

# PATĒRĒTĀJU ATTIEKSME PRET ILGTSPĒJĪGU IEPAKOJUMU

## CONSUMER ATTITUDES TOWARDS SUSTAINABLE PACKAGING

**Karlīna Kļaviņa**

Mārketings un tirdzniecības vadība, TVL2D1, karlinaklavina@gmail.com

***Abstract:** Nowadays the amount of waste has increased rapidly, so one of the solutions to reduce this problem is to involve the public sector. Consumers' attitude towards sustainable packaging and its implementation needs to be researched. The aim of the work is to analyze consumer attitudes towards sustainable packaging marketing. The research method of the study is a survey that covered various issues related to consumer reaction to price changes, design, and general attitudes towards the importance and significance of sustainable packaging. However, consumers in Latvia are only willing to support, not pay more for the product in environmentally friendly packaging.*

**Atslēgas vārdi:** Ilgtspējīgs iepakojums, pārstrāde, patērētāji, patērētāju attieksme

### Ievads

21.gadsimtā piesārņojums ir skāris visu pasauli, tāpēc tiek meklēti risinājumi un veidi kā to mazināt. Lielu piesārņojuma daļu rada plastmasas un citu materiālu atkritumi, kas sliktākajā gadījumā nemaz netiek pārstrādāti. Šo atkritumu daļu sastāda tirdzniecībā izmantotie plastmasas maisiņi, izlietotais produktu iepakojums, kas nonāk atkritumos vai dabā, kur lielākoties iepakojumu izmantotā materiāla dēļ tas nepārstrādājas, radot piesārņojumu. Vidēji ikviens Eiropas iedzīvotājs gadā izmanto līdz pa 200 plastmasas maisiņus, no kuriem lielākā daļa tiek izmantots tikai vienu reizi (Parlaments, 2015). Šādas problēmas novēršana ir jāveic apzināti, tāpēc lielisks veids kā orgaizācijām piesaistīt patērētāju uzmanību ir atbalstīt šāda veida pārmaiņās. Ilgtspējīga iepakojuma ieviešana ļoti iespējams, ka mainītu produkta cenu. Pieņemot, ka ilgtspējīgs iepakojums var palielināt produktu cenas ir jāņem vērā patērētāju reakcija un attieksme pret to, piemēram, kā mainīsies to paradumi, lojalitāte pret produktiem. Vispirms ir ļoti svarīgi izprast patērētāju kopējo attieksmi un uzskatus pret piesārņojumu, un to iesaistīšanos situācijas uzlabošanas procesā. Lai iegūtu izpratni par reālo patērētāju attieksmi tika veikts pētījums. Veicot aptauju, tika analizēta Latvijas patērētāju attieksme un uzskati par ilgtspējīgu iepakojumu tirdzniecībā, lai iegūtu reālus rezultātus un gūtu priekšstatu. Ir svarīgi uzzināt ne tikai pieaugušu cilvēku atbildes, bet arī studentu un jauniešu, lai saprastu izredzes uzlabot situāciju nākotnē un iespējas kā vērst sabiedrības sektora uzmanību.

