

**VILNIAUS UNIVERSITETO  
KAUNO HUMANITARINIO FAKULTETO**

**VERSLO EKONOMIKOS IR VADYBOS KATEDRA**

Verslo vadybos ir administravimo studijų programa

Kodas 62103S101

JUSTINA VINOKUROVA

MAGISTRO BAIGIAMASIS DARBAS

**EKOLOGINIŲ PREKIŲ ŽENKLŲ PANAUDOJIMO APLINKOSAUGINĖJE  
POLITIKOJE GALIMYBIŲ TYRIMAS LIETUVOJE**

Kaunas 2009

**VILNIAUS UNIVERSITETO  
KAUNO HUMANITARINIO FAKULTETO**

**VERSLO EKONOMIKOS IR VADYBOS KATEDRA**

**JUSTINA VINOKUROVA**

**MAGISTRO BAIGIAMASIS DARBAS**

**EKOLOGINIŲ PREKIŲ ŽENKLŲ PANAUDOJIMO APLINKOSAUGINĖJE  
POLITIKOJE GALIMYBIŲ TYRIMAS LIETUVOJE**

Darbo vadovas \_\_\_\_\_

(parašas)

Prof. Dalia Štreimikienė

Magistrantas \_\_\_\_\_

(parašas)

Darbo įteikimo data \_\_\_\_\_

Registracijos Nr. \_\_\_\_\_

Kaunas 2009

## TURINYS

TURINYS .....	3
SANTRUMPŲ SĄRAŠAS.....	4
LENTELIŲ SĄRAŠAS.....	5
PAVEIKSLŲ SĄRAŠAS.....	5
IŠVADAS .....	6
1. APLINKOSAUGINIŲ, SOCIALINIŲ IR ETINIŲ ŽENKLŲ VAIDMUO APLINKOSAUGINĖJE POLITIKOJE.....	10
1.1 Aplinkosauginių ženklų vaidmuo aplinkosauginėje politikoje.....	11
1.2 Socialinė atsakomybė .....	13
1.3 Etinių ženklų vaidmuo aplinkosauginėje politikoje.....	15
1.4 Europos Sąjungos Aplinkosauginė politika.....	15
1.4.1 Ekologinių ženklų vaidmuo, įgyvendinant ES aplinkosauginę politiką.....	18
1.4.2 Ekologiškų ženklų diegimo patirtis.....	22
1.5 Ekologinių ženklų plėtros galimybių vertinimo modelis.....	24
2. APLINKOSAUGINĖ LIETUVOS POLITIKA .....	26
2.1 Lietuvos aplinkos apsaugos prioritetai.....	26
2.2 Lietuvos aplinkosauginės politikos SSGG analizė .....	28
2.3 Lietuvoje naudojami aplinkosauginės politikos instrumentai .....	34
3. EKOLOGINIŲ ŽENKLŲ PANAUDOJIMO LIETUVOJE ANKETINIS TYRIMAS .....	42
3.1 Tyrimo metodologija .....	42
3.2 Vartotojų tyrimo rezultatų analizė .....	44
3.2.1 Lietuviai – vartotojai nėra informuoti apie produktų gamybos grandinę - procesą, ženklų ant prekių pakuočių reikšmes, taigi ir apie pačius ekologiškus produktus. ....	44
3.2.2 Lietuviai - vartotojai teigiamai vertina ekologiškus produktus. ....	45
3.2.3Lietuvoje vartotojams renkantis prekę, didžiausią poveikį daro kaina. ....	46
3.2.4 Aukštesnes pajamas gaunantys ir išsilavinę lietuviai-vartotojai, renkasi ekologiškus produktus .....	48
3.3 Ekspertų interviu rezultatų analizė .....	50
IŠVADOS .....	56
REKOMENDACIJOS .....	58
SANTRAUKA .....	60
LITERATŪRA .....	62

## SANTRUMPŲ SĄRAŠAS

IPP - Integruota produktų politika

EMAS - Europos Bendrijos aplinkosaugos vadybos ir audito sistema

ORHUSO konvencija - Lietuvoje įgyvendinama Jungtinių Tautų Europos Ekonominės Komisijos Konvencija dėl teisės gauti informaciją, visuomenės dalyvavimo priimant sprendimus ir teisės kreiptis į teismus aplinkosaugos klausimais. Dokumentą 1998 m. birželio 25 d. Orhuso mieste Danijoje pasirašė 35 valstybės, tarp jų ir Lietuva. Dabar Konvenciją yra pasirašiusios 40 šalių, ratifikavusios – 30 (Lietuva ratifikavo 2001 m.).

## LENTELIŲ SĄRAŠAS

<b>1 lentelė</b> Elektros gamybos iš atsinaujinančių energijos išteklių 2010 m. preliminari struktūra...	33
<b>2 lentelė</b> Paniott formulė.....	43
<b>3 lentelė</b> Respondentų pasiskirstymas.....	50

## PAVEIKSLŲ SĄRAŠAS

<b>1 pav.</b> Eurostat duomenys.....	18
<b>2 pav.</b> Ekologinių ženklų plėtros galimybių vertinimo modelis.....	25
<b>3 pav.</b> Ženklas “Energy Start”.....	35
<b>4 pav.</b> Ženklas ES “Energy”.....	35
<b>5 pav.</b> Miškininkystės sertifikavimo sistemų ženklai.....	36
<b>6 pav.</b> Ekoženklas „Vandens lelija“.....	36
<b>7 pav.</b> Europos Sąjungos gėlės ženklas.....	37
<b>8 pav.</b> Ekologiškas ženklas „Mėlynasis angelas“.....	38
<b>9 pav.</b> Ekologinis ženklas „Žalioji taška“.....	39
<b>10 pav.</b> Ženklas Ekologinis žemės ūkis.....	41
<b>11 pav.</b> Aplinkosauginių ženklų pastebėjimas Lietuvoje.....	44
<b>12 pav.</b> Produktai, kuriems vartotojai teikia pirmenybę Lietuvoje.....	45
<b>13 pav.</b> Ekologiški produktai, kuriuos vartotojai perka Lietuvoje.....	46
<b>14 pav.</b> Kas lemia lietuvių-vartotojų pasirinkimą pirkti .....	46
<b>15 pav.</b> Kiek brangiau lietuviai-vartotojai sutiktų mokėti už ekologiškus produktus .....	47
<b>16 pav.</b> Pajamos vienam šeimos nariui per mėnesį .....	48
<b>17 pav.</b> Produktai, kuriems teikia pirmenybę aukštąjį išsilavinimą turintys vartotojai.....	49
<b>18 pav.</b> Produktai, kuriems teikia pirmenybę aukštesnes pajamas gaunantys vartotojai.....	49
<b>19 pav.</b> Veiksniai skatinantys ūkio subjektus taikyti ekoženklumą.....	51
<b>20 pav.</b> Veiksniai stabdantys ūkio subjektus taikyti ekoženklumą.....	52

## IVADAS

**Temos aktualumas.** Europos Sąjungos aplinkos politika pagrįsta įsitikinimu, kad ekonomikos augimas, socialinė pažanga ir aplinkos apsauga padeda gerinti mūsų gyvenimo kokybę. Šios sritys yra susijusios tarpusavyje. Tarp jų turi būti pasiekta tiksli pusiausvyra, jei norima, kad vystymasis Europoje ir visame pasaulyje būtų darnus, kad ateities kartos taip pat mėgautųsi geresne gyvenimo kokybe.

Pagrindiniai su aplinka susiję iššūkiai šiandien yra klimato kaita, biologinės įvairovės nykimas, taršos keliama grėsmė mūsų sveikatai, gamtos išteklių naudojimo būdas ir pernelyg didelis atliekų susidarymas. ES sprendžia šiuos uždavinius iškeldami aukštus aplinkosaugos standartus ir skatindama naujus darbo būdus bei švaresnes technologijas. Europoje sukurtos naujos aplinką tausojančios technologijos taip pat galėtų prisidėti prie mūsų ekonomikos konkurencingumo, taip būtų kuriamos darbo vietos ir finansuojama socialinė pažanga.

Ekoženklimas yra Europos Bendrijos Integruotos produktų politikos (IPP) dalis. Europos Komisija ieško būdų mažinti gaminių daromą poveikį aplinkai, vertinant visą jų būvio ciklą. Pagrindiniai integruotos produktų politikos tikslai - tenkinti vartotojų poreikius su kiek įmanoma mažesniu poveikiu aplinkai ir mažinti taršos bei atliekų kiekius jų susidarymo vietoje. Siekiant šių tikslų taikomos ekologinio projektavimo ir būvio ciklo vertinimo priemonės saugesnių aplinkos atžvilgiu gaminių gamybai ir ekonominės (pvz., mokesčių diferenciacija, gamintojo atsakomybė) bei informacinės (pvz., ekoženklimas) priemonės tokių gaminių paklausos kūrimui.

Yra daug veiksnių, skatinančių ūkio subjektus taikyti ekoženklimą. Viena iš paprastų priežasčių – aplinkos apsaugos (ar darnaus vystymosi) pokyčiai, vykstantys visuomenėje.

1987 m. Europos parlamentas parėmė aplinkosaugos ženklavimo idėją. 1992m. EEB taryba priėmė sprendimą dėl "Bendrijos ekologinio ženklo suteikimo tvarkos".

Ekologiškai švaresnių gaminių paklausa yra pagrindinis veiksnys, skatinantis pramonės įmones gaminti gaminius, atsižvelgiant į poveikį aplinkai per visą gaminių būvio ciklą. Vartotojas renkasi prekę, atsižvelgdamas į daugelį kriterijų, ne tik į kainą.

Lietuvoje jau parduodami produktai su ekologiniais ženklais. Dauguma gaminių su aplinkosauginiu ženklu yra brangesni už analogus, nes reikia papildomų sąnaudų juos konstruojant ir gaminant. Taigi lietuviai – vartotojai turi būti pasiruošę apmokėti šias sąnaudas ir tuo prisidėti prie aplinkos apsaugos ir gamtinių išteklių išsaugojimo. Ekoženklimas yra dažniausiai naudojamas informacijos apie produktų aplinkosaugines savybes teikimo būdas vartotojams. Pagrindinis ekoženklavimo tikslas – skatinti labiau subalansuotą produktų gamybą ir vartojimą.

Tačiau Lietuvoje nėra atlikta ekologinių, prekių ženklų tolimesnio panaudojimo aplinkosauginėje politikoje galimybių tyrimo.

**Problemos ištyrimo lygis.** Užsienio mokslininkų atliktus ekologiškų produktų ekonominius tyrimus būtų galima suskirstyti į kelias grupes: ekologinės gamybos ūkių ekonominių rodiklių analizė, ekologiškų produktų pasiūla ir paklausa, ekologiškų produktų pardavimo būdai ir formos, ekologiškų produktų pirkimo intensyvumas, pirkimo veiksniai ir motyvai, ekologiškų produktų kainų tyrimai ir kiti. Šiuose tyrimuose yra apžvelgiamos ekologiškų produktų rinkos specifika ir plėtros tendencijos.

