko znajdlji. Kupil pipeto za velike pse in potem razdelim to za vse mačke, vsakemu 0,5 ml in je enako, kot če bi kupil za pet mačk. Vendar potem zaradi pakiranja pride pol ceneje. Je bistvena razlika, kot če bi kupil za vsako mačko posebej. Treba si je vzeti čas, da prav odmeriš.

B.: Pri nas cena. Hrana je pač to, kar je. To dietno hrano potrebuje. Jo pač kupimo, čeprav je draga. Ker je labradorec, če bi se prekomerno zredil, bi potem imeli še večje stroške zaradi težav s kolki, koleno, pa s srčkom, ker je že kar star gospod 10 let. Tukaj ne šparamo, to mu odgovarja, to je. Drugače pa definitivno proti klopom. Vsak mesec dobi ampulo in je to to. Je sicer med težjimi psi, vendar se pač splača investirat. Je tudi ogromno v gozdu in v travi, ker je pač spuščen in pokasira kar nekaj klopov. Redno ga zato tudi češemo in pobiramo klope.

Mo.: Kako bi opisali vlogo čustev in razuma, ko gre za nakupne odločitve v zvezi z vašim ljubljencem? Ali vas pri odločitvah vodijo čustva ali se odločate razumsko? Kdaj ste bolj razumski, kdaj bolj čustveni? Kaj menite zakaj?

S.: Mene vodi razum. Kupujem mu stvari, ki jih potrebuje.

B.: Ja isto, razen za kakšno žogico, ko ga hočem mal pocrkljat.

A.: Imam oboje, čustva in razum. Včasih sem stvari kupovala impulzivno. Sedaj pa se mi je teh stvari že toliko nabralo doma, da se zadnje čase bolj pogosto razumsko odločam in se za vsako stvar pred nakupom vprašam, če jo res potrebujem. Razumska sem pri pasji hrani, zdravilih, sredstev za notranje in zunanje zajedavcev. Čustvena pa pri igračah, povodcih, ovratnicah ter opremi za delo.

Mo.: Kako pa pri veterinarskih storitvah?

A.: Kot rečeno ... cena ni ključna. Kar je treba, je treba. Imam čustva, da jim nudim ustrezno zdravstveno oskrbo, ker ne želim, da trpijo, imam razum, da jim tega ne odrečem, ker vem, da je pač potrebno.

K.: Sedaj imam srečo, ko pridem do veterinarke, da mi kaj poceni ali zastonj naredi. Vendar včasih nisem izbirala. Če sem morala dati 500 €, da so mu dali ven zob, sem pač dala.

B.: Ja, isto. Ni druge, tukaj je bilo pri meni veliko čustev, ker ga je pač bolelo in si pač raskiral, kar je bilo treba. Kar je bilo treba plačati, si pač plačal.

T.: Pri veterinarjih pogledaš tudi na kvaliteto storitve. Vsak ni isto kvaliteten. Nizka cena tudi ni vse. Poznam primere, kjer se kastracije in sterilizacije delajo za smešno nizke cene in če bi se ljudje vprašali, zakaj ima nekdo tako nizko ceno, potem tja ne bi peljali. Ampak žal se to dovoljuje.

Mo.: Kako pomembno se vam zdi zaščititi vašega ljubljence pred zunanjimi zajedavci?

T.: Zelo.

S.: Ja, ful.

J.: Enako.

B.: Zelo.

K.: Itak.

J.: Še posebej je nadležno, ker imamo mačke, ki tudi ponoči pridejo v hišo, pa se pridejo v posteljo malo pocrkljat in ima kakšnega klopa gor in ga imaš potem kar na enkrat ti gor.

A.: Glede na to, da sem nekaj časa delala v veterinarski ambulanti (mimogrede sem farmacevtka in ne veterinarica) in sem videla, kaj klopne bolezni naredijo psu, se mi zdi izredno pomembno, da so moji psi maksimalno zaščiteni. Moje psice aktivno delajo, zato smo dosti na prostem (travniki, gozdovi ...), tudi zato želim za njih čim boljše zaščito.

Mo.: Ali zdravite zaradi živali ali tudi zaradi sebe?

B.: Oboje. Tudi zaradi otrok.

A.: Tudi. Ni se za hecat.

T.: Oboje.

K.: Ja, tudi zaradi sebe.

S.: Oboje.