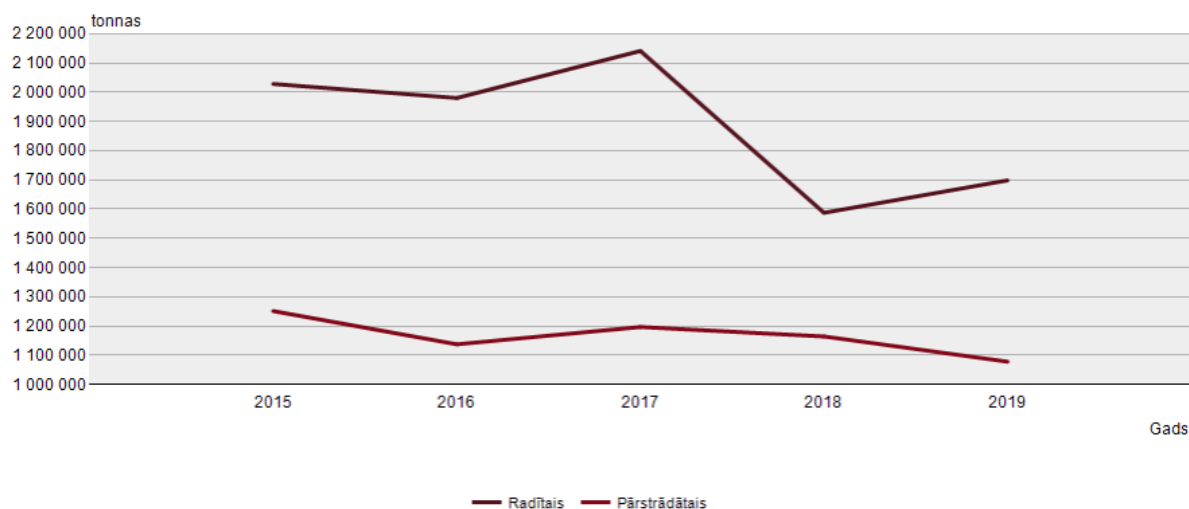
## **1. Teorētiskā daļa**

Mūsdienām attīstoties ir pieaugusi dažādu izsmešu nonākšana dabā, kas atstāj lielu ietekmi un kaitējumu visai pasaulei kopumā. Atkritumi rodas ik sekundi un tā daudzums tikai pieaug, taču šo globālo problēmu ir iespējams mazināt, apdomājot ikdienā izvēlēto iepakojumu materiālu. Ilgtspējīgs iepakojums ir gan iepakojuma izstrāde, gan izmantošana tā, ka rezultātā tiek uzlabota tā ilgtspēja. Ilgtspējīgs iepakojums attiecas uz tādu iepakojuma risinājumu iegūšanu, izstrādi un izmantošanu, kuriem ir minimāla ietekme uz vidi un nospiedumu. Citiem vārdiem sakot, ilgtspējīgs iepakojums ir videi draudzīgs un neveicina turpmāku dabas resursu izsmelšanu, kā arī to ir iespējams pārstrādāt. Patērētāji iegādājās visdažādāko iepakojumu, kas varētu pārtapt no vienreizēja uz ilgtspējīgu iepakojumu, piemēram, aizstāt ikdienas preču iepakojumus, plastmasas ūdens iepakojumu, salmiņus un ēšanas piederumus, ziepju, matu šampūnu un kondicionieru, pilnībā atbrīvoties no plastmasas maisiņiem tirdzniecības veikalos, izmantojot tikai kartona olu bretes un citus iepakojumus, ko iegādājamies ikdienā. Vides piesārņojuma uzlabošanu var veicināt uzņēmumi, pārejot no vienreizlietojama iepakojuma uz ilgtspējīgu, protams, ņemot vērā izmaksu izmaiņas un materiālu pieejamību, taču patērētāji var veicināt pozitīvas izmaiņas tieši izvēloties ilgtspējīgu iepakojumu. Nav sliktu vai labu materiālu, tikai pareizs vai nepareizs iepakojums. Jāņem vērā, ka Eiropas Parlaments aktīvi iesaistās šī jautājuma risināšanā. 2017. gadā iepakojuma atkritumi Eiropā sasniedza rekordaugstu līmeni. Jauno noteikumu mērķis ir nodrošināt, ka līdz 2030. gadam viss iepakojums ES tirgū ir ekonomiski atkalizmantojams vai reciklējams (Parlaments, Kā ES vēlas līdz 2050. gadam izveidot aprites ekonomiku?, 2021).

## **2. Situācijas analīze**

Piesārņojums skar visu pasauli, tāpēc ir novērojams arī Latvijā. Ir svarīgi saprast radīto atkritumu daudzumu, to šķirošanas, savākšanu un pārstrādes iespējas. Aplūkojot statistiku un savstarpējo lielumu korelāciju, var analizēt un veidot priekšstatu par situāciju Latvijā. Eiropas Savienībā ik gadu tiek patērēti 1,62 miljonu tonnas plastmasas maisiņu, no kā Latvija katru gadu patērē 3,05 tūkstošus tonnu maisiņu (Josta, bez datuma). Tās ir milzīgas masas, kas bieži vien nonāk ūdenī, mežos, pļavās, publiskās vietās, barības ķēdēs, kas var beigties letāli. Atkritumi rodas vajadzību dēļ, taču pareizu izejmateriālu izvēle var atrisināt šādu problēmu. Kopumā Latvijā tiek radīts liels skaits sadzīves un bīstamo atkritumu, kā arī to savākšanas un pārstrādes procesam būtu jābūt proporcionāli līdzīgākam.

