



# APKLAUSOS

## „EKOLOGIŠKŲ PRODUKTŲ IR JŲ ŽENKLINIMO REIKŠMĖ BEI ĮTAKA DARNAUS VARTOJIMO UGDYME“

### ATASKAITA

Tyrimą atliko:

Vakarų Lietuvos verslo kolegijos

Dėst. A.Rickuvienė

Ataskaitą rengė:

Vakarų Lietuvos verslo kolegijos

Karjeros centro vadovė

Vita Jonėnienė,

Dėst. A.Rickuvienė





## IVADAS

Siekiant išsiaiškinti studentų nuomonę apie ekologišką produktą ir ženklavimo reikšmę, buvo atliktas tyrimas.

Šiandieninėje maisto produktų rinkoje iš gausybės pažįstamų ir visiškai naujų maisto produktų vartotojams sudėtinga atsirinkti tokius, kurie leistų organizuoti sveiką asmens ir šeimos mitybą, padėtų išvengti sveikatos sutrikimų, atsirandančių dėl netinkamų maisto produktų vartojimo. Čia pirkėjams padės maisto produkto etiketė. Etiketėje pateikiama informacija, t.y. ženklavimas, turi būti pakankama, tiksli, teisinga, nesuklastota, lengvai suprantama, pateikiama valstybine – lietuvių kalba. Todėl šiame darbe aprašoma etiketės ir ženklavimo reikšmė prekei.

Tyrimo **tikslas** – sužinoti Vakarų Lietuvos verslo kolegijos studentų nuomonę apie ekologišką produktą ir ženklavimo reikšmę.

### Tyrimo **uždaviniai:**

- Susipažinti su ekologišku produktu;
- Išsiaiškinti etiketės reikšmę;
- Aprašyti kaip ženklinami ekologiški produktai;
- Apibendrinti ir išanalizuoti gautus tyrimo duomenis;
- Parengti tyrimo ataskaitą.

Tyrimo **objektas** – VLVK dieninio skyriaus prekybos vadybos ir verslo vadybos II kurso studentai.

Tyrimo **metodas** – anketinės apklausos duomenų analizė.





## **EKOLOGIŠKAS PRODUKTAS**

Ekologiški produktai pasižymi maistingumu bei geromis skoninėmis savybėmis. Auginant ir gaminant ekologiškus žemės ūkio ir maisto produktus nebuvo naudota sintetinių cheminių medžiagų, hormonų ar antibiotikų. Be to ekologiški žemės ūkio ir maisto produktai nėra genetiškai modifikuoti.

Terminai „ekologiškas“ ir „natūralus“ negali būti sutapatinami. Dažnai matome ant produktų etikečių „tik iš natūralių ingredientų“, „be hormonų“, „genetiškai nemodifikuota“, bet tai dar nereiškia, kad jie yra ir ekologiški. Tik terminas „ekologiškas“ įteisintas Europos Sąjungos Tarybos reglamente (EEB) 2092/91 ir Lietuvos įstatymuose. Ekologiškų produktų gamintojai ne tik laikosi bendrųjų principų, bet yra ekologinės gamybos sistemos taikytojai praktikoje.

Tiktai pažiūrėjus arba paragavus negalime nustatyti, ar produktas yra ekologiškas. Tik sertifikuotas gamintojas turi teisę realizuoti savo pagamintą produkciją pagal reikalavimus kaip ekologišką. Ekologiškas produktas visada bus paženklintas etikete, kurioje pateikiama pati svarbiausia informacija: ekologiškų produktų sertifikavimo ženklas, identifikuotas gamintojas, jo sertifikato numeris, sertifikavimo darbus atlikusi sertifikacijos įstaiga.

Gamintojas turi garantuoti, kad jo pagamintas produktas yra tikrai ekologiškas, nepalikdamas abejonės vartotojui.

## **ETIKETĖS REIKŠMĖ**

Šiandieninėje maisto produktų rinkoje iš gausybės pažįstamų ir visiškai naujų maisto produktų vartotojams sudėtinga atsirinkti tokius, kurie leistų organizuoti sveiką asmens ir šeimos mitybą, padėtų išvengti sveikatos sutrikimų, atsirandančių dėl netinkamų maisto produktų vartojimo. Vartotojai, pirkdami maistą atkreipia dėmesį ne tik į kainą, bet nori susipažinti ir su produktų kilme, sudėtimi, gamybai panaudotais komponentais bei maisto priedais. Pasirinkimą apspręsti turėtų ne patrauklus įpakavimas ar įtaigi reklama, o visapusiška ir teisinga informacija apie produktą, leidžianti palyginti jį su kitais maisto produktais ir išsirinkti tinkamiausią. Čia pirkėjams padės





maisto produkto etiketė. Etiketėje pateikiama informacija, t.y. ženklimas, turi būti pakankama, tiksli, teisinga, nesuklastota, lengvai suprantama, pateikiama valstybine – lietuvių kalba.