J.: Ja, oboje, ker tudi ni fajn bolh imet v tepihih in take zadeve.

S.: Ja, to res ni fajn. Smo tudi to že dal čez.

K.: Meni se smilijo živali na kmetih, ko jih vidiš, da imajo klopa pri klopu.

T.: Ja, al pa ker se skozi praskajo zaradi bolh.

B.: Ja, res, kot bi imeli za vratom ovratnico od klopov. Meni se tudi smilijo.

S.: Ja, to je v bistvu mučenje. Meni je klop toliko ogaben in nagravljen. Meni je ogabno, da žival pije žival.

T.: Tudi v zakonu piše, da moraš odstranjevati zajedavce z živali.

S.: Saj je žalostno, da mora to pisat. Ali imaš zavest, da skrbiš za žival al pa ne.

A.: Tudi če je v zakonu, to nič ne pomaga.

Mo.: Kako bi ocenili svoje znanje o klopavosti in bolhavosti pri psih in mačkah ter njunem zdravljenju?

S.: Kaj samo oceno, od 1 do 5?

Mo.: Lahko, vas to zanima, spremljate?

B.: Recimo 4.

A.: 5! Vem zelo veliko. Me zanima, spremljam. Preden dam kar koli na oziroma v svoje psice, se o izdelku čim bolj pozanimam.

S.: Kaj pa vem, 3,5. Veliko pa sprašujem, vprašam v trgovini, potem v veterinarski ambulanti, tudi ko se srečujemo na sprehodih, to vprašam. Tukaj veliko izmenjujemo

mnenja. En ma Frontline, en ma tablete, en ovratnice ... ene druge ampule, naravne, in potem ko vse to sprobaš. Pri meni konkretno za bolhe ... najprej sem probala naravne stvari, potem pa ko imaš že polno hišo bolh, greš pa na najhujš, kar je strupen... ja sem kar že neki probala. Imam že kar nekaj znanja. Pri nas je bilo tako, da najprej sem videla eno bolho ... sem rekla, je sam ena ... pol pr repu so bile že tri, na trebuhu je kar gomazelo ... smo šli direkt v banjo pa smo psa namakal. Tolk o naravni zaščiti.

B.: Ja, to smo tud mi delal.

S.: Potem pa tepihe ven, pa gradbeni posegi v hiši itd. Tolk, da nismo klical une zapraševalce. Smo ponucal raida kar nekaj. Smo vse zastrupil, tudi sebe.

T.: Ja, je boljš neki k deluje kot naravno, pol maš pa tak cirkus.

S.: Ja, po takem se res držiš preventive, si daš opomnik in daš nekaj, kar dela. In da je točno na 3,5 tedna, al so to ampule al tablete.

B.: Se splača vlagat v preventivo.

S.: Absolutno. Tudi v znanje, da veš, kaj izbrat.

J.: Jasno mi je to, da ta prav antiparazitik boš najdel samo v veterinarski ambulanti. Veš, da kar prek šalterja kupiš v navadni trgovini, to najbrž ne bo delovalo. Treba je jiti do veterinarja in tam nekaj konkretno kupiti. Da si prepričan, da bo res delovalo proti vsem tistim parazitom, za katere želiš, da bo res delovalo. Pri naših mačkah, ki lovijo, jim je treba tudi redno dajati proti glistam. Jim dajemo Zantel. Je poceni in deluje. Jim ga je pa težko spraviti v gobec, ker je zanič. Se potrujiš in se da. Mački so tisti dan jezni in kujavi, ampak pol nimajo glist in to je najbolj važno.

K.: Sebe ne smatram kot neki posebno strokovno podkovan. Imam pa nekaj lastne prakse. In po praksi vsa ta leta sem prisegala na ampule Frontline. Sedaj sem prvič preizkusila tudi tablete, sem se izobrazila na terenu z drugimi psjanarji. Ne spomnim se imena, so pa za en mesec.

T.: Ja, to je Nexgard.

K.: Ja, pol je pa to to. Naš terierček je imel klopa pri klopu, kljub temu da je istočasno dobil ampule kot haskija. Za haskija nisem šla v te tablete, za ta mauga sem pa kupila tablete in se pozna. Sedaj nima kloпов. Proti notranjim parazitom tudi dajem. Sicer nimam opomnikov, bolj po občutku, tako da je nekajkrat na leto.

Mo.: Kako pogosto zdravite vaše živali za bolhavost in klopavost?