## VIG040. Sadzīves un bīstamo atkritumu daudzums, to savākšana un pārstrāde



### 2.attēls Sadzīves atkritumu daudzums un pārstrāde ([www.csb.gov.lv](http://www.csb.gov.lv))

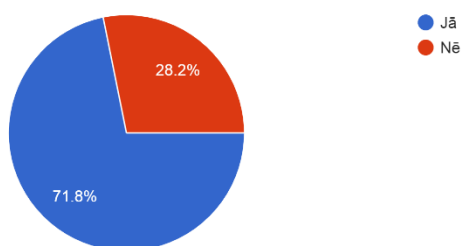
Grafikā attēlots sadzīves atkritumu daudzums un tā pārstrāde tonnās. Atkritumus likvidē arī citos veidos, piemēram, dedzina, apglabā un eksportē, taču šajā grafikā uzmanība tiek vērsta tieši pārstrādātajam daudzumam no visa kopējā sadzīves atkritumu radītā daudzuma valstī. 2015.gadā sadzīves atkritumu daudzums ir 2 028 351 tonnas, taču pārstrādātais daudzums ir 1 251 665 tonnas, kas ir 61.71% no visa kopējā daudzuma un atlikušie 39.29% tiek likvidēti citos veidos. Visa perioda laikā abi rādītāji mainījušies attiecīgi, ja viens pieaudzis vai krities, tad otrs arī, izņemot periodu no 2017.gada līdz 2018.gadam, kad radītais atkritumu daudzums piedzīvoja lielu kritumu 553478 tonnu apmērā, taču pārstrādāto atkritumu daudzums samazinājās tikai par 30000 tonnām. Kopumā periodā līdz 2019. gadam rādītāji ir krituši. Sadzīves atkritumu daudzums ir samazinājies par 329643 tonnām, bet pārstrādātais 173048 tonnām, kas ir gandrīz 3 reizes mazāk kā radītais atkritumu daudzums.

Var secināt, ka radītais atkritumu daudzums ir samazinājies, taču pēdējos 2 gados pieaudzis. Protams, ir jāņem vērā pandēmijas situācija, kad cilvēki iepakojumus lieto vēl vairāk kā iepriekš, piemēram, ņemot ēdienu līdzņemšanai, ne ēdot uz vietas, jo tas nav atļauts, tādējādi dažādu iepakojumu lietotais skaits tikai palielinās. Eiropas Parlaments aktīvi iesaistās dažādu uzlabojumu un regulējumu noteikšanai, lai efektīvāk cīnītos ar situāciju, piemēram, norādot, ka nevajadzētu izsniegt bezmaksas plastmasas maisiņus, lai patērētājiem būtu jāapsver papildus finansiāls lēmums. Jāņem vērā, ka problēmai nepieciešams arī risinājums, piemēram, patērētāju apzināta atkārtota maisiņu lietošana, papīra maisu iegāde un citas opcijas.

### 3. Pētījuma daļa

Primāri veikts lauku pētījums par patērētāju attieksmi pret ilgtspējīgu iepakojumu. Tika izstrādāta aptauja, kurā korespondentiem bija jāsniedz atbildes uz dažādiem jautājumiem par ilgtspējīgu iepakojumu un attieksmi pret to. Aptauja sastāvēja no 10 slēgtajiem jautājumiem un kopumā aptaujā piedalījās 71 korespondents, no kuriem 70.8% ir sievietes, bet 29.2% vīrieši. Lielāko daļu jeb 60.6% sastāda cilvēki vecuma kategorijā no 15 līdz 25 gadiem, 16.9% 26 līdz 36 gadi, 14.1% no 37 līdz 47 gadiem, 5.6% no 48 līdz 58 gadiem, 1.4% no 59 līdz 69 gadiem un 70 līdz 80 gadiem. Tika norādīta arī korespondentu izglītības līmenis, 50% norādīja pabeigtu augstāko izglītību, 25% vidusskolu, 17.5% profesionālo un 7.5% pamatskolas izglītību.