2006m. Prof.habil.dr. Jurgis Staniškis ir Mag. Valdas Arbačiauskas atliko Ekoženklinimo bei Europos Bendrijos aplinkosaugos vadybos ir audito sistemos (EMAS) galimybių studiją. Ši studija įvertino ekoženklinimo bei EMAS skatinimo Lietuvos organizacijose galimybes, nustatė šių priemonių taikymą skatinančius veiksnius ir kliūtis bei įvertinus kitų Europos Sąjungos šalių patirtį, parengė priemonių planą ekoženklinimo ir EMAS diegimo Lietuvos organizacijose skatinimui. Rengiant šią galimybių studiją, dėmesys buvo skiriamas nagrinėjamų priemonių įtakai darniam vystymuisi, pramonės įmonių konkurencingumui, inovacijų skatinimui ir aplinkos apsaugos bei ekonominiam veiksmingumui.

Dabar vienos iš populiariausių darnaus vystymosi priemonių yra aplinkosauginio ženklinimo (angl. eco-labelling) programos ir aplinkosaugos vadybos sistemos. Ši veikla vis dažniau pasiteisina ir ekonominiu požiūriu. Juozas Ruževičius (2007) "Eco-labelling in Austria and Lithuania: a comparative study" atliko tyrimą, kurio tikslas buvo - išanalizuoti ir apibendrinti gaminių ir paslaugų aplinkosauginio sertifikavimo ir ženklinimo priemonių taikymo plėtros pasaulyje tendencijas ir išryškinti jų platesnio panaudojimo Austrijoje ir Lietuvoje galimybes. Autorius nustatė, kad aplinkosauginio ženklinimo programomis daugelyje valstybių yra skatinama ekologinė produktų inovacija. Auga ekologiškų produktų paklausa, aplinkosauginis ženklas įmonėms tampa svariu konkurenciniu instrumentu.

2001m. Algis Šileika ir Skaidrė Žičkienė pateikė straipsnį "Aplinką tausojanti plėtra: samprata ir diskutuotinos problemos". Autoriai nustatė svarbiausius aplinką tausojančios plėtros bruožus, išanalizavo požiūrių į aplinką tausojančios plėtros prigimtį, esmę, realizavimo galimybes, įvairovę. Tyrimų objektas buvo - aplinką tausojančios plėtros samprata.

2007 m. ispanės mokslininkės Elena Fraj, Eva Martinez atliko ekologiško vartotojų elgesio analizę. Tyrimo rezultatai parodė, kad ekologiškų produktų paklausa didėja ne tik dėlto, kad jie sveikesni, bet ir todėl, kad vartotojai susirūpinę aplinka ir gamtos išsaugojimu ateities kartoms. Šis tyrimas atskleidžia tris dimensijas: emocinę, pažinimo ir igimtinę, kurios skatina vartotojus rinktis. Tyrimas padėjo suprasti kaip vartotojai jaučiasi ir kokie kriterijai verčia juos vienaip ar kitaip elgtis sprendžiant aplinkosaugines problemas.

2007m. Leen Hapaa tyrė „Žaliąjį vartojimą“, jo atsiradimo priežastis. Vartotojai tik XXa. Pradėjo kreipti dėmesį į perkamų produktų poveikį aplinkai.

2007m. Clare D'Souza, Mehdi Taghian, Peter Lamb, Roman Peretiatko tyrė Australijos gyventojų demografinio kriterijaus ryšį su aplinkosauginiu ženkliniu. Analizuotas aplinkosauginių ženklų žinomumas ir poveikis vartotojų pasirinkimui.

2006m. Blake Harrison tyrė „žaliąjį vartojimą“. Kai vartotojai perka aplinkai saugius produktus (angl. environmentally friendly), jie daro teigiamą poveikį aplinkai, kurioje gyvena ir kurioje produktai yra gaminami. Pelnas, gaunamas už aplinkai saugius produktus, investuojamas į gamybos tobulinimą ir aplinkos saugojimą. Autorius tyrė kokias socialines ir aplinkosaugines pasėkmes turi vartotojų pasirinkimas pirkti aplinkai saugius produktus.

2006m Lietuvoje atlikto „Ekologiškų produktų vartotojų vertinimo“ duomenimis, vartotojai neatpažįsta ekologiškų produktų, yra apgaudinėjami užrašų „Bio“, „Bios“ ir „Eko“.

2006m. Lars H. Gulbrandsen teigia, kad įmonės sutinka naudoti aplinkosauginį ženklinį tik todėl, kad patiria didelį vartotojų ir suinteresuotų grupių spaudimą. Aptaria aplinkosauginio ženklinio sistemos, aplinkosauginės politikos svarbą šalies ekonomikai.

2007 m. V.Rutkoviėnės ir G.Garliauskienė atliko vartotojų elgsenos tyrimus. Nustatyta, kad ekologiški maisto produktai yra paklausūs: juos perka ar norėtų pirkti 73% respondentų. Svarbus veiksnys, ribojantis ekologiškų produktų paklausą, yra jų kaina.

2004 - 2005m. B. Alborovienė ir A. Gavėnaitė tyrė maisto produktų vartotojų informuotumą apie maisto prekių ženklinį, jų preferencijas, renkantis maisto prekę, maisto prekių kokybės kontrolę užtikrinančių institucijų darbo vertinimą. Kaip parodė 2004m. ir 2005m. žvalgybiniai tyrimai, vartotojai vis dažniau atkreipia dėmesį į prekių ženklinį ir į informaciją, pateiktą prekių etiketėje. Todėl ženklinis turi būti teisingas, tikslus, atitikti teisės aktų reikalavimus ir būtų įmanomas patikrinti.

Darbo **objektas** – ekologinių prekių ženklų panaudojimas Lietuvos aplinkosauginėje politikoje.

Darbo **tikslas** – atlikti ekologinių, prekių ženklų panaudojimo plėtos aplinkosauginėje politikoje galimybių tyrimą Lietuvoje.

Šio tikslo bus siekiama atliekant tokius **uždavinius**:

1. Remiantis užsienio ir lietuvių mokslininkų teoriniais ir empiriniais darbais išnagrinėti aplinkosauginių, socialinių ir etinių ženklų vaidmenį aplinkosauginėje politikoje
2. Išanalizuoti ekologinių ženklų vaidmenį įgyvendinat ES aplinkosauginę politiką bei kitų šalių patirtį, diegiant ekologinius prekių ženklus;
3. Išanalizuoti aplinkosauginę Lietuvos politiką ir Lietuvoje naudojamus aplinkosauginės politikos instrumentus, taikant SSGG analizę;
4. Aprašyti ekologinius ir kt. prekių ženklus taikomus Lietuvoje, bei išanalizuoti jų plėtos tendencijas ir palyginti su kitų šalių;



5. Nustatyti ekologinių ženklų panaudojimo perspektyvas, kliūtis ir skatinimo priemones Lietuvoje;
6. Parengti rekomendacijas Lietuvai dėl ekologinių ženklų plėtros.

Darbe iškelta viena **hipotezė** – Ekologinių prekių ženklų plėtrą Lietuvoje stabdo patirties stoka, visuomenės informuotumo stoka, teisinės ir institucinės bazės trūkumai.

Primoje darbo dalyje nagrinėjamas aplinkosauginių, socialinių ir etinių ženklų vaidmuo aplinkosauginėje politikoje ir ekologinių ženklų vaidmuo įgyvendinant ES aplinkosauginę politiką bei kitų šalių patirtis, diegiant ekologinius prekių ženklus.

Antroje darbo dalyje analizuojama Lietuvos aplinkosauginė politika ir Lietuvoje naudojami aplinkosauginės politikos instrumentai. Aprašomi ekologiniai, etiniai ir kt. Lietuvoje taikomi prekių ženklai bei analizuojamos jų plėtros tendencijos lyginant su kitų šalių.

Trečioje dalyje aprašomi atliktos gyventojų ir ekspertų anketinės apklausos rezultatai. Jais remiantis nustatomos ekologinių ženklų panaudojimo Lietuvoje, perspektyvos ir kliūtys. Remiantis ekspertinio interviu rezultatais, nustatomos ekologinių ženklų plėtros kliūtys ir jų skatinimo priemonės Lietuvoje.

Tyrimų **metodai** - mokslinės literatūros analizė, palyginimas ir apibendrinimas, SSGG analizė, anketinė apklausa, ekspertų interviu, statistinės analizės metodai.

Išvadose pateikiamos ekologinių ženklų plėtros Lietuvoje rekomendacijos.

# 1. APLINKOSAUGINIŲ, SOCIALINIŲ IR ETINIŲ ŽENKLŲ VAIDMUO APLINKOSAUGINĖJE POLITIKOJE

Valstybės ir tarptautinės organizacijos yra vartotojų dėmesio centre, todėl jos turi sukurti bazines sąlygas ilgalaikiai ekonominei, socialinei ir ekologiškai plėtrai bei efektyvius instrumentus, kurie užtikrintų, kad tų sąlygų bus laikomasi.

Pastaruoju metu vis didesnę įtaką verslo sėkmei daro ne tik pats įmonės produktas, bet ir jo gamybos procesas iš kurio reikalaujama trijų subalansuoto vystymosi matmenų – ekonomikos, ekologijos, etikos derinimo (Elkington, 1998, angl. triple bottom line).

Neribota technogeninė žmogaus ekspansija, neįvertinus galimų jos padarinių, nustūmė visuomenę į ekologinę aklavietę. Susiklosčiusi situacija diktuoja būtinybę keisti vertybines žmonijos orientacijas ir pradėti ekologizuoti gamybos procesus, užuot tęsus gamtos ekonomizavimą. “Nuo naujųjų laikų iki 20 amžiaus antrosios pusės buvo laikomasi nuostatos, kad žmogaus prisitaikymo prie gamtos mastą lemia iš jos paimtų medžiagų bei energijos kiekis, gamtos sukultūrinimas, palenkimas pramoniniams procesams” (Šileika A., Žičkienė S., 2001) Ši industrinės visuomenės beatodairiško išteklių eikvojimo logika sąlygojo ir katastrofišką aplinkos užterštumą. 20 amžiaus paskutiniame ketvirtyje vyraujančias technokratinės ekonominio augimo nuostatas pakeitė nulinio augimo, riboto augimo, visuomenės ir biosferos koevoliucijos bei aplinką tausojančios plėtros koncepcijos. Pasaulio bendrija dabar orientuojasi į aplinką tausojančią ekonomikos plėtrą, derinančią gamybos augimo ir aplinkos apsaugos interesus.

Lietuva tapusi Europos Sąjungos nare yra išipareigojusi siekti darnaus vystymosi, kuris pagerintų ateities kartų gyvenimo kokybę ne tik Lietuvoje, bet ir visoje Europoje. Tam reikia tinkamos ekonominio klestėjimo, socialinio teisingumo ir sveikos aplinkos pusiausvyros. Iš tiesų, jei bus siekiama šių trijų tikslų vienu metu, jie gali vienas kitą sustiprinti. Aplinkos apsaugą skatinanti politika gali būti naudinga naujovių ir konkurencingumo požiūriu. Tai savo ruožtu skatina ekonomikos augimą, kuris yra gyvybiškai svarbus siekiant socialinių tikslų.

Taigi darnus vystymasis apima aplinkos kokybės apsaugą ir gerinimą. Pasaulio mastu tai reiškia, kad apsaugomas Žemės pajėgumas palaikyti visas gyvybės įvairovės formas ir atsižvelgiama į planetos gamtos išteklių ribotą kiekį. “Saugodama aplinką ES ne tik sprendžia neatidėliotinas problemas, bet ir atsižvelgia į savo piliečių norus. Tyrimai nuolat rodo, kad didžioji ES piliečių dalis tikisi, jog politikai skirs tiek pat dėmesio aplinkos politikai, kiek jie skiria ekonominei arba socialinei politikai.” (Europos komisija, 2005)

ES stengiasi užtikrinti, kad jos priimami sprendimai vienoje iš šių trijų sričių – ekonominėje, socialinėje ir aplinkos – neturėtų neigiamo poveikio kitoms dviem sritims. Taigi, kai

priimami su žemės ūkiu, transportu, energetika, žuvininkyste, prekyba, vystymusi ir t. t. susiję sprendimai, visada atsižvelgiama į poveikį aplinkai.