B.: Takrat ko se začne sezona. Z aprilom štartamo, potem pa vsak mesec. Dehinel pa, ne vem, štirikrat na leto.

A.: Psice tretiram proti klopm praktično celo leto. Mogoče ne edino zimske mesece, ko je res premrzlo in kloпов ni. Ne dam jim na primer novembra, decembra, januarja, drugače pa skoziroma klopi so hitro zunaj. Bolh pa še nismo imeli.

T.: Jaz proti bolham dajem nenehno.

J.: Pri meni isto. Proti bolham redno mesečno, ker to je več mačk. Proti glistam jim dajem na tri mesece. Če pa kej opazim, pa dam tablete takoj kar vsem, celemu kardelu (smeh). Na srečo je Zantel res poceni, da imam kar na zalogi, in da takrat ko je treba, dam vsem. Da jih imam pri roki in se zadeva takoj poštima.

K.: Jaz jim dam ampule ali sedaj to tableto na dva meseca. Za notranje zajedavce pa neke trikrat na sezono, od pomladi do jeseni. Če pa vidim, da se ker pelje po riti, dobijo vsi takoj (smeh).

S.: Jaz proti bolham, klopom redno na en mesec, razen pozimi pa ne.

T.: Jaz zaščitim tudi pozimi.

J.: Pri mačkah smo opazili, da tudi pozimi rabijo proti bolham, ker jih dobijo od kakšnega sosedovega mačka, ki se potika okoli. Ker smo na vasi in so tam kakšni tradicionalno zapuščeni mački. Tudi ocenjujem, da zadnja leta zime niso bile tako hude, da bi klope zares odvrčale. Mi živimo blizu gozda in mački veliko hodijo v gozd. Tudi sredi zime dobijo klopa.

T.: Ja, tudi februarja jih vidiš.

J.: Ja, zato jih sedaj zaščitim celo leto. So notri. Morda pozimi redkeje, na dva meseca, ko pa je sezona, pa na en mesec.

Mo.: Se spomnite, kdaj ste nazadnje zdravili vaše živali za klope in kdaj za bolhe?

B.: Meni je to isto, saj dobiš vse v enem.

J.: To so iste ampule, ne ločujemo, zdravimo za oboje. Danes dopoldan sem dal vsem mačkam.

B.: Pri nas ene 14 dni nazaj.

S.: Jaz tudi 14 dni nazaj.

K.: Jaz sem dala ampule vsem kakšen mesec nazaj, terierju pa tisti tablet kakšen teden nazaj.

A.: Dala sem konec maja. Doma imam namreč tablo, na katero si zapisujem točne datume, kdaj dobijo sredstva za zunanje in za notranje zajedalce.

Mo.: Če pomislite na zdravila za odpravo zajedavcev, ali vašega ljubljence različno pogosto zdravite za bolhe oziroma za klope?

A.: Pomislim na oboje, praktično enako, saj uporabljam proizvod, ki deluje na oboje – klope in bolhe.

T.: Ja, to so isti preparati.

Mo.: Bom drugače vprašala, in sicer ko daste zdravilo, ali imate v mislih bolhe ali klope?

B.: Klope.

A.: Večkrat klope.

J.: Klope.

K.: Mene je bolj strah bolh. Klopa se mi zdi, da lahko tudi sama odpikam. Pri bolham se mi pa zdi, da imaš pol cel kažin.

S.: Pri meni je razlog oboje.

J.: Meni tudi, samo prej opazim klope.

B.: Pri nas smo samo enkrat imeli bolhe, klopov je skoz ful. Čeprav takrat ko smo mel bolhe, smo mogli tudi kočico in pesjak razkužiti. Dela preveč.

T.: Jaz tudi dam za oboje.

Mo.: Kje običajno iščete ali dobite informacije o zdravilih za odpravo zunanjih zajedavcev?

B.: Veterinar.

T.: Jaz isto.

J.: Imam prijateljico veterinarke in zaupam njej.

A.: Jaz se tudi posvetujem s prijateljico veterinarke ali pa sama poiščem informacije na spletu ali pri samem proizvajalcu oziroma dobavitelju dotičnega izdelka. Sem farmacevtka, takšen način mi je domač.

S.: Jaz tudi pri veterinarju.