Paašškėjus kad produktas yra nesaugus ar netinkamos kokybės, produkto ženklimas turi padėti gamintojui surasti, surinkti ir susigražinti rinkoje paskleistą produktą, atlyginti pirkėjo patirtus nuostolius.

Tai, kad vartotojams parduodamos prekės privalo būti ženklinamos, numatyta Lietuvos Respublikos civiliniame kodekse, Vartotojų teisių gynimo įstatyme, Produktų saugos įstatyme, Maisto įstatyme, Genetiškai modifikuotų organizmų įstatyme.

Maisto produktų ženklimą reglamentuoja “Lietuvos Respublikoje parduodamų daiktų (prekių) ženklavimo ir kainų nurodymo taisyklės”, Lietuvos higienos norma HN 119:2002 “Maisto produktų ženklimas”, papildomi ženklavimo reikalavimai gali būti numatyti produktų techniniuose reglamentuose bei standartuose.

Etiketė – ne tik pirkėjo pagalbininkė bet ir svarbus įrankis konkurencinėje kovoje, todėl verslininkai turėtų pasirūpinti, kad etikečių užrašus galėtų įskaityti visi pirkėjai.

## **APLINKOSAUGINIAI ŽENKLAI**

Vartotojai įsigydami prekes teikia pirmenybę gaminiams, kurie yra ekologiški ir nekenkia ne tik sveikatai, bet ir aplinkai. Tokie gaminiai paprastai būna paženklinėti specialiais aplinkosauginiais ženklais.

Aplinkosauginis ženklimas remiasi principu „nuo lopšio iki karsto“, kuris galėtų būti paaiškintas taip: gamins per visą savo gyvavimo ciklą– pradedant žaliavų gavyba, jų paruošimu, o po to gaminį gaminant, vartojant, bei jam virtus atlieka, panaudojant antriam perdirbimui– yra nekenksmingas aplinkai ir vartotojo sveikatai. Aplinkosauginis ženklas– grafinis simbolis, kuris yra pateikiamas gaminio etiketėje, reklamoje, ant pakuotės kaip tam tikra informacija vartotojui.

Gaminiai pažymėti aplinkosauginiais ženklais tampa labiau pastebimi, gali sėkmingiau konkuruoti rinkoje. Vartotojas, už prekes, paženklintas aplinkosauginiu ženklu paprastai moka





daugiau, kadangi ir gamintojas patiria daugiau išlaidų. Aplinkosauginis ženklavimas nėra privalomas, jį laisvanoriškai gali pasirinkti gamintojas.

Europoje gaminiai aplinkosauginiais ženklais pradėti ženklinėti ne taip seniai, maždaug prieš dvidešimt metų. Atlikti įvairūs tyrimai rodo, kad gaminiai, paženklinėti nacionaliniais aplinkosauginiais ženklais yra kur kas populiariausi ir labiau žinomi vartotojams, negu gaminiai, paženklinėti regioniniais ženklais.



Europos Sąjungos žali lapas – tai regioninis aplinkosauginis ženklas. Šis ženklas yra suteikiamas ne maisto gaminiams, išskyrus maisto ir farmacijos gaminius bei gėrimus. Europos Sąjungos žali lapas yra rekomenduojama suteikti tik tiems gaminiams, kurių apyvarta yra didelė, ir yra skirti vartotojui, o ne pramoniniam naudojimui. Šis ženklas suteikiamas vadovaujantis Europos Sąjungos institucijų priimtais teisės aktais



Vandens lėlija – Lietuvos aplinkosauginis ženklas, skirtas žymėti ne maisto gaminius

## **EKOLOGIŠKŲ PRODUKTŲ ŽENKLINIMAS**

Ekologiški produktai turi specialius reikalavimus ženklinimui. Ekologiškais produktais laikomi tie produktai, kurie savo sudėtyje turi ne mažiau kaip 95 proc. ekologiškų sudėtinių dalių. Etiketėje turi būti nurodyta, ekologinę ūkį sertifikavusios įstaigos ženklas (EKOagros, lietuviškiems