### 1.1 Aplinkosauginių ženklų vaidmuo aplinkosauginėje politikoje

Aplinkosauginis ženklas - tai grafinis simbolis, pateikiamas gaminio etiketėje kaip informacija vartotojui. Ženklas gali būti ir šio gaminio reklamoje. Pasaulyje yra labai daug įvairių ženklų. Tačiau ne visi ženklai yra vienodai reikšmingi, kadangi ne visos ženklinimo sistemos yra vienodai reglamentuojamos, nėra vienodai reikšmingi sertifikavimo kriterijai. Patikimiausi Europos rinkoje laikomi „Žydrąjį angelą“ ir „Šiaurės gūbės“ aplinkosauginio ženklinimo sistemos.

Ženklinimo tikslai:

1. „Skatinti daugkartinį pagamintų produktų panaudojimą. Ženklas suteikiamas už antrinį stiklo taros, kitos pakuotės, drabužių, tepalų ir kt. panaudojimą.

2. Skatinti atliekų panaudojimą. Ženklas suteikiamas produktams, pagamintiems iš surinktų atliekų, pvz., iš popieriaus atliekų pagamintam sanitariniam popieriui, bilietams, sienų apmušalams, antrinio įpakavimo tarai, statybinėms medžiagoms ir kt.

3. Skatinti gaminti produkciją, kuri mažiau kenkia aplinkai, pvz.. t.y. tyliai veikiančius elektros variklius, šaldymo agregatus be halogeno, mašinų movas be asbesto.

4. Skatinti gaminti gaminius, kurie užtikrina energetinių išteklių taupymą, o tuo pačiu mažina atmosferos ir kitą aplinkos taršą, pvz., gerai šilumą sulaikančią daugiasluoksnių langų paketus, kadangi juos eksploatuojant ne tik sutaupoma kuro, bet ir mažiau teršiama aplinka; taupiai elektros energiją naudojančius įrengimus ir stakles buitinius prietaisus ir kt.

5. Skatinti visuomenės aplinkosauginį sąmoningumą.“

(Staniškis J., Arbačiauskas V., 2006)

Ekoženklinimas yra dažniausiai naudojamas informacijos apie produktų aplinkosaugines savybes teikimo būdas vartotojams. Pagrindinis ekoženklinimo tikslas – skatinti labiau subalansuotą produktų gamybą ir vartojimą.

“Ekologinių ženklų suteikimo kriterijai pagrįsti ne koku nors vienu parametru, o plačiais nuodugniais gaminio arba paslaugos poveikio aplinkai tyrimais, įvairiais moksliniais duomenimis, apimančiais visą raidos ciklą. Tai suteikia naudingos informacijos apie visas su gaminiu susijusias sąnaudas: žaliavų išgavimo, gamybos, platinimo, vartojimo ir sunaikinimo.” ( Kulešytė, G., 2007)

„Tarptautinė standartų organizacija (ISO) išskiria trijų tipų ekoženklinimą:

- *ISO I tipas – nepriklausomos, trečios šalies patvirtinti aplinkosauginiai ženklai*, kuriais paprastai ženklinamos plataus vartojimo prekės. ISO pirmojo tipo aplinkosauginio ženklinimo

programos yra savanoriškos ir paremtos daugeliu kriterijų. Jos suteikia ženklus aplinkosauginiu požiūriu pranašesniems per visą būvio ciklą produktams. ( Pvz., Europos Bendrijos ekoženklas)

- *ISO II tipas – įmonių aplinkosauginiai pareiškimai*, dažniausiai informuojantys apie kažkurį vieną produkto poveikio aplinkai aspektą, pvz., energijos vartojimo efektyvumą arba gamybą iš palankesniu aplinkai būdu išgautų žaliavų. Aplinkosauginiai įmonių pareiškimai dažnai vadinami pirmos šalies ženklinimu, nes ženklo patikimumas nėra patvirtinamas nepriklausomos organizacijos. (Pvz., gamintojo deklarasavimas, kad gaminyje yra x proc. antrinių žaliavų)

- *ISO III tipas – standartizuoto turinio aplinkosauginės gaminių deklaracijos*, suteikiančios kiekybinę informaciją apie gaminius, dažniausiai indeksų ar rodiklių forma. Deklaracijose tik pateikiama informacija apie pagrindinius poveikius aplinkai bei kita su aplinkos apsauga susijusi informacija (pvz.: pavojingos cheminės medžiagos gaminyje, informacija apie antrinių komponentų panaudojimą ar perdirbimą, informacija apie atliekų tvarkymą), o teisė vertinti gaminio kokybę aplinkos apsaugos požiūriu paliekama vartotojui. Šio tipo ekoženkinimas įgalina informacijos apie gaminius palyginimą. (Pvz., „ITT Flygt AB“ aplinkosauginės gaminio deklaracijos šioje kompanijoje gaminamiems siurbliams)“ (Staniškis J., Arbačiauskas V., 2006)

Labiausiai paplitęs ISO I tipo ekoženkinimas. Tačiau kai kuriose Europos Sąjungos šalyse (Švedijoje, Vokietijoje, Danijoje, Norvegijoje) vis daugiau taikomos ir gaminių aplinkosauginės deklaracijos (GAD). Deklaracija paprastai susideda iš trijų dalių:

1. Organizacijos ir jos gaminių ar paslaugų aprašymas (gaminio sudėties deklaracija);
2. Aplinkos apsaugos veiksmingumo deklaracija;
3. Kita informacija iš organizacijos (perdirbimo deklaracija) ir informacija apie sertifikavimo instituciją.

Ekoženkinimas yra Europos Bendrijos Integruotos produktų politikos (IPP) dalis. Europos Komisija ieško būdų mažinti gaminių daromą poveikį aplinkai, vertinant visą jų būvio ciklą. Pagrindiniai integruotos produktų politikos tikslai - tenkinti vartotojų poreikius su kiek įmanoma mažesniu poveikiu aplinkai ir mažinti taršos bei atliekų kiekius jų susidarymo vietoje. Siekiant šių tikslų taikomos ekologinio projektavimo ir būvio ciklo vertinimo priemonės saugesnių aplinkos atžvilgiu gaminių gamybai ir ekonominės (pvz., mokesčių diferenciacija, gamintojo atsakomybė) bei informacinės (pvz., ekoženkinimas) priemonės tokių gaminių paklausos kūrimui. Visų pirma Europos Sąjungoje skatinama savanoriška įmonių veikla bei įvairių suinteresuotų grupių bendradarbiavimas šioje srityje.

Yra daug veiksnių, skatinančių ūkio subjektus taikyti ekoženkinimą. Viena iš paprastų prižasčių – darnaus vystymosi pokyčiai, vykstantys visuomenėje. Šie pokyčiai vis labiau įtakoja ūkio subjektų veiklą. Pasak LR Ūkio Ministerijos atliktos Ekoženkinimo studijos, ekoženkinimas teikia tokią naudą:

- išlaidų mažinimas ir efektyvumo didinimas;
- produktyvumo didinimas ir padidėjęs konkurencingumas;
- gaminio kokybės užtikrinimas;
- užsakovų, tiekėjų ir kitų verslo partnerių reikalavimų tenkinimas;
- įvaizdžio gerinimas;
- aplinkosauginių kaštų mažinimas;
- inovacijų skatinimas;
- efektyvus informacijos teikimas suinteresuotoms šalims;
- pasiruošimas griežtėjantiems teisiniams reikalavimams;
- darbo sąlygų gerinimas ir nelaimingų atsitikimų mažinimas;
- darbuotojų motyvavimas ir atsakomybės skatinimas.

1987 m. Europos parlamentas parėmė aplinkosaugos ženklinimo idėją. 1992m. EEB taryba priėmė sprendimą dėl "Bendrijos ekologinio ženklo suteikimo tvarkos".

**Ekoženklinimo nauda** (<http://www.krda.lt/eko/ekomarks>):

- **Informuoja vartotoją renkantis.** Aplinkosauginis ženklinimas yra efektyvus būdas informuoti vartotojus apie poveikį aplinkai. Tai įgalina žmones teisingai pasirinkti, skatina vartotojų sąmoningumą. Tuo pat metu mažina energijos suvartojimą, atliekų kiekių srautus ir produkto valdymo kaštus.

- **Remia ekonominį efektyvumą.** Aplinkosauginis ženklinimas yra pigesnis nei kontrolė. Tai teigiamai veikia ir valstybę, ir pramonę.

- **Stimuliuoja rinkos vystymąsi.** Kai pirkėjai renkasi ekologiškas prekes, jie tiesiogiai veikia paklausą ir pasiūlą. Tai nukreipia rinką ekologiškumo link.

- **Skatina nuolatinį gerinimą.** Dinamiška ekologiškų produktų rinka verčia nuolat gerinti aplinkosaugą. Tuo tarpu vartotojai gali nuolat domėtis gaminių poveikiu aplinkai.

- **Skatina sertifikavimą.** Aplinkosauginė sertifikavimo sistema yra ženklas, rodantis, kad gaminy atitinka ekologinius standartus.

- **Padedą nuolatiniam stebėjimui.** Tai dar vienas aplinkosauginio ženklinimo privalumas, suteikiantis konkurentui ir pirkėjui galimybę susipažinti su produkcijos gamintojo aplinkosauginiais išipareigojimais, jų teisingumu bei reaguoti, jei išipareigojimai tampa abejotini.

Ekologiškai švaresnių gaminių paklausa yra pagrindinis veiksnys, skatinantis pramonės įmones gaminti gaminius, atsižvelgiant į poveikį aplinkai per visą gaminio būvio ciklą. Vartotojas renkasi prekę, atsižvelgdamas į daugelį kriterijų, ne tik į kainą.

## 1.2 Socialinė atsakomybė

Socialinė atsakomybė sąmoningai kuriamų ekonominių, politinių, teisinių, dorovinių santykių tarp organizacijos ir visuomenės, įvairių jos struktūrų forma. Tai pasirengimas atsakyti už

savo poelgius ir veiksmus, bei gebėjimas atlikti pareigą ir priimti visuomenės sankcijas, esant tam tikroms teisingumo arba kaltumo sąlygoms.

Kaip teigia D. Vyšniauskienė ir V. Kundrotas. šiuolaikinėje organizacijoje daugiausia moralinės ir socialinės atsakomybės problemų iškyla šiose srityse:

1. Gamybos: vidiniai produkto standartai, produkto veikimas, produkto įpakavimas.
2. Marketingo: neteisėtas potencialių vartotojų spaudimas, nepagrįsta kainų politika, melaginga, klaidinanti reklama.
3. Darbuotojų apmokymo ir švietimo
4. Organizacijos filantropinės veiklos – labdaros bei paramos.
5. Aplinkos apsaugos ir taršos prevencijos (aplinkos teršimas, ypač sąlygojamas gamybos proceso standartų nesilaikymo)
6. Darbuotojų santykių ir pasitenkinimo darbu ( atlyginimo dydis, draudimas, sveikatos programos, darbo aplinka, laisvalaikio organizavimas, konfidencialumas, saugumas ir t.t)
7. Gyventojų mažumų, moterų, vyresnio amžiaus žmonių bei neįgalųjų įdarbinimo ir pareigų paaukštinimo.
8. Darbuotojų saugumo ir sveikatos užtikrinimo.