K.: Jaz pa dam veliko na mnenje drugih. Vprašam kolege psjanarje, od njih veliko izvem. Od drugih sem najbolj pobirala informacije, kaj komu kaj pomaga. Sicer sem potem tudi sama preizkusila.

Mo.: Kaj pa kakšni forumu, splet ...

T., S., K., B.: Ne.

A.: Tudi.

Mo.: Se spomnite, koliko časa ste porabili za iskanje informacij o zdravilih za odpravo zunanjih zajedavcev, ko ste se prvič soočili s tem problemom?

S.: Ko sem imela problem, sem sprobala vse. Sem šla naprej v trgovino, sem kupila naravne, sem sprobala, ni bilo učinkovito. Potem sem šla do veterinarja, so mi povedal, takole morate naredit. Sem pa prišla do lastnega zaključka, da psa daš v banjo, v vodo. Najbolj naravna stvar in potem bolhe pocrkajo, ker ne morejo dihat (smeh).

B.: Se spomnim, ko smo res imeli težave, smo šli direkt v veterinarsko ambulanto. Kupil tisto, kar je treba, da smo razkužili tudi prostor in vse. Nismo šli v Merkator, pa da bi tam neke žblj šampone kupoval, ampak direkt v veterinarsko ambulanto, kupili cel komplet, ki je bil tudi precej drag, nismo gledali na ceno. Važno je bilo, da smo imeli vse, kar potrebujemo doma.

A.: Prvič sem se s tem problemom srečala 9 let nazaj, ko sem domov pripeljala psico, ki je imela bolhe. Takrat me je na to opozorila veterinarke, h kateri sva šli zaradi registracije psice in vpisa v register. Veterinarke mi je tudi priporočila proizvod in ga tudi sama takoj aplicirala. Torej preprosto. Nasvet veterinarke.

K.: Prvič mislim, da sem šla tudi k veterinarju.

J.: Mi pa smo najprej probal z nekim šamponom, ki smo ga kupili v Merkatorju, tisto ni bilo ravno zanesljivo. Potem smo šli na veterinarsko postajo in tam so nam dali ampule. Ok, v redu, hvala. Od takrat naprej je to to. Psici smo pa dali nexgard, je to malo lažje, ker ima tako dolgo dlako in je ampule težko dat. Ampak za mačke je pa ampula in to je to.

B.: Ja, to rata neka rutina, ko vidiš, da deluje.

J.: Ja, res je, ko vidiš, da deluje, potem si zadovoljen s tem in se tega držiš.

Mo.: Ali pri rednih nakupih še vedno iščete kakšne informacije?

J.: Ne.

B.: Ne.

A.: Trenutno ne, sem zelo zadovoljna s produktom, ki ga uporabljam.

K.: Jaz sem sedaj prvič kupila tableto, ker so mi tako svetovali prijatelji. V veterini sem tudi zdržala dve minuti, da mi je razlagala. Na koncu sem se odločila, da eno preizkusim.

S.: Jaz sem že vse živo spraševala in sprobala.

T.: Sedaj ne.

Mo.: Kaj bi dejali, kje vse lahko skrbnik hišnega ljubljence pridobi informacije o zdravilih za odpravo zunanjih zajedavcev?

A.: Pri veterinarju in na spletu. Po mojem mnenju še vedno ljudje največ informacij dobijo pri veterinarju. Mogoče tudi v lekarni.

T.: Najbolj pametno pri veterinarju.

B.: Ja, isto. Jaz moram reči, da sem šele pred kratkim opazila, da so v lekarnah. Samo ne vem, kako so te farmacevtke večje tega. Po moje je veterinar bolj verodostojen.

K.: Samo v lekarnah imajo sedaj nekaj novega. V tej lekarni imajo neko vrsto ampul, pa jaz nisem bila zadovoljna z njimi. Ni isto kot Frontline.

T.: Nikakor pa ne bi šla v te trgovine za male živali, ker oni itak ne smejo prodajati nič takšnega, kar je zdravilo. To lahko prodaja samo ambulanta ali pa lekarna. Vse, kar lahko te trgovine prodajajo, so izključno eterična olja.

K.: Jaz kupujem v lekarni. Ker kupim še druga zdravila. Kupim Frontline.

S.: Jaz kupim zdravila na veterini.

B.: Jaz bi, če bi želela kaj novega, šla prvo vprašat v veterinarsko ambulanto. Če ima na primer farmacevt lastno izkušnjo psov, potem ti bo znal svetovati, drugače pa ne vem kako. Včasih še za človeške preparate nimajo pojma.