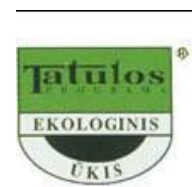
produktams) bei jos duomenys, sertifikato numeris. Jeigu produktas turi ekologiškų sudėtinių dalių ne mažiau, negu 70 proc., nurodoma, kad šis produktas turi „x“ proc. ekologiškų sudedamųjų dalių“, ekologinį ūkį sertifikavusios įstaigos ženklas (EKOagros, lietuviškiems produktams) bei jos duomenys, sertifikato numeris.

Dažnai neskaitome informacijos, kuri yra pateikiama ant etiketės, pakuotės ar informaciniame lapelyje. Tačiau ši informacija yra labai svarbi renkantis prekę. Etiketėje paprastai pateikiama informacija, kurioje nurodoma prekės sudėtis, jos savybės, kartais – paskirtis, t.y. kokiam tikslui prekę galima naudoti, prekės tinkamumo vartoti terminai. Toks informacijos pateikimas apie prekę dar kitaip vadinamas ženklinimu. Ženkinimas - informacijos vartotojui suteikimas.

Sertifikavimo įstaigos „Ekoagros“ ženklas (t.y. ne Lietuvos, bet vienos iš sertifikavimo įstaigų ženklas):



Tatulos programos sukurtas ir patentuotas Tausojamojo žemės ūkio sertifikavimo ženklas, galimas prototipas Lietuvos ekologiško produkto ženklui:



Vakarų Lietuvos verslo kolegija organizavo jaunųjų vartotojų nuomonės apklausą, tikslu išsiaiškinti jaunojo vartotojo žinias, poreikį bei nuomonę apie ekologišką produktą bei ženklinimo reikšmę.



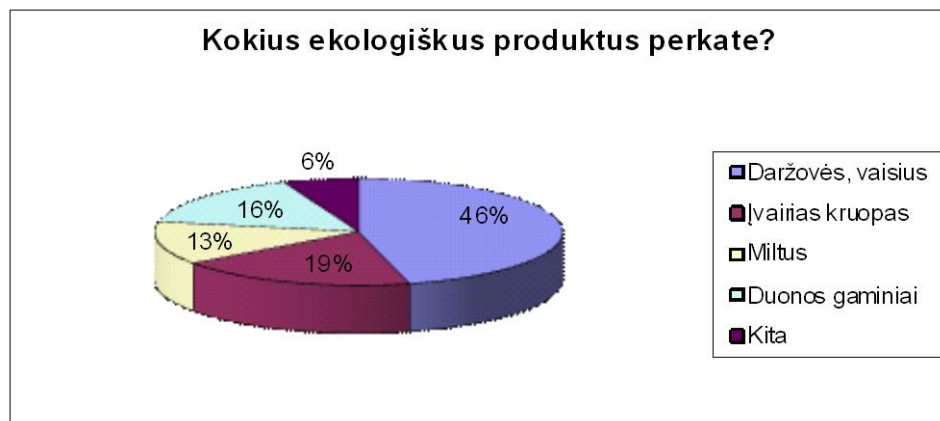


## II. TYRIMO BENDROJI CHARAKTERISTIKA

Didžioji dalis apklaustųjų - 81% perka ekologiškus produktus, likę -19% respondentų tikina, kad ekologiškų produktų neperka.

Kaip iš atlikto tyrimo matyti, kad dažniausiai apklausti studentai iš ekologiškų produktų grupės perka vaisius ir daržoves, ketvirtadalis apklaustųjų renkasi įvairias kruopas, kiek mažiau apklausoje dalyvavusių studentų perka duonos gaminius ir miltus. Apklausos duomenys pateikiami 1 paveiksle