Dėmesys socialiai atsakingiems produktams ir prekėms, vis labiau tampa vartotojo kasdieninės sąmonės objektu. Tuo remiantis mokslininkai Lohrie ir Mercas teigia, kad racionalus, vien tikslo siekiantis, pirkėjas vis labiau virsta kritišku vartotoju, kuris siekia ne tik asmeninės ekonominės naudos, bet savo sprendimą pirkti susieja ir su atsakomybės už socialines bei ekologines gamybos proceso sąlygas jausmu. Su tokiomis moralinėmis nuostatomis jis primygtinai priartėja prie tų įmonių, o šios yra priverstos pereiti prie vertybių – socialiai integruotos – vadybos, t.y. humanizuotos ekonomikos.

Vienu iš pagrindinių reikalavimų „socialiai priimtiniams produktams“ tampa darbo vietos kokybės reikalavimai – ne tik darbo saugumas, bet ir socialiai priimtinas atlyginimas, atmosfera, pagarbūs santykiai. Vartotojams spaudžiant yra rengiama bendrai galiojanti sistema, skirta socialiniams – etiniams standartams pasauliniu mastu diegti ir kontroliuoti. Dabar jau pats rinkos spaudimas verčia atitikti etinius standartus. Nevyriausybinės organizacijos (NVO) ne tik skatina įvesti Valstybinį socialinių standartų rėmimą, bet palaiko ir pačią socialinę iniciatyvą. Šiuo metu įvairios politiškai aktyvios grupės jau daug pasiekė, užmegzdamos produktyvų dialogą tarp NVO ir pramonės bei prekybos.

„Jos apeliuoja į tarptautinės darbo organizacijos standartus, kurių laikytis įmonės yra įsipareigojusios, ir išplėtoja reikalavimus iš tikrųjų paisyti universalių žmogaus teisių gynimo, darbo saugumo, socialinio teisingumo, skurdo įveikimo, natūralaus gyvenimo pagrindo išsaugojimo, pagrindinių aplinkosaugos standartų.“ ( Genevičiūtė, 2003, p.154)

Didžiausią vaidmenį aplinkosauginėje politikoje vaidinanatis socialinis ženklas yra SA 8000 standartas. SA 8000 - tai išsamus, visuotinis, patikrinamas atitikties kolektyvinės atsakomybės reikalavimams auditavimo ir sertifikavimo standartas. Jis taikomas tiek mažoms, tiek didelėms bendrovėms, norinčioms parodyti savo klientams ir kitiems tarpininkams, kad jiems rūpi minėta atsakomybė. Standarto esmė - tai tikėjimas, kad visose darbo vietose turi būti remiamos pagrindinės žmogaus teisės, o vadovybė yra pasiruošusi prisiimti atsakomybę už tai. SA 8000 sistema sudaryta pagal pripažintus kokybės ir aplinkosaugos vadybos sistemų standartus ISO 9001 ir ISO 14001.

### **1.3 Etinių ženklų vaidmuo aplinkosauginėje politikoje**

Nevyriausybinių (NVO) ir vartotojų teisių gynimo organizacijų nuolat iškeliamos ir akcentuojamos negerovės, iniciatyvos jiems įveikti, protestai gamintojų ir supirkėjų šalyse davė impulsą pokyčiams ir pramonėje, ir prekyboje. Sureaguojant į plačiai vykdomas akcijas buvo pareikšta, kad iš savo partnerių taip pat vis labiau bus reikalaujama bent minimalių socialinių ir ekologinių standartų. „Tiek atskirų šalių, tiek tarptautiniu mastu išvystomos įvairios plačios iniciatyvos ir plinta atitinkami ženklai: „Sąžiningos prekybos sąjunga“ (Fair Trade Unijon), „Gėlių kompanija“ (Flowwer Label program), „Etiško vartotojo judėjimas“ (Ethical consumer movement), „Švarių drabužių kompanija (Clean Clothes compaign), „Sąžiningos prekybos centro“ ( Fair trade center) ir t.t. Šie reikalavimai perduodami dialogo, kooperacijos ir konsensuso pagrindu, jų privalo laikytis ir įmonės subrangovės.“ (N.Genevičiūtė, 2003, p. 159) Tokiu būdu vystoma į socialinius tikslus orientuota verslo politika, plėtojamos pačių įmonių pastangos, siekiant įgyvendinti vartotojų ir visos visuomenės keliamus reikalavimus. Norėdamos išlikti rinkoje įmonės privalo už savo veiklos rezultatus prisiimti atsakomybę tiek žmogui, tiek visuomenei, bei gamtai.

### **1.4 Europos Sąjungos Aplinkosauginė politika**

Aplinkosauginė politika dabar integruota į visas ES politikas svarbiausiu tikslu – užtikrinti pastovią plėtrą. Visi vykdomi veiksmai kažkoku lygiu įtakoja aplinką, todėl visi ekonomikos sektoriai (valstybinės organizacijos, kompanijos, kompanijos teikiančios aplinkosaugines paslaugas) turi atlikti savo vaidmenį ir dėti pastangas neigiamoms pasekmėms sumažinti.

„Tam kad užtikrinti, kad kompanijos laikysis aplinkosauginių reikalavimų, vyriausybė turi naudoti reguliavimo metodus, taršos mokesčius ar kitas ekonomines iniciatyvas. „Teršėjas moka“ ( angl. Polluter pays“ principas yra dar vienas „ ginklas“ prieš taršą.“ (Ulrich Wieland, Ulf Johansson, 2002 p.3)

Pačios kompanijos savanoriškai inicijuoja aplinkos apsaugos politiką, nes tai gerina jų įvaizdį investuouojujų ir pirkėjų akyse. Aplinkosauginė politika taip pat leidžia sutaupyti kaštus (

angl. Cost-saving) ir sukuria rinką aplinkosauginiams produktams ir paslaugoms. Aplinkosauginė statistika parodo skirtingas ekonomikos pastangas.

Kaip didžiausias pasaulio prekybos subjektas, antroji pagal dydį ekonomika pasaulyje ir reikšmingas politinis blokas, ES turi tarptautinių įsipareigojimų. Ir pačiai ES naudinga spręsti visuotines aplinkos problemas. ES tikslas – sukurti aplinką, kuri nekenktų sveikatai ir padėtų išlaikyti mūsų dabartinę gyvenimo kokybę.

“Ekonominio augimo, socialinio teisingumo ir aplinkos kokybės suderinamumo problemas pasaulio bendrija sprendžia, formuodama naują požiūrį į ekonomikos augimą, t.y. siekdama užtikrinti “tausojančią plėtrą”, kurios bazinės nuostatos atsispindi teiginyje, kad tausojanti plėtra yra tokia plėtra, kuri tenkina dabartinių kartų poreikius, išsaugodama galimybes būsimoms kartoms tenkinti savuosius.” ( Šileika A., Žičkienė S., 2001)

Jūrų buveinių nykimas kitur pasaulyje veikia maisto tiekimą mums. Nafta gali išsilieti ES vandenyse iš ne ES registruotų tanklaivių. 10–50 km virš Žemės esantis ozono sluoksnis apsaugo mus nuo žalingos saulės ultravioletinės spinduliuotės, todėl jo mažėjimas veikia mus visus – nepriklausomai nuo to, ar šaldytuvus, kuriame yra ozono sluoksnį ardanti cheminė medžiaga, yra mūsų namuose, ar kitoje pasaulio pusėje. Todėl ES aktyviai dalyvauja derantis dėl tarptautinių aplinkos apsaugos susitarimų. Kioto protokolas dėl šiltnamio efektą sukeliančių dujų emisijų ir Monrealio Protokolas dėl ozono sluoksnį ardančių medžiagų, yra gerai žinomi. Daugelis kitų taip pat nepaprastai svarbūs gerinant aplinkos būklę. Sritys, kurioms jie taikomi, yra oro tarša, biologinė įvairovė, prekyba nykstančiomis rūšimis, pavojingomis cheminėmis medžiagomis ir genetiškai modifikuotais organizmais (GMO), atliekų vežimas, dykumėjimas, nelaimės, vandentakių valdymas ir visuomenės galimybės susipažinti su informacija apie aplinką.

ES aplinkos politikos sprendimai yra pagrįsti keliais pagrindiniais principais. Geriau užkirsti kelią nei valyti: geriau spręsti taršos problemą iš pat pradžių nei tvarkyti jos padarinius. Teršėjai privalo mokėti už sukeltą taršą ir, jei esama patikimų ženklų apie kylančią aplinkosaugos problemą, imamasi atsargumo veiksmų netgi nesant galutinio mokslinio patvirtinimo.

Aplinkos politika ES mastu yra prasminga, nes visi ES piliečiai turi teisę į tokį patį aplinkos apsaugos lygį, o įmonės turi teisę veikti tokiomis pačiomis konkurencijos sąlygomis. Tačiau svarbiausias principas yra lankstumas. Reikėtų kuo labiau atsižvelgti į skirtingas nacionalines aplinkybes, o kai kuriuos sprendimus geriausia priimti vietos lygmeniu. ES politika arba teisės aktai pateikiami pirmiausia pasikonsultavus su suinteresuotosiomis šalimis.

Orhuso konvencijoje įteisinta „suinteresuotosios visuomenės“ sąvoka. Ji nusako visuomenę, kuriai daro ar gali daryti įtaką aplinkos apsaugos srityje priimami sprendimai arba kuri yra suinteresuota sprendimų priėmimo procesu. Taigi, nevyriausybinės organizacijos, padedančios spręsti aplinkosaugos problemas yra laikomos suinteresuotomis organizacijomis. Reikia siekti, kad



ir Lietuvos visuomenė būtų „suinteresuota“. Išprususios, suvokiančios aplinkosaugos būtinumą visuomenės formavimas – ilgas procesas. Viena svarbiausių jo sąlygų – visuomenės informavimas.

#### ES dokumentai, reglamentuojantys aplinkos apsaugos prioritetus:

- Sutarties dėl Europos Konstitucijos projektas

Vienas svarbiausių Sąjungos tikslų – darnus vystymasis, pagrįstas subalansuotu ekonomikos augimu, aukšto konkurencingumo socialine rinkos ekonomika, siekiančia visiško užimtumo ir socialinės pažangos, ir kurioje aplinkos apsaugos ir aplinkos kokybės gerinimas yra aukšto lygio.