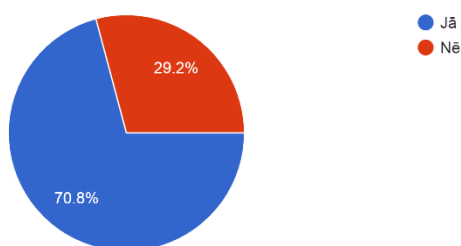
Vai Tu izjūti piesārņojuma ietekmi Latvijā?  
71 responses



#### 2.att. Vai Tu izjūti piesārņojuma ietekmi Latvijā?

Lielākā daļā jeb 71.8% no visiem aptaujātajiem atzina, ka izjūt piesārņojuma ietekmi Latvijā, taču atlikušie 28.2% norādīja, ka neizjūt.

Vai Tevi interesē kādi resursi tiek patērēti iepakojuma ražošanā?  
71 responses

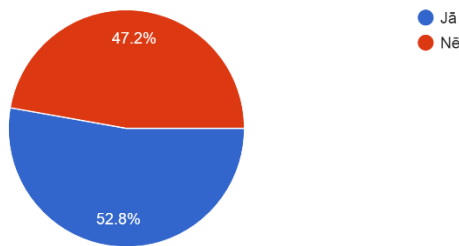


#### 3.att. Vai Tevi interesē kādi resursi tiek patērēti iepakojuma ražošanā?

Lielākā daļā jeb 70.8% norādīja, ka ir interese par iepakojuma ražošanā patērētajiem resursiem, kas var būt, piemēram, elektro un siltumenerģija un citi resursi, kas atstāj ietekmi uz dabu, taču 29.2% norādīja, ka tos neinteresē šāds faktors. Tātad var secināt, ka patērētājiem tomēr ir interese par to cik ļoti liels kaitējums dabai tiek radīts ne tikai pēc iepakojumu izmantošanas, bet arī to ražošanas laikā.

Vai ilgtspējīgs iepakojums ietekmē Tavu izvēli produktu iegādes brīdī? Piemēram, labāk izvēlies produktu, kas ir ilgtspējīgā iepakojumā (pārstrādājams vai otrreizējs)

71 responses

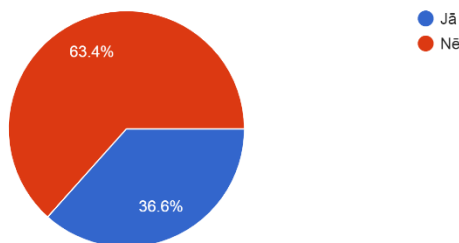


#### 4.att. Vai ilgtspējīgs iepakojums ietekmē Tavu izvēli produktu iegādes brīdī?

Ļoti aktuāls jautājums uzņēmēju vidū varētu būt par to, vai produkts ilgtspējīgā iepakojumā var ietekmēt patērētāja pirkuma izvēli. 52.8% norādīja, ka šāds faktors ietekmētu lēmumu, taču 47.2% norādīja, ka neietekmētu. Jāpieņem hipotēze, ka šādi lēmumu vieglāk pieņemtiem cilvēkiem, par labu ilgtspējīgam iepakojumiem tiem, kuri vismaz vispārīgi izrāda interesi par iepakojumu pārstrādāšanu un būtību.

Vai Tu vērs uzmanību marķējumiem uz iepakojuma? Piemēram, otrreiz pārstrādāts iepakojums.

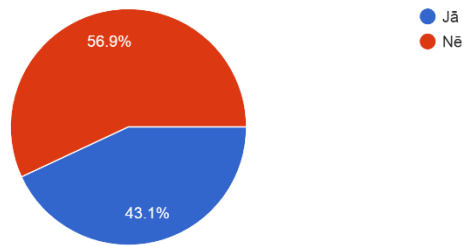
71 responses



#### 5.att. Vai Tu izjūti piesārņojuma ietekmi Latvijā?

Ļoti dīvaini šķiet fakts, ka lielākā daļā no visiem korespondentiem nepievērš uzmanību marķējumiem uz iepakojumiem. Tā kā šādu atbildi norādījuši 63.4% tas nozīmē, ka maza daļa no tiem, kas norādījuši, ka ilgtspējīgs iepakojums spētu ietekmēt produktu izvēles brīdi, tomēr nevērš uzmanību marķējumiem un apzīmējumiem uz iepakojuma. Tikai 36.6% no visiem aptaujātajiem pievērš uzmanību tam. Lieki piebilst, ka patērētājus ir jāinformē un jāizglīto par apzīmējumiem un marķējumiem, jo ne visi logo un uzraksti ir licenzēti. Dažreiz netiek pārkapts neviens likums, taču pašu patērētāju neievēribas dēļ tie var tikt maldināti ar nepatiesiem simboliem.