### *Kokius ekologiškus produktus Jūs perkate?*



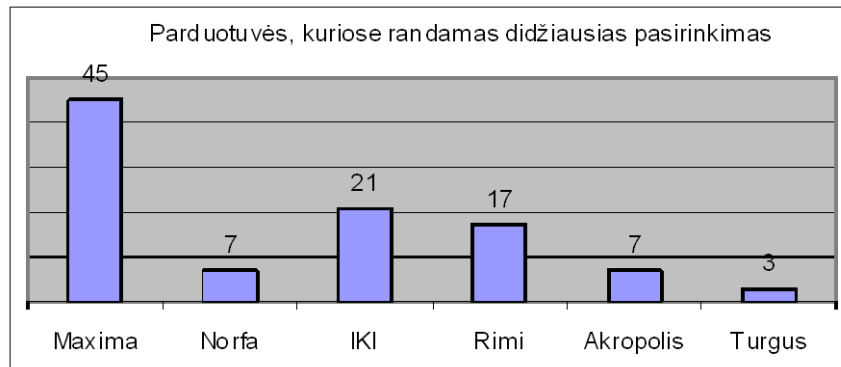
**1 pav.** Respondentų pasiskirstymas pagal ekologiškus produktus perkamumą

Studentų buvo klausiama kurioje miesto parduotuvėje jie randa didžiausią pasirinkimą. Beveik pusė respondentų nurodė, kad Maximoje didžiausias ekologiškų prekių pasirinkimas.





### *Kurioje miesto parduotuvėje Jūs randate didžiausią pasirinkimą?*

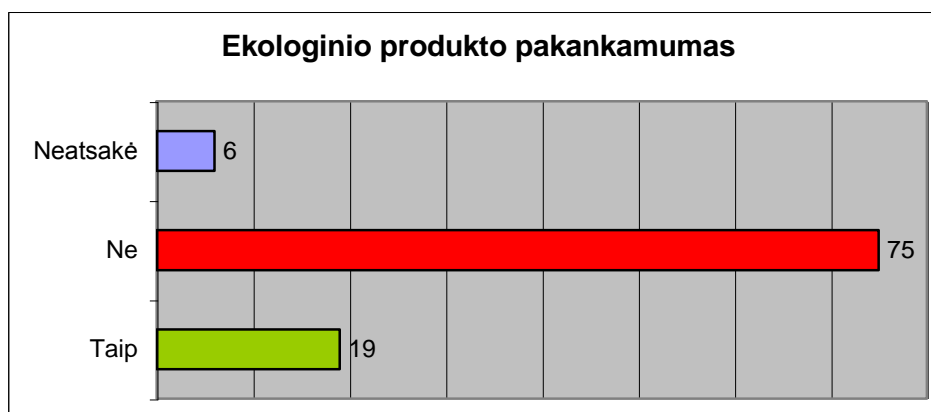


**2 pav.** Respondentų pasiskirstymas pagal tai, kurioje parduotuvėje randamas didžiausias pasirinkimas (%)

2 paveiksle pateiktos studentų išskirtos parduotuvėse, kuriose jie randa prekių didžiausią pasirinkimą. Be Maximos apklaustieji paminėjo parduotuves IKI ir Rimi, kurios dažniausiai yra įsikūrusios gyvenamuosiuose rajonuose ir yra arčiau namų.

Asortimentas – tai prekių ar paslaugų rinkinys, sudarytas pagal tam tikrus požymius. Tuo tarpu, ekologinių produktų asortimentas (pasiūla) dar nėra toks platus, palyginus su kitų prekių asortimentu.

### *Ar pakankama pasiūla ekologinio produkto?*



**3 pav.** Respondentų pasiskirstymas vertinant ekologinio produkto pasiūlos pakankamumą (%)

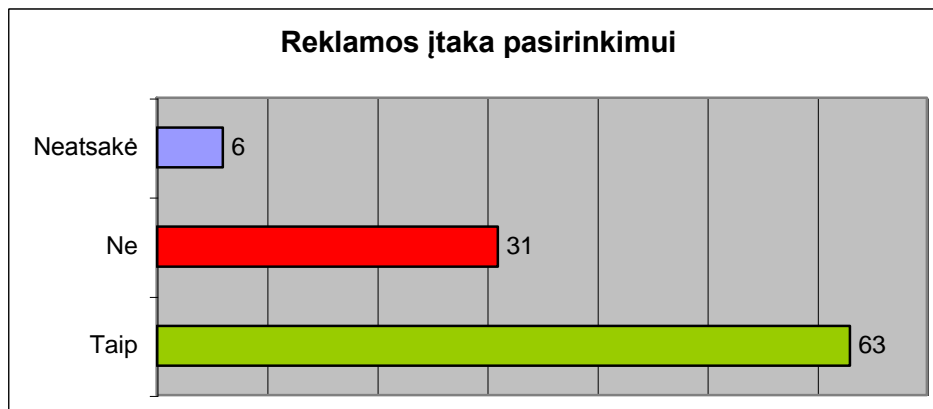




Studentų buvo klausiama ar jiems pakankama ekologinių produkto pasiūla. Kaip iš 3 paveikslo matyti, 19% apklaustųjų nejaučiamas ekologiškų produktų trūkumas, tuo tarpu, net daugumai - 75% respondentų ekologiškų produktų nepakanka.