Svarbiausi aplinkos apsaugos prioritetai:

- aplinkos kokybės išsaugojimas ir gerinimas
- sveikatos apsauga
- taupus bei racionalus gamtos išteklių naudojimas
- tarptautinių veiksmų, sprendžiant regionines ir globalias aplinkos apsaugos problemas,

skatinimas

- ES darnaus vystymosi strategija 2001m. (atnaujinimas 2004 m.)
- Kardifo proceso dokumentai nuo 1998 m. (1999 m. įteisinta Amsterdamo sutartyje)
- Lisabonos strategija 2000 m. (atnaujinimas 2005 m.)
- 6-oji aplinkosaugos veiksmų programa 2002 m. (atnaujinimas 2006 m.)
  - klimato kaita
  - kraštovaizdis ir biologinė įvairovė
  - aplinka ir sveikata bei gyvenimo kokybė
  - gamtos ištekliai ir atliekos
- Pasaulio valstybių ir vyriausybių vadovų susitikimo (Johanesburgo) dokumentai 2002 m.
- Tematinės strategijos (2004 m.):
  - Atliekų prevencijos ir perdirbimo strategija
  - Gamtos išteklių darnaus naudojimo strategija
  - Aplinkosaugos technologijų veiksmų planas
  - Taršos integruotos prevencijos, intervencijos ir rizikos gamtinių, pramoninių bei kitų ekstremalių situacijų valdymo strategija
  - Dirvožemio apsaugos strategija
  - Taršos gyvsidabriu mažinimo strategija
  - Pesticidų panaudojimo strategija
  - Jūrinės aplinkos apsaugos strategija
- Komunikatai (2004 m.):
  - Komunikatas dėl pokyčių klimato kaitos klausimais

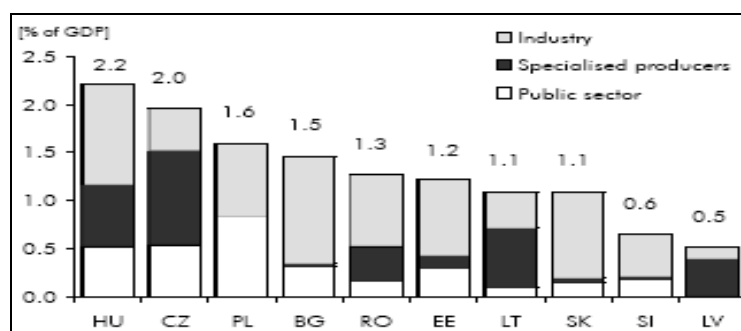
- Tarybos ir Parlamento Komunikatas dėl Europos ekologinio tinklo (Natura 2000) finansavimo
- Komunikatas dėl 2004- 2010 m. Europos aplinkos ir sveikatos veiksmų plano

“Aplinkos politiką kuria, priima, įgyvendina ir vertina ES institucijos (Europos Parlamentas, Taryba ir Komisija) bei ES valstybių narių vyriausybės. Proceso metu jos gali paprašyti nepriklausomos informacijos apie aplinką Kopenhagoje įsikūrusios Europos aplinkos agentūros. Ši agentūra turi 31 šalį narę, t. y. 25 Europos Sąjungos šalis ir Bulgariją, Islandiją, Lichtenšteiną, Norvegiją, Rumuniją ir Turkiją. Šveicarija ir visos Balkanų valstybės taip pat bendradarbiauja su agentūra.” (Europos komisija, 2005)

#### ES teisiniai aplinkos apsaugos reikalavimai:

Bendrijos aplinkos apsaugos politikos tikslai nustatyti vieninguoju Europos aktu (1986), kai Europos Bendrijos sutartis (1957) papildyta aplinkos apsaugos straipsniais - 130r, 130s, 100a str. ES aplinkos apsaugos teisės aktų visumą sudaro daugiau kaip 350 įvairių teisės aktų: Maždaug 70 pagrindinių direktyvų, daugiau nei 20 reglamentų, likusi dalis - sprendimai, rekomendacijos, nuomonės.

“Bendra pinigų suma išleista aplinkosaugai iš viešojo sektoriaus, gamintojų (atliekų tvarkymas, vandens eikvojimo mažinimas) ir pramonės 2000m. varijavo tarp 0,5 proc. BVP Latvijoje ir 2,2 proc. BVP Vengrijoje.” (Ulrich Wieland, Ulf Johansson, 2002 p.6)



**1 pav. Eurostat duomenys ( 2002)**

#### 1.4.1 Ekologinių ženklų vaidmuo, įgyvendinant ES aplinkosauginę politiką

Galiojanti aplinkosaugos veiksmų programa, kurią ES įgyvendins iki 2012 m., yra jau šeštoji. Ji grindžiama 30 metų veikla, jau davusia daug naudos, įskaitant daug švaresnį orą ir vandenį, saugomų natūralių buveinių skaičiaus padidėjimą, geresnį atliekų tvarkymą, tai, kad geriau iš anksto atsižvelgiama į planavimo sprendimų poveikį aplinkai, ir daugiau aplinkai nekenkiančių produktų. Tačiau tebelieka neišspręsti didžiuliai uždaviniai.

Šeštojoje aplinkosaugos veiksmų programoje nustatyti keturi prioritetai:

- klimato kaita
- gamta ir biologinė įvairovė
- aplinka ir sveikata bei gyvenimo kokybė
- gamtos ištekliai ir atliekos.

Europos Bendrijos „Šeštoji aplinkos apsaugos veiksmų programa“ nustatė aplinkos apsaugos tikslus ir prioritetus ir numato priemones, kurios bus naudojamos šiems tikslams pasiekti. Šioje programoje aiškiai įvardinta ir ekoženklavimo bei EMAS diegimo svarba. Pabrėžiama, kad saugesnių aplinkos atžvilgiu gaminių ir paslaugų paklausa gali būti kuriama informacinėmis bei mokomosiomis priemonėmis ir užtikrinant, kad produktų kainos atspindi kaštus, susijusius su neigiamu poveikiu aplinkai.” (Lietuvos Respublikos Ūkio Ministerija, 2006) Paklausos tokiems produktams atsiradimas skatina pramonės įmones diegti inovacijas ir naujus vadybos metodus, o tai skatina įmonių augimą, pelningumą, konkurencingumą ir naujų darbo vietų kūrimą.

Daugybė klimato kaitos valdymo priemonių buvo įgyvendintos tiek Europos Sąjungos, tiek nacionaliniu lygmeniu. Siekdama sumažinti teršalų emisijas, kaip numatyta Kioto protokole, Europos Komisija 2000 metų kovo mėnesį paskelbė Klimato kaitos programą. Komisija bendradarbiauja su pramonininkais, aplinkosaugos organizacijomis ir kitais suinteresuotais asmenimis, kad būtų rasti ekonomiškai taršos sumažinimo būdai. Įgyvendinta daugiau nei 30 įvairių aplinkosaugos priemonių. Klimato kaita yra didžiausias šio ir ateinančių dešimtmečių iššūkis. ES ilgalaikis tikslas – neleisti pasaulio temperatūrai pakilti daugiau nei dviem laipsniais, palyginti su priešindustrinės eros lygiu. Tai reiškia, kad iki 2050 m. šiltnamio efektą sukeliančių dujų emisijas pasaulyje reikia sumažinti mažiausiai 15 % ir tikriausiai daug daugiau, palyginti su 1990 m. Ypatinga problema yra anglies dioksidas (CO<sub>2</sub>), kurį mes išmetame degindami iškastinį kurą, kaip antai anglį, naftą ir dujas. Kad kuo mažiau būtų pokyčių, prie kurių reikėtų derintis, ir būtų užkirstas kelias pačiai didžiausiai grėsmei, ES reikia labiau naudotis tokiais produktais ir veikla, dėl kurių sumažėja šiltnamio efektą sukeliančių dujų emisijų. Tam reikia taikyti mažai anglies naudojančias technologijas vykdant pramonės, transporto ir energetikos politiką. Vadinasi, reikia veiksmingiau naudoti iškastinį kurą ir pakeisti jį atsinaujinančiais energijos šaltiniais (pvz. vėjo ir saulės energija).

“Europos taršos leidimų prekybos sistema, pradėta taikyti nuo 2005 metų sausio 1 dienos, yra ES klimato kaitos politikos kertinis akmuo. ES valstybių narių vyriausybės nustatė limitus, nurodančius, kiek CO<sub>2</sub> per metus gali išleisti į atmosferą jėgainės ir daug energijos sunaudojančios gamyklos, kurių yra apie 10500. Šių gamyklų CO<sub>2</sub> emisijos sudaro beveik pusę visų ES CO<sub>2</sub> emisijų. Gamyklos, išskiriančios mažiau CO<sub>2</sub>, neišnaudotas emisijų kvotas gali parduoti toms, kurioms sekasi prasčiau.” (<http://ec.europa.eu/environment/climat>)

Šitaip yra finansiškai skatinama mažiau teršti atmosferą. Sistema taipogi užtikrina, kad taršos leidimai būtų perkami, nes kompanijų, viršijusių nustatytas emisijų ribas ir iš neįsigijusių

leidimų didesnėms emisijoms, laukia didelės baudos. Taršos leidimų prekybos sistema užtikrina teršalų emisijų mažinimą mažiausiomis sąnaudomis ir maždaug trečdaliu sumažina emisijų mažinimo išlaidas.

Kitos Europos klimato kaitos programos priemonės yra šios: transporto priemonių kuro sąnaudų mažinimas, pastatų energinio naudingumo didinimas (dėl geresnės šiluminės izoliacijos šildymo išlaidos gali sumažėti net 90 %!), atsinaujinančių energijos šaltinių, tokių kaip vėjas, saulė, potvyniai, biomasė (organinės medžiagos - medienos liekanos, augalai, gyvūnų išmatos) ir geoterminė energija (šiluma iš geizerių arba ugnikalnių) naudojimo skatinimas, metano emisijų iš sąvartynų mažinimas.

Antrasis Europos klimato kaitos programos etapas buvo pradėtas 2005 metų spalį, siekiant toliau plėtoti ekonomišką teršalų emisijų mažinimo priemones. Daugiausia dėmesio skiriama siūlymams, kaip patobulinti Europos taršos leidimų sistemą, siekiant sumažinti aviacijos ir keleivinio kelių transporto taršą, paskatinti anglies dioksido surinkimo ir laikymo technologijos diegimą ir rasti tinkamiausias priemones, kurios padėtų prisitaikyti prie neišvengiamų klimato kaitos pasekmių. Vadovaudamasi šiomis gairėmis Europos Komisija neseniai pasiūlė teisės aktų projektus, pagal kuriuos Europos taršos leidimų sistema būtų taikoma ir oro linijų bendrovėms ir kurie leistų sumažinti kelių transporto priemonių teršalų emisijas. Komisija taip pat paskelbė, kad bus siūlomi teisės aktai, ribojantys naujų automobilių CO<sub>2</sub> emisijas.

Jau buvo imtasi kai kurių žingsnių, kad ES taptų mažai anglies naudojančia visuomene, ir iškelti tikslai. Aplinkosauginio ženklinimo taisyklės padeda vartotojams atpažinti, kad jie perka energiją taupantį šaldytuvą, skalbimo mašiną ar kitą buitinį prietaisą. Energijos vartojimo efektyvumo standartai sumažina šildymo ir vėsinimo poreikius pastatuose, kuriuose šiuo metu suvartojama 40 % ES energijos. "Tikslas, dėl kurio susitarė ES, – tai, kad iki 2010 m. 21 % elektros bus gaminama iš atsinaujinančių energijos šaltinių (biomasės, vėjo ir saulės energijos). Visos ES valstybės siekia šio tikslo. Jos taip pat įsipareigojo iki šio dešimtmečio pabaigos iki 5,75 % padidinti biokuro kiekį transporte naudojamo kuro mišinyje." (Europos komisija, 2005)

Gamtos ir biologinės įvairovės apsauga yra svarbi ne tik dėl malonumo, kurį gali teikti mūsų natūrali aplinka, bet visų pirma dėl to, kad mūsų maisto tiekimui kelia pavojų dykumėjimas ir augalų bei gyvūnų rūšių ir genetinės įvairovės nykimas. Dėl šio praradimo taip pat eikvojami gamtos išteklių, kuriuos mes naudojame daugelyje pramonės šakų. Mūsų gyvenamoji aplinka padeda sumažinti klimato kaitą:

- miškai gali sugerti anglį,
- užkerta kelią erozijai (potvynių priežastis)
- teikia gamtos išteklių pramonei ir energijos gamybai.