T.: Jaz isto mislim.

Mo.: Kako ocenjujete verodostojnost informacij, ki jih dobite od stroke (veterinarjev ali farmacevtov) na eni strani in verodostojnost osebnih virov informacij (prijatelji in sorodniki) na drugi strani?

B.: Če je meni kdo rekel, jaz pa uporabljam neko zdravilo, grem vprašat oziroma preverit k veterinarju. Po ključne, strokovne informacije pa bi šla v veterino. Da mi še dodatno povejo, predno bi se odločila za nakup.

S.: Na stroko dam veliko težo, ampak še vedno grem še po drugo, tretje ali četrto mnenje. K prijateljem. Da preverim, če stroka drži.

T.: Ja, tudi izkušnje. Kaj bolj prime, kaj slabš prime.

S.: Ja, je pomembno, kaj je že kdo uporabil, saj tukaj se strokovno mnenje nadaljuje, samo med prijatelji preveriš.

K.: Jaz tudi dam veliko na to, kaj mi povejo drugi, prijatelji, tisti, za katere vem, da skrbijo za pse na primeren način. Mene ne prepriča nekdo z nekim pudeljčkom, ki ga vsaki dan tušira, ampak nekdo, za katerega vem, da vsak dan psa po gmajni fura in mi reče, da to funkcionira, mu bom bolj verjela. Sem imela izkušnjo, da mi je veterinar hotel prodati čim bolj drago. Verjamem, da ve, kaj govori, verjamem pa tudi to, da se gre nek marketing.

J.: Ja, moraš vedet tudi katerega veterinarja poslušat. Mi je pomembno, da vprašam veterinarja, ki se večino časa ukvarja z malimi živalmi, da ni nek terenc, živinozdravnik, ki o malih živali nima dosti pojma. Da ti neki ne podturi.

A.: Veterinarjem in farmacevtom načeloma zaupam. Kot farmacevtka pa se še vedno o vsaki stvari prepričam sama. Najbolj zaupam strokovnim virom – študijam in raznim

strokovnim navodilom za uporabo, ki jih dobim pri proizvajalcu/dobavitelju zdravila. Kar se tiče prijateljev in sorodnikov, pa po navadi oni mene sprašujejo za informacije.

B.: Torej bomo sedaj mi tebe spraševali.

Mo.: Kje ste prejeli informacije za čisto zadnji nakup tovrstnih zdravil?

K.: Jaz od prijateljev.

B.: Od veterinarja, ki mu zaupam.

J.: Od prijateljice veterinarke. Ji zaupam.

A.: Nikjer, ker ta produkt uporabljam sedaj že skoraj dve leti.

T.: Od veterinarja. Je pa dobro, če greš vprašat veterinarja, da ga vprašaš, kaj so slabosti ali prednosti posameznega zdravila. Lahko ga vprašaš, kakšne ima on izkušnje in kaj on gor svojemu psu daje. Pa upaš, da se ti ne zlaže.

S.: Jaz pa od drugih sprehajalcev.

Mo.: Katero farmacevtsko obliko ste do sedaj že preizkusili?

B.: Ampule.

J.: Zelo dolgo nazaj smo preizkusili ovratnice, pa se niso obnesle.

A.: Uporabljala sem ampule in tablete. Ovratnic nikoli, saj psice spijo z mano v postelji in se mi ovratnice zato ne zdijo najboljša izbira. Najraje uporabljam tablete. Imam psice, ki so nore na vodo, zato mi pri ampulah ni všeč to, da se par dni po aplikaciji ne morejo kopat.

T.: Pravijo, da naj bi bil za pse Foresto izjemno učinkovit.

J.: Pri mačkah so ovratnice problem, ker jih rade zgubijo, nekako se mi zdi, da so za njih ampule najbolj učinkovite.

S.: Jaz tudi ampule in pa tablete. Zelo dolgo nazaj smo mu dali tudi ovratnico, ampak ko vidiš, da bolha leze po ovratnici, potem veš, da to ni to.

K.: Jaz sem trenutno zadovoljna in s tabletami in ampulami. Pri ta velikih mi ampule držijo, pri terierju pa mi niso prijele, so se klopi na njega obesli, zato sem mu dala tableto in sem navdušena. Tako, da ne vem, kaj bom dala v nadaljevanju. Tablete so sicer mal drage.