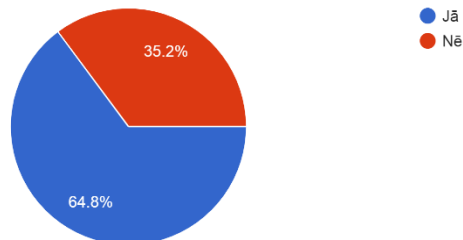
Ja ilgtspējīgs iepakojums nozīmētu augstāku produktu cenu, vai Tu izvēlētos tos?  
71 responses



### 6.att. Ja ilgtspējīgs iepakojums nozīmētu augstāku produktu cenu vai Tu izvēlētos tos?

Ļoti būtiskas ir cenu izmaiņas, ko var ietekmēt cita iepakojuma izvēle. Svarīgi saprast vai patērētāji ir gatavi maksāt lielāku summu par produktu, kas iepakots ilgtspējīgā iepakojumā. 43.1% norādīja, ka būtu gatavi maksāt augstāku cenu par produktu ilgtspējīgā iepakojumā, taču 56.9% norādīja, ka nebūtu gatavi maksāt vairāk, kas norāda, ka cena ir ļoti būtisks faktors un tas tomēr ietekmē patērētāju izvēli un paradumus. Protams, jāņem vērā klientu lojalitāte pret attiecīgo produktu, jo, iespējams, viņu paradumi mainītos, ja produkts būtu viņu ikdienas nepieciešamība.

Vai Tu vērstu uzmanību ilgtspējīga iepakojuma dizainam?  
71 responses

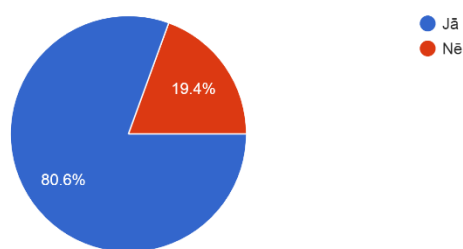


### 7.att. Vai Tu vērstu uzmanību ilgtspējīga iepakojuma dizainam?

Lai gan ilgtspējīga iepakojuma lielākā funkcija ir radīt pozitīvu ietekmi uz dabu, ir svarīgi piedomāt pie iepakojuma dizaina, kas spētu piesaistīt patērētāju uzmanību. Lielākā daļa jeb 64.8% aptaujāto norādīja, ka tie vērstu uzmanību ilgtspējīga iepakojuma dizainam, kas norāda, ka patērētāji ir ieinteresēti ne tikai funkcijas izpildē, bet arī kopējo iepakojuma dizainu. Dizains spēj izcelt produktu konkurentu vidū, taču tādā veidā ir iespēja radoši vērst vēl lielāku uzmanību uz to, ka iepakojums ir pārstrādāts vai kā citādi tiek nodrošināta ilgtspēja. 35.2% norādīja, ka iepakojuma dizains nav saistošs.

Vai Tu izmanto pirkumu maisiņu atkārtoti? Piemēram, apmeklē veikalu ar savu maisiņu.