ES yra įsipareigojusi sustabdyti biologinės įvairovės nykimą savo teritorijoje. Ji taip pat dirba su kitomis valstybėmis, remiant Jungtiniams Tautoms, siekdama gerokai sumažinti biologinės įvairovės nykimą pasauliniu mastu iki šio dešimtmečio pabaigos. Pagrindinės ES priemonės yra Biologinės įvairovės strategija kartu su dviem privalomais teisės aktais – Buveinių direktyva ir Laukinių paukščių direktyva – bei jas pagrindžiantis finansavimas.

ES bendra žemės ūkio politika buvo reformuota taip, kad būtų atlyginta ūkininkams už mūsų natūralios aplinkos gerinimą. Bendra žvejybos politika dabar kur kas daugiau dėmesio skiriama žuvų išteklių išsaugojimui. ES finansuojant naują transporto infrastruktūrą, tiesiant kelius ir geležinkelių ruožus turi būti atsižvelgta į poveikį aplinkai, todėl jie turi būti nustatomi taip, kad būtų apsaugota biologinė įvairovė.

Europos Sąjunga ilgai dirbo, siekdama apsaugoti sveiką darbo vietoje ir užkirsti kelią mūsų oro, vandens ir maisto grandinės taršai iš įvairių šaltinių, kaip antai benzino sudėtyje esančio švino ir baterijose esančių cheminių medžiagų. Nepaisant to, sergamumas aplinkos veiksnių sukeliomomis ligomis didėja. Čia turi reikšmės cheminės medžiagos, tačiau informacija apie didžiąją mūsų naudojamų cheminių medžiagų dalį yra apytikrė ir neišsami. Todėl ES sukūrė sistemą REACH, reiškiančią „cheminių medžiagų registraciją, įvertinimą ir autorizaciją“. Pagal šią sistemą iš cheminių medžiagų gamintojų ir importuotojų reikalaujama užregistruoti apie 30 000 plačiai naudojamų medžiagų, pateikiant informaciją apie jų savybes, poveikį ir naudojimą bei saugius jų tvarkymo būdus. Gamintojai ir importuotojai taip pat privalo perduoti šią informaciją visiems, naudojančioms chemines medžiagas savo gamybos procesuose. REACH taip pat padės pateikti naujas chemines medžiagas į rinką ir taip skatins darnią ir konkurencingą chemijos pramonę, kurios produktai atitinka aukštus saugos standartus.

Augant ekonomikai eikvojami gamtos ištekliai ir susidaro atliekų. ES tikslas – sumažinti išteklių naudojimo poveikį aplinkai ir palikti mažiau atliekų išlaikant tokį patį ekonomikos augimo lygį. Tai reiškia, kad reikia naudoti daugiau atsinaujinančiųjų išteklių, daugiau perdirbti ir geriau tvarkyti atliekų perdirbimo likučius. Randant būdų gaminti produktus naudojant mažiau žaliavų ir daugiau perdirbamų arba atsinaujinančiųjų išteklių, susidarytų mažiau atliekų produkto būvio ciklo metu ir jo naudingo tarnavimo laikotarpio pabaigoje. Iš anksto atsižvelgiant į produkto energetinį efektyvumą taip pat sutaupoma energijos produkto naudojimo metu. ES jau ėmėsi priemonių, siekdama sumažinti galutiniam šalinimui skirtų atliekų kiekį.

ES yra iškėlusios tikslus dėl perdirbtino pakuočių atliekų kiekio ir baterijų, elektros ir elektroninės įrangos atliekų (pvz., kompiuterių), transporto priemonių ir padangų šalinimo taisyklių. ES taip pat skatina bet kokių galutiniam šalinimui skirtų atliekų suspaudimo technologijas.

Kai kurie iš šių prioritetų įtraukti į septynias „temines strategijas“, kuriose laikomasi visaapimančio požiūrio į dirvožemio apsaugą, jūrų aplinkos išsaugojimą, darnų pesticidų

naudojimą, oro taršą, miesto aplinką, tausų išteklių naudojimą ir valdymą ir atliekų prevenciją bei perdirbimą.

Ekologinės naujovės ir „žaliosios“ technologijos nėra naudingos vien aplinkai. Jos taip pat teikia ekonomikos augimo galimybių – būdamos naudingos verslui ir suteikdamos konkurencinį pranašumą ES bendrovėms. 2003 m. pasaulinė ekologinių prekių ir paslaugų rinka buvo įvertinta daugiau kaip 500 mlrd. eurų. Savo dydžiu ji prilygsta erdvėlaivių ir farmacijos pramonėms. Ir augimo tempui esant apytikriai 5 % per metus ši rinka auga greičiau nei ES ekonomika. Ji taip pat sukuria naujų darbo vietų. ES maksimaliai išnaudoja šią galimybę. Europa jau yra įgijusi novatorės pranašumą vėjo energijos technologijų srityje.

ES aplinkos politika nėra statiška. Ji nuolat atnaujinama atsižvelgiant į naujas grėsmes ir naujas technologijas. Joje atsižvelgiama į naujas idėjas apie geriausią politiką arba priemonę sprendžiant aplinkos klausimus. Politika nekuriama tuštumoje, ja reaguojama į suinteresuotųjų šalių, visų pirma į ES piliečių, turinčių teisę reikalauti aukštos gyvenimo kokybės sau ir savo vaikams, požiūrius.

#### 1.4.2 Ekologiškų ženklų diegimo patirtis

Pasaulinis aplinkosauginis ženklinimo tinklas yra ne pelno siekianti trečiosios šalies organizacija, įkurta 1994 m. produkcijos ekologiniam ženklinimui skatinti ir plėtoti. 2001 m. GEN vienijo 26 nacionalines ir tarptautines organizacijas, atliekančias aplinkosauginį ženklinimą visame pasaulyje.

Aplinkosauginio ženklinimo ekonominis efektyvumas ir ekologiškų produktų pardavimų didėjimas priklauso nuo minėtų ženklų atpažįstamumo ir to, kaip jų prasmę ir vertę suvokia vartotojai.

J. Ruževičiaus (2007) atliktų tyrimų rezultatai patvirtina, kad Lietuvoje būtina plėtoti vartotojų ekologinį švietimą, nes tik trečdalis (Austrijoje - pusė) vartotojų įsigydami prekes kreipia dėmesį į jų ekologiškumą, o nacionalinį savo šalies AŽ atpažįsta vos 2 proc. respondentų (Austrijoje — 11,5 proc.). Visai kitokia padėtis Skandinavijos šalyse. Dar 1996 m. tyrimas parodė, kad 80 proc. Norvegijos pirkėjų atpažįsta savo (Šiaurės šalių) AŽ, o net 79 proc. jų pirkdami pirmumą suteikia prekėms, pažymėtoms būtent šiuo ženklu. Tyrimas atskleidė ir tai, kad Austrijos vartotojai žymiai palankiau vertina AŽ turinčių produktų aukštesnę kainą. Tai galima paaiškinti šios šalies gyventojų didesne perkamąja galia ir geriau išplėtotą vartotojų švietimo ir ugdymo sistema. Siekiant plėsti saugių, nekenksmingų ir tausojančių aplinką produktų vartojimą, būtina valstybės mastu rengti vartotojų švietimo ir informavimo programas, taip didinti vartotojų šios srities kompetenciją ir ugdyti visuomenės ekologinę kultūrą.

1993 m. JAV federalinė vyriausybė nusprendė pirkti tik „Energy Star“ ženklą atitinkančią IT įrangą. Federalinė vyriausybė – didžiausia pavienė kompiuterių pirkėja pasaulyje; laikoma, kad šis sprendimas ženkliai prisidėjo prie to, kad didžioji dalis IT įrangos rinkos dalyvių pamažu perėjo prie „Energy Star“ standartų. Apskaičiuota, kad federalinei administracijai nuo 1995 m. perėjus prie „Energy Star“ buvo sutaupyta 200 milijardų kWh. elektros energijos, tai atitinka 22 milijonus tonų CO<sub>2</sub>.

Gaminant produktus susidaro įvairios atliekos bei teršalai, patenkantys į orą, vandenį ir dirvožemį, taip pat naudojami gamtos išteklių. Siekiant sumažinti gaminio poveikį aplinkai, imta diegti ekologinio ženklo suteikimo gaminiui sistema.

Pirmoji 1977 m. ekologinių ženklų sistema pradėjo taikyti Vokietijos Federacinė Respublika. Gaminiui ženklini buvo sukurtas „Mėlynojo Angelo“ ekologinis ženklas, kuris buvo suteikiamas gaminiams, darantiems mažesnę poveikį aplinkai, negu kiti tos pačios paskirties gaminiai.

Nors EMAS yra savanoriška sistema, viename Belgijos regionų EMAS diegimas yra privalomas sąvartynams, nuotekų valykloms ir atliekų deginimo įrenginiams. Šios organizacijos EMAS diegimui gauna finansavimą iš regiono valdžios institucijų. Tikėtina, kad ateityje daugės šalių, kuriose tam tikroms organizacijoms EMAS taps privalomas. Tačiau šiuo metu Europos Sąjungos šalyse taikomos tik įvairios su teisiniais ir kitais reikalavimais susijusios EMAS skatinimo priemonės.

Kai kuriose Europos Sąjungos šalyse taikomos supaprastintos atitikties teisiniams reikalavimams tikrinimo procedūros. Pvz., Austrijoje išleistas federalinis įstatymas dėl EMAS diegimo, kuriame numatyta kad organizacijoms, turinčioms EMAS registraciją taikomos supaprastintos atitikties teisiniams aplinkos apsaugos reikalavimams tikrinimo procedūros. Liuksemburge į EMAS registraciją atsižvelgiama planuojant emisijų tikrinimą. Norvegijos taršos kontrolės institucija yra įpareigojusi regionines aplinkos apsaugos institucijas sumažinti tikrinimų dažnumą EMAS registraciją ar ISO 14001 sertifikatą turinčioms įmonėms.

Vokietijoje, Olandijoje ir Portugalijoje, organizacijos, turinčios EMAS registraciją tikrinamos rečiau, taikoma supaprastinama ataskaitų teikimo tvarka. Tačiau čia supaprastinimas vykdomas tikrinančių organizacijų nuožiūra, remiantis tuo, kad EMAS registraciją turinčių organizacijų aplinkos apsaugos veikla yra skaidresnė, jos veiksmingiau valdo aplinkos apsaugos aspektus. Ispanijoje, EMAS ataskaitose pateikti duomenys taip pat naudojami mažinant inspekcijų skaičių.

Kai kuriose Europos Sąjungos šalyse (pvz.: Italijoje, Vengrijoje, Kipre) EMAS skatinimas siejamas su taršos integruotos prevencijos ir kontrolės leidimų išdavimu. Italijoje įstatymiškai įtvirtinta galimybė EMAS registraciją turinčioms organizacijoms pratęsti taršos integruotos

prevencijos ir kontrolės leidimo galiojimo laiką nuo 5 iki 8 metų. Šioms organizacijoms supaprastinta ir leidimo pratęsimo tvarka. Vengrijoje, taršos integruos prevencijos ir kontrolės leidimo galiojimo laikas EMAS registraciją turinčioms įmonėms prailginamas nuo 8 iki 10 metų.