B.: Trenutno ne čutim potrebo po raziskovanju. Imamo Frontline in to je to.

J.: Se mi zdi, da je mačkom še vedno lažje dati ampulo za vrat kot pa tableto v gobec. Mački imajo poleg zob, še cel kup krempljev, ki jih zelo radi uporabljajo. Pri mačkah je tudi to, da takoj ko vidijo, da imaš zdravilo v roki, se bodo poskušali skriti, tako da jih moraš pretentat, predno jim daš zdravilo.

K.: Jaz moram tud pse najprej privezat. Ko samo vidijo embalažo od zdravila ... je konc. Se kar umaknejo.

Mo.: Ko se odločate za nakup zdravila za zdravljenje bolhavosti in klopavosti, kaj vam je pomembno?

T.: Da deluje.

A.: Učinkovitost, varnost in enostavnost uporabe. Cena mi tu sploh ni pomembna.

B.: Podobno. Glavna je pa učinkovitost.

S.: Da dela.

J.: Učinkovitost.

K.: Isto.

J.: Da res prime in da drži čim bolj.

Mo.: Kaj pa enostavnost uporabe?

J.: Se mi zdi, da tisto je bonus. Najpomembneje je, da deluje in da drži neki časa. Se bom pa že pomatru, da bom dal gor zdravilo.

T.: Ja, isto. Kaj ti pomaga, če daš zlahka, potem pa ne dela?

S.: Se popolnoma strinjam.

K.: Je pa verjetno lažje s tabletami, ker ni treba pazit na dež.

J.: Za pse je verjetno tudi laži dat tablet, še posebej, če je ješča pasma na primer zlati prinašalci ali pa labradorci, mu daš kot en priboljšek. Pri zbični pasmi pa verjamem, da mu je težje dati tableto. Za mačke pa so tablete nadležne.

Mo.: Kaj bi izpostavili kot najpomembnejši dejavnik, zaradi katerega se odločite za določeno zdravilo?

B.: Nasvet strokovnjaka in potem lastna izkušnja.

A.: Podobno kot prej.

J.: Podobno. Če ne bi bilo ok, bi pa iskali naprej.

T.: Ja, tudi podobno.

K.: Lastna izkušnja.

S.: Velik lastnih izkušenj.

Mo.: Ste pri zadnjem nakupu tehtali med več izdelki za odpravo klopov in bolh? Če da, katerih, kaj je potem pretehtalo, da ste izbrali?

S: Jaz sem tehtala med ampulami in med tableto. Pa sem ugotovila, da sedaj tekom poletja je boljše tableta. Sedaj je na tabletah, mu pa vseeno kombiniram, ker mu je tableto težko dat. Ima pa sedaj tableto, ker gre pes zelo rad v vodo in je tableta bolj praktična, ker voda ne vpliva. Ne vem pa, katero ima. Jaz ta imena pozabim. Je pa za en mesec. Čeprav se moram psihično pripraviti, da mu dam tableto, ker je ne mara pojest, čeprav mu jo dam v piščanca ali pa poli salamo.

A.: Ne, že skoraj dve leti uporabljam ta proizvod. To je to, je učinkovit. Trenutno ne tehtam.

J.: Jaz sem mačkam tablete, ko sem jih moral dat, namazal z majonezo, ker je masta, pa deluje kot lubrikant in pol jo lažje pojejo.

T.: Odpri mu gobec in mu daj tableto na koren jezika, da je ne more ven spljunit. Pomasiraš po vratu, da jo pogoltne.

J.: Jaz pri zadnjem nakupu nisem tehtal. Deluje, pa mi je brez zveze neki menjat.

K.: Jaz sem že rekla, sedaj sem pri ta maumu dala tableto. Bomo videl, za enkrat dela.

Mo.: Katera zdravila za odpravo klopavosti in bolhavosti ste do sedaj že stestirali?

S.: Jaz sem veliko sprobala. Tudi pršilo Raid za okolico, da zapliniš vse.

B.: Mi tudi ta pršila za okolico.

A.: Sem kar nekaj na primer Frontline combo, Prac-tic ter Nexgard. Tablete so trenutno zakon.

Mo.: Kakšno vlogo imajo razum in čustva, ko se odločate za nakup veterinarskega zdravila za odpravo bolh in klosov?

T.: Razum.