Reklama – tai užsakovo apmokamas neasmeniškąs prekių, paslaugų ar idėjų propagavimas. Reklamos tikslas yra sukurti įmonės, prekės ar paslaugos įvaizdį. Reklama apskritai yra veiksnys įtakoiantis prekės ar paslaugos pasirinkimą.

*Ar ekologiškų produktų reklama daro įtakos Jūsų pasirinkimui?*



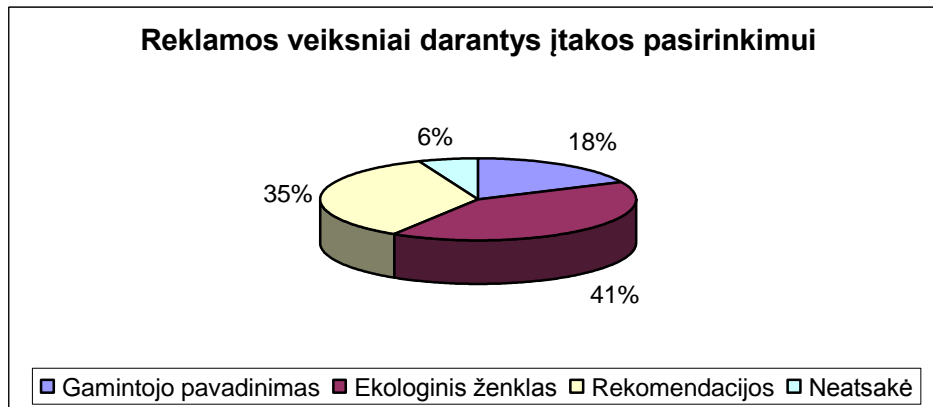
**4 pav.** Respondentų pasiskirstymas pagal tai ar ekologiškų produktų reklama įtakoja jų pasirinkimui (%)

Nors trečdaliui respondentų reklama neturi jokios reikšmės, reklama svarbų vaidmenį atlieka daugelio - 63% apklaustų studentų pasirinkimui.





### *Kokie reklamos veiksniai daro įtakos Jūsų pasirinkimui?*

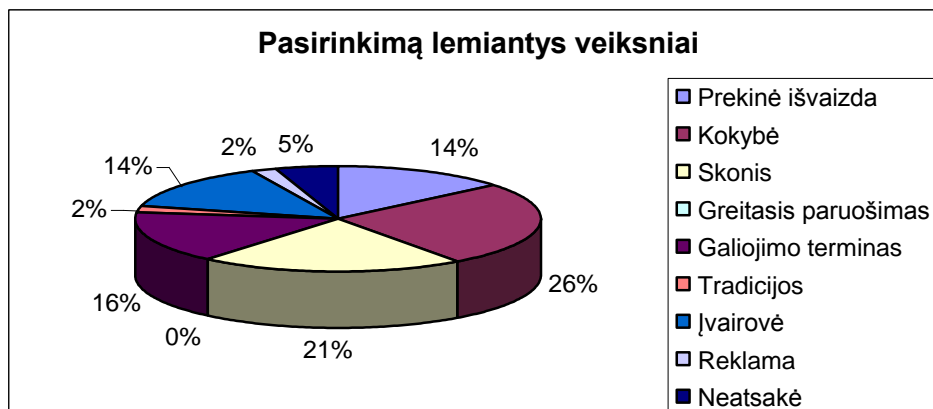


**5 pav.** Reklamos veiksniai įtakojantys respondentų pasirinkimui (%)

Didžioji dalis respondentų linkę manyti, kad ekologinis ženklas ir rekomendacijos yra vienos pagrindinių reklamos veiksnių, kurios daro įtakos vartotojų pasirinkimui. Mažiau svarbus veiksnys, įtakojantis pasirinkimui, respondentams buvo gamintojo pavadinimas.

Kaip iš anksčiau užduoto klausimo matyti, kad reklama turi įtakos vartotojui pasirinkimui. Tačiau reklamą palyginus su kitais pasirinkimą lemiančiais veiksniais, ji turi mažiausią reikšmę pirkinio pasirinkimui.