Italijoje, Olandijoje ir kai kuriose kitose Europos Sąjungos šalyse EMAS registracija palengvina ir kitų su aplinkos apsauga susijusių leidimų išdavimą. Pvz., Italijoje, EMAS registraciją (ar ISO 14001 sertifikata) turinčios organizacijos turi pirmenybę išduodant vandens naudojimo leidimus pramoninėms reikmėms iš ribotus išteklius turinčių vandens baseinų. Liuksemburge, tokioms organizacijoms supaprastinta tvarka išduodami energijos naudojimo leidimai ir prailginamas šių leidimų galiojimo laikas. Olandijoje, EMAS registraciją (ar ISO 14001 sertifikata) turinčios organizacijos turi galimybę gauti specialius taršos leidimus, kuriuose įvardijamas maksimalus pagrindinės taršos kiekis susidarantis per vienerius metus, o ne leistinos koncentracijos. Toks leidimas leidžia įmonei lanksčiau planuoti gamybos ar taršos valymo įrangos keitimą.

2005 metais buvo vykdomas tarptautinis projektas „EMAS kompetencijos stiprinimas naujose Europos Sąjungos Šalyse“, kuriame dalyvavo Lietuvos, Estijos, Latvijos ir Vengrijos organizacijos. Projekto metu buvo taikoma supaprastinta EMAS diegimo metodika, pagrįsta „ekožemėlapių“ taikymu. Taikant šią metodiką EMAS buvo diegiamas mažose ir vidutinėse įmonėse (Lietuvoje 10 pramonės įmonių), buvo parengta metodinė medžiaga. Nors projekto metu dėl laiko ir išteklių stokos EMAS diegimas nebuvo baigtas nė vienoje iš dalyvavusių įmonių, Europos aplinkos politikos institutas šio projekto metu taikytą metodiką įtraukė į geriausių priemonių, padedančių supaprastinti su aplinkos apsauga susijusius teisinius reikalavimus pramonės įmonėms, sąrašą.

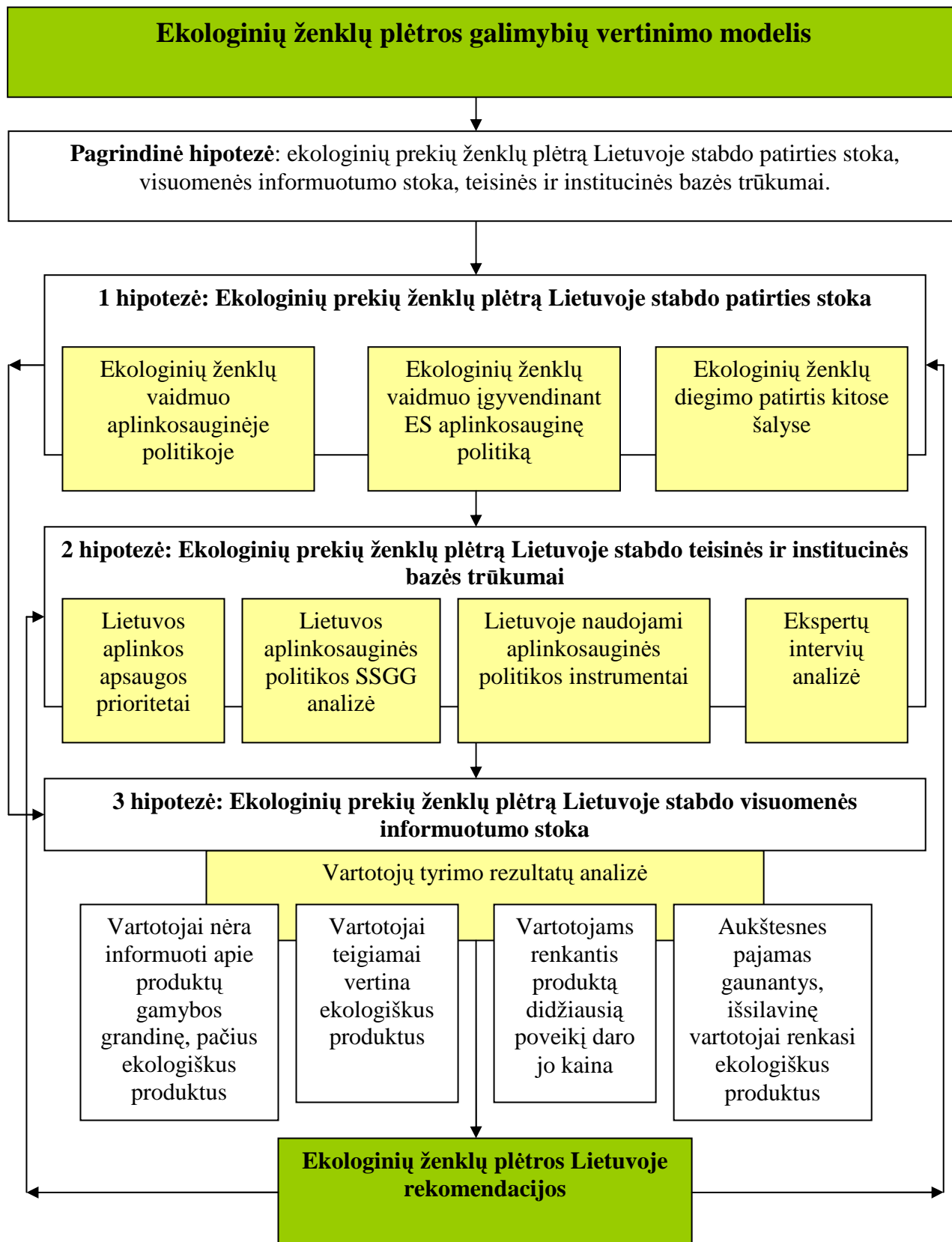
## **1.5 Ekologinių ženklų plėtros galimybių vertinimo modelis**

Tyrimui atlikti sukurtas „Ekologinių ženklų plėtros galimybių vertinimo modelis“. Naudoti tokie tyrimo metodai - mokslinės literatūros analizė, palyginimas ir apibendrinimas, Lietuvos Respublikos įstatymų analizė, 2007 – 2013m. ekonomikos augimo veiksmų programos analizė.

Atlikta Lietuvos aplinkosauginės politikos SSGG analizė, tiriant mokslinius straipsnius, Lietuvos Respublikos įstatymus, nutarimus ir ministrų įsakymus.

Atliktos dvi apklausos: ekspertų interviu ir anketinė vartotojų apklausa. Atlikti tyrimo etapai, leidžia grįžti atgal į teorinį lygmenį ir formuluoti naujus teiginius, o taip pat atliktas tyrimas leidžia grįžti į empirinį lygmenį ir rekomenduoti pasiūlymus politikos tobulinimui.





2 pav. Ekologinių ženklų plėtros galimybių vertinimo modelis

## 2. APLINKOSAUGINĖ LIETUVOS POLITIKA

Darnus vystymasis – pagrindinė ilgalaikė visuomenės raidos ideologija. Pagrindinės darnaus vystymosi nuostatos buvo suformuluotos pasaulio viršūnių susitikime Rio de Žaneire 199 metais. “Darnaus vystymosi koncepcijos pagrindą sudaro trys lygiaverčiai komponentai – aplinkosauga, ekonominis ir socialinis vystymasis. Rio de Žaneire priimta darnaus vystymosi įgyvendinimo veiksmų programa – „Darbotvarkė 1“. Priimtoje deklaracijoje nurodyti pagrindiniai darnaus vystymosi principai” (www.am.lt).

2003 metais Lietuvoje buvo priimta Nacionalinė darnaus vystymosi strategija ir nustatyti Lietuvos aplinkos apsaugos prioritetai. Lietuvos darnaus vystymosi siekis – pagal ekonominio ir socialinio vystymosi bei išteklių naudojimo efektyvumo rodiklius iki 2020 m. pasiekti dabartinį ES vidurkį, pagal aplinkos taršos rodiklius – neviršyti ES leistinių normatyvų, laikytis tarptautinių konvencijų, ribojančių aplinkos teršimą ir indėlį į globalinę klimato kaitą, reikalavimų.

Lietuvos darnaus vystymosi prioritetai:

- Nuosaikus, tarp ūkio šakų ir regionų suderintas ekonomikos vystymas
- Socialinių ir ekonominių skirtumų tarp regionų ir regionų viduje mažinimas, išsaugant jų savitumą
- Pagrindinių ūkio šakų (transportas, pramonė, energetika, žemės ūkis, būstas, turizmas) poveikio aplinkai mažinimas
- Efektyvesnis gamtos išteklių naudojimas ir atliekų tvarkymas
- Pavojaus žmonių sveikatai mažinimas
- Pasaulinės klimato kaitos ir jos pasekmių švelninimas
- Efektyvesnė biologinės įvairovės apsauga
- Efektyvesnė kraštovaizdžio apsauga ir racionalus tvarkymas
- Užimtumo didinimas, nedarbo, skurdo ir socialinės atskirties mažinimas
- Švietimo ir mokslo vaidmens didinimas
- Lietuvos kultūrinio savitumo išsaugojimas

“Galima nurodyti dvi svarbiausias aplinką tausojančios plėtros idėjas: plėtra bus tausojanti tik tuo atveju, jei bus palaikomas balansas tarp ekonominių, socialinių ir ekologinių plėtros aspektų, lemiančių visapusišką gyvenimo kokybę. Dabar gyvenantys žmonės turi palikti pakankamas socialinių, ekonominių ir gamtinių išteklių atsargas, kad ir ateities kartos pasiektų tokį gerovės lygį, kokį pasiekė mūsų karta.” (Šileika A., Žičkienė S., 2001)

### 2.1 Lietuvos aplinkos apsaugos prioritetai

Nacionalinėje darnaus vystymosi strategijoje nustatyti svarbiausi planuojami veiksmai, konkrečiose srityse, siekiant įgyvendinti ES ir Lietuvos aplinkos apsaugos prioritetus.

Klimato kaitos srityje:

- Sukurti Nacionalinį šiltnamio efektą sukeliančių dujų registrą (iki 2005 m.)
- Atnaujinti Nacionalinę klimato kaitos strategiją, atsižvelgiant į Ignalinos AE uždarymą ir parengti Nacionalinę Kioto protokolo mechanizmų įgyvendinimo strategiją bei nacionalinę šiltnamio efektą sukeliančių dujų mažinimo programą (2004 m.)
- Kasmet teikti EK ataskaitas apie šiltnamio efektą sukeliančias dujas
- Paruošti šiltnamio efektą sukeliančių dujų paskirstymo įmonėms plano projektą (2004 m.) ir pateikti EK patvirtinti
- Paruošti ir pateikti III-ąjį Nacionalinį pranešimą apie klimato kaitą

Aplinkos kokybės srityje:

- Mažinti aplinkos oro taršą iš stacionarių ir mobilių taršos šaltinių, diegiant ES aplinkos oro kokybės reikalavimus (benzinas, dyzelinas aukštos kokybės, biokuro panaudojimas, išmetimų iš didelių kurą deginančių įrenginių mažinimas bei kt.)
- Gerinti geriamojo vandens kokybę, valyti nuotekas iki ES vandens kokybės normatyvų (numatoma, kad iki 2009 m. visuose miestuose veiks nuotekų valymo įrenginiai, šiam tikslui pasiekti 2002-2009 m. numatoma įgyvendinti 90 investicinių projektų už 400 mln. eurų)
- Valdyti vandens išteklius pagal upių baseinų rajonus – pagal Master planus numatoma įsteigti 5 stambius upių baseinų rajonus (*2 Nemuno, Ventos, Mūšos-Nemunėlio (Lielupe) ir Dauguvos UBR*)

Gamtos išteklių naudojimo ir atliekų tvarkymo srityje:

- Elektros energijos gamybai daugiau naudoti atsinaujinančių energijos šaltinių (20% iki 2020 m.)
- Vykdyti taršos integruotą prevenciją ir kontrolę, diegti aplinkai palankias technologijas
- Uždaryti senus, neatitinkančius ES reikalavimų sąvartynus, ir sukurti 10 regioninių atliekų tvarkymo sistemų (steigiami regioniniai atliekų tvarkymo centrai. Šiuo metu įsteigti 7.)
- Sukurti ir įdiegti pakuočių atliekų surinkimo ir apskaitos sistemą (pradėta kurti nuo 2003-01-01) (Sudaryti organizacines ir technines sąlygas surinkti ir panaudoti ne mažiau kaip 50% pakuočių atliekų, iš jų – popieriaus ir kartono ne mažiau 55%, stiklo 60%, plastikų 25% , metalo 40%)

Kraštovaizdžio ir biologinės įvairovės srityje:

- Steigti saugomas teritorijas pagal NATURA 2000 tinklo reikalavimus
- Tikslinti ypač saugomų rūšių sąrašus bei rengti šių rūšių apsaugos veikslių planus
- Steigti GMO leidimų išdavimo, duomenų kaupimo ir kontrolės sistemą.