B.: Cost – benefit, si pripravljen dati tudi več, če res dela.

S.: Da dela in da je stroškovno učinkovito.

K.: Čim manj čustev, da ne boli cena.

B.: Točno tako, nakupuješ vedno čustveno, potem pa razumsko opravičuješ.

Mo.: Če prav razumem, človek bi požrl tudi ceno, samo da je učinkovito?

T.: Ja, sam da bi delal.

A.: Meni cena ni dejavnik. Zdravje prvo.

B.: Sam da je učinkovito. Da maš mir.

T.: Neki je, da če bi bil sedaj nek preparat dvakrat dražji do drugega delujočega, potem ne vem, zakaj bi. Če ti en dela in ti potem ponudijo novega dražjega, potem nikakor.

S.: Ja, potem cena pretehta.

K.: Spremljaš, kaj učinkuje za tisto ceno.

T.: Tako bom rekla, če Frontlinu kar naekrat ne bo zrastle cena za 50 %, potem bom pri njem ostala. Oziroma da ne bo prišlo do bistvenega dviga cene, mogoče nekje do 10 %.

B.: Meni je pa tudi sumljivo, če gre pa potem konkurenca na pol cene. Pol pa se tudi vprašaš, če res dela.

K.: Ena tableta za majhnega psa za cel mesec je 14 €. Ampula za ta velikega psa je pa 10 €. Tableta za velikega psa je pa za 30 € ena tableta za cel mesec. Terierju je tableta prišla. Ta velika dva sta na ampulah in mi je tableta za 30 € predraga. Za oba psa 60 € na mesec, to mi je pa res drago.

J.: Ja, če imaš velikega psa, potem imaš že velik strošek za hrano, potem pa še za ta zdravila.

T.: Potem pa vidiš, da ampula deluje, potem res nimaš namena menjati. Se nimaš namena v tableto sploh spuščati, četudi ma kakšne prednosti.

K.: Frontline Combo ima 9 € pa še nekaj za eno ampulo, da daš potem pa 30 €, no go. Ta maumu bom sedaj dajala tableto, ker ne vem, zakaj Frontline ni prišel in mu bom dala še naprej.

T.: Nima smisla, da daš nekaj, kar drži isto časa, pa je ful dražje. Ni pa bistvene razlike v učinku.

Mo.: Kje ste nazadnje opravili nakup za ta zdravila? Kaj je botrovalo izbiri tega mesta?

T.: Pri veterinarju.

A.: Veterinarska ambulanta. Tam namreč dela moja prijateljica, zato sem pogosto tam in spotoma še nakupim stvari, ki jih potrebujem.

B.: Pri veterinarju.

S.: Tudi jaz pri veterinarju, zato ker drugje ne dobim. Tablete ne dobim v lekarni in tudi ne ampule Ex-spot ne dobim.

K.: Tableto sem kupila v veterini, ampule pa v lekarni, ker sem tam opravila še drug nakup. Mi je pravzaprav vseeno, kje kupim.

Mo.: Kako ste bili zadovoljni z zadnjim nakupom zdravil za odpravo klopov in bolh? Ste imeli dobre ali slabe izkušnje?

K.: Za tableto za enkrat kaže dobro.

S.: Jaz sem tudi sedaj zadovoljna.

J.: Smo zadovoljni. Mačkam lahko dam in dela.

T.: Enako.

A.: Z zadnjim nakupom sem bila izredno zadovoljna. Kot sem že omenila, ta proizvod uporabljam že skoraj dve leti in ga ne bi zamenjala.

B.: Za enkrat dela.

Mo.: Če se spomnite na svoje dosedanje izkušnje, kateri izdelek se je najbolje obnesel? Kaj menite zakaj?

T.: Za enkrat Frontline dela.

A.: Nexgard. Način uporabe je lahek, pa tudi zelo dobro deluje proti klopom. Lahko se kopajo. Labradorci so nori na vodo.

B.: Imeli smo Frontline in Advantix. Sedaj imam Frontline. Je ok. Dela, pes ga dobro prenaša.

J.: Uporabljamo Frontline Combo. Kot sem že povedal, pri mačkah dela in ga je enostavno nanest.

K.: Bom videla, kako bo sedaj s tabletami. Pa se odločim, edino cena me mal muči.

S.: Jaz imam ampule Ex-spot in so učinkovite na mojem psu. To deluje. Frontline ni deloval.