### *Kas lemia Jūsų pasirinkimą?*



**6 pav.** Respondentų pasirinkimą lemiantys veiksniai (%)



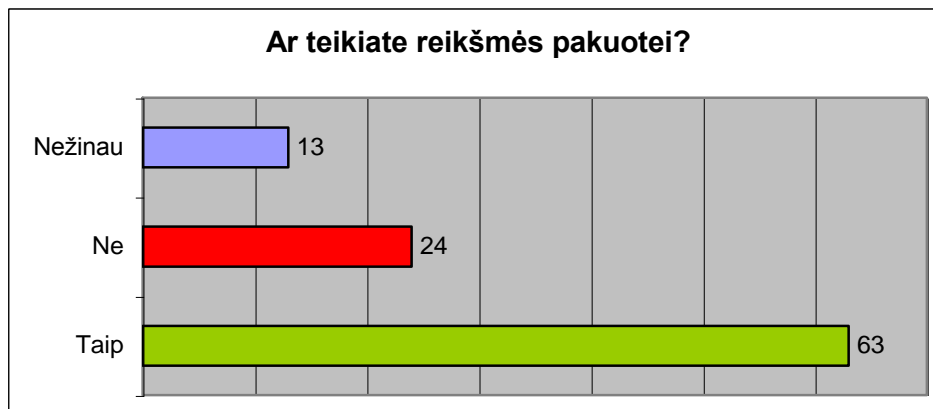


Kokybė, skonis, galiojimo terminas ir įvairovė bei prekinė išvaizda, anot respondentų, tai labiausiai pasirinkimą lemiantys veiksniai. Greitas paruošimas ir tradicijos mažiausiai turi reikšmės apklaustųjų pasirinkimui.

Pakuotė turi nemažą reikšmę produktui. Pakuotės dėka prekė ne tik saugiai pristatoma į prekyvietę, bet ir reklamuoja gamintoją, informuoja apie prekės savybes. Pakuotė- prekės įvaizdis.

Įpakavimas atlieka fizines funkcijas: apsaugo prekę nuo mechaninių pažeidimų, ilgą laiką saugo jos savybes, leidžia pateikti pirkėjui patogų kiekį, palengvina transportavimą. Įpakavimas atlieka ir prekybines funkcijas: suteikia informaciją pirkėjui apie prekę, leidžia savarankiškai, be pardavėjo pasirinkti prekę.

Nepaslaptins, kad į pirkinio kainą yra įskaičiuota ir pakuotės vertė. Todėl respondentams buvo užduotas klausimas *ar teikiate reikšmės pakuotei?*



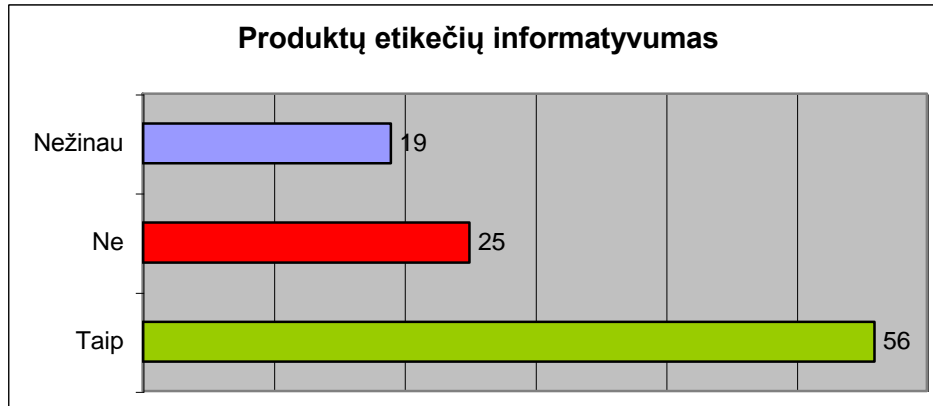
**7 pav.** Respondentų pasiskirstymas pagal tai ar jiems turi reikšmės pakuotė (%)

Kaip iš atlikto tyrimo matyti, daugiau nei pusė - 56% apklaustųjų studentų produktų etiketėje pasigenda informacijos apie ekologiško produkto savybes ir naudą. Ketvirtadalis - 25% nurodė priešingai. 8 paveiksle pateikti gauti tyrimo duomenys grafiškai.