71 responses

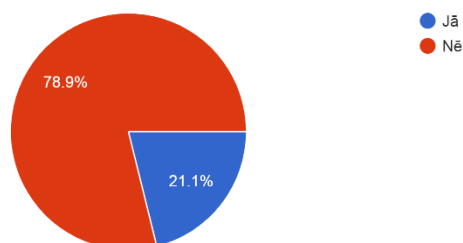


### 8.att. Vai Tu izmanto pirkuma maisiņu atkārtoti?

Tirdzniecībā izmantoto iepirkumu maisiņu skaits ir ļoti liels, tāpēc svarīgi ir saprast vai patērētāji aizdomājas par pirkumu maisiņu atkārtotu lietošanu. 80.6% no aptaujātajiem norādīja, ka izmanto iepirkumu maisiņu atkārtoti, kas ir ļoti liels solis vides uzlabošanā, lai plastmasas maisiņi lieki nenokļūtu dabā, taču 19.4% norādīja, ka neizmanto iepirkumu maisiņus atkārtoti. Jānorāda, ka Eiropas Parlaments aktīvi risina vides jautājumus, pieņemot dažādus lēmumus par plastmasas iepakojumiem, piemēram, pakāpeniski sākt aizliegt plastmasas produktus, piemēram, salmiņi un citus, kā arī noteikt prasības attiecībā uz iepakojumu pārstrādi un kopējo izejmateriālu sastāvu.

Vai Tu iepērcies beziepakojuļa veikalos/stendos?

71 responses



### 9.att. Vai Tu iepērcies beziepakojuļa veikalos/stendos?

Ļoti laba alternatīva plastmasas un citu nepārstrādājamo materiālu iepakojumiem ir beziepakojuļa veikali un stendi, kur cilvēki var iepildīt vēlamo produktu stikla burkā vai kādā citā daudzkreiz izmantojamā iepakojumā. No visiem korespondentiem tikai 21.1% iepērkas šāda veida stendos un veikalos, taču 78.9% norādīja, ka neiepērkas. Šo attiecību var ietekmēt patērētāju zināšanas par to kā pareizi iepirkties šādās vietās, kas ir nepieciešams un pieejams uz vietas.

## Secinājumi un priekšlikumi

1. Latvijā ir liels sadzīves un bīstamo atkritumu radītais daudzums, kas netiek pilnībā pārstrādāts, bet gan sadedzināts, aprakts, eksportēts utt.
2. Patērētāji Latvijā jūt piesārņojumu un ir gatavi rīkoties, lai uzlabotu vides stāvokli.
3. Patērētājus ir jāinformē un jāizglīto par apzīmējumiem un marķējumiem, kā atšķirt sertificētus.
4. Patērētāji būtisku uzmanību vērš iepakojuma dizainam, tāpēc tas ir spēcīgs instruments produkta izstrādē.
5. Ļoti būtiska loma ir produkta cenai, aptaujātie korespondenti nav gatavi maksāt lielāku cenu par produktu tikai tāpēc, ka tas ir ilgtspējīgā iepakojumā.
6. Problēmai nepieciešams arī efektīvs risinājums.

## Izmantotā literatūra un avoti

1. Eiropas Parlaments mājas lapa (2015), Iegūts 07.04.2021  
<https://www.europarl.europa.eu/news/lv/headlines/priorities/cina-ar-plastmasas-piesarnojumu>
2. Eiropas Parlaments (2021) Kā ES vēlas līdz 2050.gadam izveidot aprites ekonomiku Iegūts 03.04.2021  
<https://www.europarl.europa.eu/news/lv/headlines/society/20210128STO96607/ka-es-velas-lidz-2050-gadam-izveidot-aprites-ekonomiku>
3. Zaļā Josta Iegūts 02.04.2021 <http://www.zalajosta.lv/lv/tapusi-jauna-vides-isfilma-par-plastmasas-maisinu-parmeriga-paterina-ietekmi-uz-vidi-plastmasas>
4. Unileverfood, Iegūts 01.04.2021 <https://www.unileverfoodsolutionsbaltics.com/lv/please-recycle.html>
5. Chasan E. (2020) “ *TARGET, WALMART, CVS TEAMS UP TO GET RID OF PLASTIC BAGS*” Apskatīts: 25.01.21 <http://web.a.ebscohost.com/ehost/detail/detail?vid=7&sid=7d5ea857-55da-41e5-9973-50656316d77f%40sessionmgr4008&bdata=JnNpdGU9ZWZWhvc3QtbGl2ZQ%3d%3d#AN=144686567&db=bsu>
6. Valsts Vides Dienests (2020) “*Latvijā samazinās plastmasas maisiņu patēriņš*” Apskatīts 25.01.21  
<https://www.vvd.gov.lv/lv/jaunums/latvija-samazinas-plastmasas-maisinu-paterins>
7. The World Counts (2021) *Waste* Apskatīts: 25.01.21.  
<https://www.theworldcounts.com/challenges/planet-earth/waste/plastic-bags-used-per-year/story>