*Ar produktų etiketėje Jūs pasigendate informacijos apie ekologinio produkto savybes ar naudą?*



**8 pav.** Respondentų pasiskirstymas pagal tai ar jie pasigenda produktų etiketėje informacijos apie ekologinio produkto savybes ar naudą? (%)

Kokybės vadybos sistema orientuota į vartotoją, didelis dėmesys skiriamas vartotojo poreikių ir lūkesčių užtikrinimui.

Įdiegus aplinkos vadybos sistemą privaloma laikytis švaresnės gamybos principų; identifikuoti ir valdyti tuos aspektus, kurie daro reikšmingą poveikį aplinkai, užtikrinti tinkamą pasirengimą avarinėms situacijoms.

Apie produktų kokybę vartotojai sprendžia dažniausiai ir daugiausiai pagal tai, ar juose yra maisto priedų, kokios trukmės vartojimo terminas, kokia sudėtis. Taip pat vadovaujamosi principu, kad lietuviški maisto produktai mažiau užteršti negu įvežtiniai.

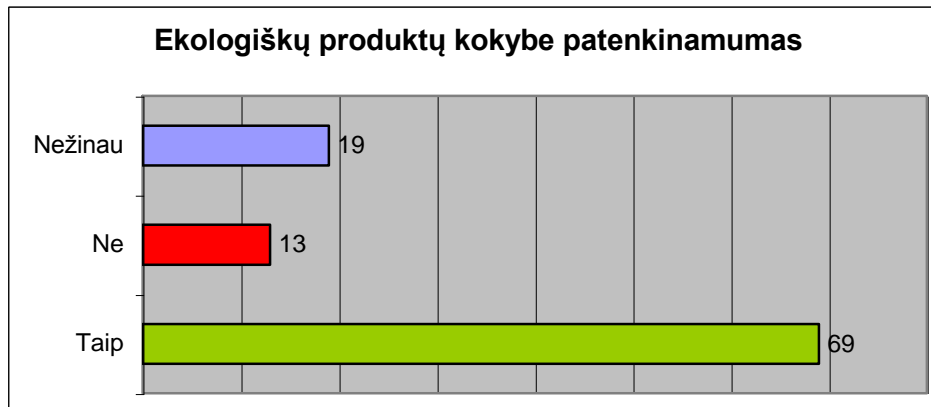
Lietuvoje, kaip ir visame pasaulyje, vis daugiau dėmesio skiriama maisto produktų kokybei. Tam turi įtakos ir naujas pirkėjų požiūris į maistą, ir žmonių susirūpinimas didėjančia aplinkos tarša bei įtaka sveikatai, taip pat galimybė pasirinkti ekologiškus produktus esant didelei jų gausai ir įvairovei.

Sekančiu klausimu buvo siekiama išsiaiškinti ar studentai yra patenkinti ekologiškų produktų kokybe.





### *Ar Jūs patenkinti perkamų ekologiškų produktų kokybe?*

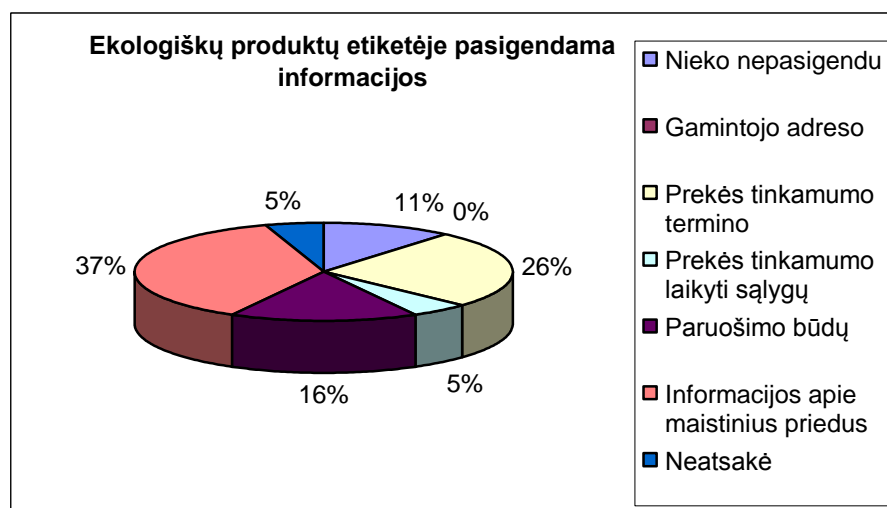


**9 pav.** Respondentų pasiskirstymas pagal tai ar jie patenkinti ekologiškų produktų kokybe

Didžioji dalis apklaustųjų - 69% yra patenkinti ekologiškų produktų kokybe. 13% respondentų nurodė priešingai, jie nėra patenkinti perkamų ekologiškų produktų kokybe, o 19% nežino kaip vertinti ekologiškų produktų kokybę.

Tyrimo metu studentų buvo klausiama ko jie pasigenda ekologiškų produktų etiketėje. 11% apklaustųjų nieko nepasigenda prekės ar produkto etiketėje. Tuo tarpu, kitų respondentų atsakymai pasiskirstė sekančiai. Gauti tyrimo duomenys pateikti 10 paveiksle grafiškai.

### *Ekologiškų produktų etiketėje ko Jūs pasigendate?*



**10 pav.** Respondentų pasiskirstymas pagal tai ko jie pageidautų produktų etiketėje





Kaip didžiausią trūkumą respondentai nurodė informacijos apie maistinius priedus stoka. 26% respondentų etiketėje pasigenda prekės tinkamumo termino. Tuo tarpu, 16% apklaustųjų etiketėje neranda gaminio paruošimo būdų vartojimui.

Mažiausiai apklausoje dalyvavusių apklausoje studentai etiketėje pasigenda prekės tinkamumo laikymo sąlygų. 1 respondentas pažymėjo, kad kartais jis produkto etiketėje pasigenda visų 10 paveiksle pateiktų dalykų.

Studentams buvo užduotas atviras klausimas, kuriame jie galėjo išsakyti savo pasiūlymus.

### ***Kokių turėtumėte pasiūlymų?***

Į šį atvirą klausimą atsakė ne visi studentai. Tačiau 50% apklaustųjų išsakė savo pasiūlymus, susijusius su ekologišku produktu. „Galėtų būti steigiamos kavinės, kur žmonės galėtų paragauti patiekalų ar gėrimų vien tik iš ekologiškų produktų. Galėtų daugiau būti ekologiškų produktų ir juos padėti tarp visų produktų, kad nereikėtų ieškoti. Kad ekologiškų produktų būtų kiekvienoje parduotuvėje, kad galėtų kiekvienas vartotojas nusipirkti. Platinti ekologiškų produktų asortimentą. Prekybos centruose reikėtų įsteigti daugiau degustacijos taškų. Nėra reklamos ir informacijos, kad yra specialūs ekologiškai švarūs produktai, be priedų ir konservantų“.





## IŠVADOS

Vakarų Lietuvos verslo kolegijoje buvo atliktas sociologinis tyrimas, siekiant išsiaiškinti studentų nuomonę apie ekologišką produktą ir ženklinimo reikšmę.

Tyrimo duomenys parodė, kad nemaža dalis apklaustųjų perka ekologiškus produktus. Tačiau, perkantiems ekologiškus produktus vis dar trūksta apie juos teisingos informacijos.

Dažniausiai apklausti studentai iš ekologiškų produktų perka daržoves ir įvairias kruopas. Respondentų teigimu, jie didžiausią pasirinkimą randa parduotuvėje Maxima. Tačiau ekologinio produkto pasiūla nėra pakankama.

Reklama turi įtakos daugiau nei pusei apklaustųjų pasirinkimui. Ekologinis ženklas ir rekomendacijos tai pagrindiniai reklamos veiksniai įtakojantys vartotojų pasirinkimui. Vis tik, remiantis tyrimo duomenimis, prekės kokybė, skonis, galiojimo terminas, įvairovė bei prekinė išvaizda lemia galutinį produkto pasirinkimą.

Įpakavimas atlieka fizines ir prekybines funkcijas: suteikia informaciją pirkėjui apie prekę, leidžia savarankiškai, be pardavėjo pasirinkti prekę. Todėl daugiau nei pusė apklaustųjų teikia reikšmės pakuotei.

Nors didžioji daugumą studentų yra patenkinti ekologiškų produktų kokybe, deja jie pasigenda informacijos apie ekologinio produkto savybes ir naudą. Ekologiškų produktų etiketėje labiausiai pasigendama informacijos apie maistinius priedus ir prekės tinkamumo terminą.

Apibendrinant gautus tyrimo duomenis, galima teigti, kad Vakarų Lietuvos verslo kolegijos apklausti studentai turi gerą nuomonę apie ekologišką produktą. Be to, jie sutinka, kad ekologinių produktų ženklavimas turi didelę reikšmę vartotojų pasirinkimui.