## 2.2 Lietuvos aplinkosauginės politikos SSGG analizė

Aplinkosaugos srityje valstybė, užuot kovojusi su neigiamomis poveikio aplinkai pasekmėmis, turi kontroliuoti ir reguliuoti poveikį aplinkai, raginti ūkio subjektus ir valstybės institucijas vykdyti neigiamo poveikio aplinkai ir žmonių sveikatai prevenciją. „Nuoseklus ES direktyvų ir nacionalinių įstatymų, reglamentuojančių poveikį aplinkai ir žmogaus sveikatai, įgyvendinimas, gamintojų atsakomybės už aplinkos taršą didinimas – vienas svarbiausiųjų valstybės uždavinių.“ ( LR Vyriausybės nutarimas Nr.692, 2005m. 06 23d.)

### Stiprybės:

- Teikiama finansinė parama aplinkosauginiams investiciniams projektams (VŠĮ “Lietuvos aplinkos apsaugos investicijų fondas”, Ūkio ministerijos nacionalinė parama, ES struktūrinė parama).
- Tobulinama teisinė aplinkosaugos bazė.
- Susiformavo patirtis ir išaugo kompetencija. Susikūrė/kuriasi suinteresuotųjų aplinkosauga asociacijos, vyksta informacijos sklaida.
- Ilgalaikėje (iki 2025 metų) Lietuvos transporto sistemos plėtros strategijoje patvirtinta darni transporto plėtra suderinta su aplinkosaugine Lietuvos politika.

Kuriant ekonomiškai efektyvią transporto sistemą, derinama visų transporto rūšių plėtra, teikiant pirmenybę mažesnei neigiamą poveikį aplinkai darančiam transportui, didinant energinio transporto sektoriaus efektyvumą, naudoti daugiau alternatyvių ir mažiau – aplinką teršiančių degalų, mažinti aplinkos taršą. Vietiniai atsinaujinantys biologiniai ištekliai turi tenkinti iki 15 procentų Lietuvos kuro poreikių. Turi būti sukurta reikiama teisinė bazė ir teikiama visokeriopa parama energiniam žemės ūkiui, perdirbamajai pramonei plėtoti. „Vidutinės trukmės (iki 2013 metų) tikslai turi padėti geriau organizuoti ir reguliuoti transporto eismą, kad būtų mažesnė oro tarša ir triukšmas, pasiekti, kad oro tarša ir triukšmas miestuose neviršytų leistinų normatyvų.“ (LR Vyriausybės nutarimas Nr.692, 2005m. 06 23d.)

- Lietuvos agrarinės ekonomikos institutas sukūrė sistemą informuojančią vartotojus apie ekologiškus produktus.

Sukurtas internetinis tinklalapis, kuriame galima kaupti ir surasti informaciją, susijusią su ekologiniu žemės ūkiu ir ekologiškais produktais Lietuvoje. Išanalizuota informacija apie ekologinį ūkininkavimą ir ekologiškus produktus pateikiama įvairiuose interneto tinklalapiuose. Remiantis atlikto tyrimo rezultatais, sukurta veikianti interneto svetainė [eko.laei.lt](http://eko.laei.lt). Svetainėje orientuojamasi į ekologiškų produktų rinkos informacijos talpinimą internetinėje keletą informacijos šaltinių jungiančioje svetainėje (esančioje sąryšyje su kitomis), tokiu būdu informuojant įvairių lygių

vartotojus (perdirbėjus, prekybininkus, galutinius vartotojus ir kt.) apie ekologiškų produktų naudą bei galimybę jų įsigyti. Svetainėje pateikiama susisteminta informacija apie ekologinį ūkininkavimą, ekologiškų produktų privalumus, jų perdirbimą, prekybą, mokymus, produktų vartojimą ir kt. Pagrindinis svetainės tikslas – ekologiškos produkcijos augintojų, perdirbėjų, ekologiškų produktų vartotojų informavimas ir švietimas. Tinklapis sudaro prielaidas formuoti aktyviam ekologiškų produktų rinkos subjektų sluoksniui. Duomenys apie ekologiškų produktų gamybos apimtis bei pardavimus dalinai padės ūkininkams ir perdirbėjams planuoti savo ūkinę veiklą, ekologiškų produktų rinkos dalyviams veikti koordinuotai, suaktyvinti ekologiškų produktų rinką, atlikti mokslinius ekologiškų produktų rinkos tyrimus.

— Nacionalinėje darnaus vystymosi strategijoje prioritate „Verslo produktyvumo didinimas ir aplinkos verslui gerinimas“ remiant aukštų ir vidutiniškai aukštų technologijų sektorių vystymąsi bei skatinant tradicinių sektorių įmones diegti inovacijas ir įsigyti naujas technologijas, tikimasi sumažinti energijai imlių ir aplinką teršiančių pramonės sektorių dalį. Darniai plėtrai didelį teigiamą poveikį turės įmonių diegiamos eko-inovacijos inovacijos. Palankios verslui ir inovacijoms aplinkos sukūrimas darys netiesioginę teigiamą įtaką darniai plėtrai – bus skatinama mažiau energijai imlių sektorių plėtra, įmonės bus skatinamos diegti energiją taupančias, švarios gamybos technologijas.

— Antrinių žaliavų surinkimo iš gyventojų konteinerinė sistema Lietuvoje dar tik pradėta diegti. Aplinkos ministerijos duomenimis, tik 40 proc. savivaldybių teritorijose vykdomas atskiras antrinių žaliavų surinkimas. Panaudojant Gaminių ir pakuočių atliekų tvarkymo programos lėšas, Aplinkos ministerija savivaldybėms nupirko 13 400 konteinerių antrinėms žaliavoms rinkti. Šiais metais planuojama 44 savivaldybėms papildomai nupirkti 5202 konteinerius. VŠĮ „Žaliasis taškas“ duomenimis 2008 m. pab. Lietuvoje turėtų būti apie 21 300 konteinerių už maždaug 30 mln. litų.

— Siekiant įgyvendinti 2004 m. vasario 11 d. *Europos Parlamento ir Tarybos direktyvos 2004/12/EB, keičiančios Direktyvą 94/62/EB dėl pakuočių ir pakuočių atliekų*, nustatytas pakuočių atliekų naudojimo ir perdirbimo užduotis, Lietuvoje gamintojams ir importuotojams (t.y. pakuočių naudotojams) nustatyta pareiga tvarkyti pakuočių atliekas: vykdyti nustatytas pakuočių surinkimo ir pakartotinio naudojimo užduotis ir (ar) pakuočių atliekų perdirbimo ir kitokio naudojimo užduotis, arba mokėti mokestį už aplinkos teršimą pakuočių atliekomis.

— Aplinkosauginių kriterijų taikymą žaliuosiuose pirkimuose apibrėžia Lietuvos Respublikos Vyriausybės 2007 m. rugpjūčio 8 d. nutarimas „Dėl nacionalinės žaliųjų pirkimų įgyvendinimo programos patvirtinimo“ (VŽ, 2007, Nr. 90-3573). Šios Programos tikslas – skatinti žaliuosius pirkimus ir pasiekti, kad per viešuosius pirkimus įsigytos prekės, paslaugos ar darbai būtų kuo palankesni aplinkai.

### **Silpnybės:**

— Valstybiniu mastu nėra vienos institucijos, atsakingos už gamintojo atsakomybės sistemos efektyvumo analizę bei sistemos tobulinimą. Atskiros institucijos (Aplinkos apsaugos agentūra, Aplinkos ministerijos atskiri departamentai) fragmentiškai renka ir analizuoja įvairius kokybinius ir kiekybinius duomenis iš gamintojų ir importuotojų, savivaldybių, tačiau dėl jų fragmentiškumo sunku spręsti apie sistemos efektyvumą ir tinkamai formuoti ilgalaikę aplinkosauginę politiką.

— Turi būti sudaryta galimybė maždaug 15 procentų transportui skiriamų degalų poreikio tenkinti gaminant biodyzeliną ir bioetanolį. Kaip rodo kitų valstybių patirtis, plačiau panaudoti alternatyvius energijos šaltinius (biokurą, vėjo ir vandens energiją ir kt.) labiausiai trukdo naftos produktus gaminančių ir jais prekiaujančių įmonių lobistinė veikla. Todėl valstybė turi sureguliuoti teisinius ir ekonominius alternatyvios energijos gamybos ir realizavimo klausimus.

— Lietuvoje mažai nuosavų gamtinių išteklių, trūksta galimybių apsirūpinti pigiais ištekliais, o pagrindinė silpnybė - didelė priklausomybė nuo energijos išteklių, gaunamų iš vieno šaltinio.

„Dujų ir elektros tinklai neturi tiesioginių sąsajų su Vakarų Europos ir Skandinavijos energetikos sistemomis. Ignalinos AE uždarymas kelia neigiamus padarinius aplinkai, taip pat socialinius bei ekonominius padarinius ir kartu lemia aktualų Lietuvos prisijungimo prie Vakarų Europos energetinių tinklų poreikį.“ ( Ekonomikos augimo veiksmų programa 2007-2013m.) Lietuvos elektros ir dujų rinkoms esant atribotoms nuo vieningų ES vidaus elektros ir dujų rinkų, pilnai negali veikti energijos kainų formavimosi mechanizmai, vartotojai objektyviai neturi galimybės pasirinkti energijos tiekėjo, nors teisinės prielaidos tam yra sudarytos.

— Lietuvoje energijos gamyba, tiekimas ir vartojimas yra nepakankamai efektyvūs, būdingas aukštas energijos intensyvumas. Lietuvoje išnaudojamas ne visas atsinaujinančiųjų ir vietinių energijos šaltinių potencialas. Investicijos į *centralizuoto šilumos tiekimo tinklų ir sistemų modernizavimą bei plėtrą* sudarytų prielaidas energijos nuostolių mažėjimui, didintų vartotojams tiekiamų paslaugų kokybę, bei leistų plačiau išnaudoti termofikacinių jėgainių potencialą bei atsinaujinančius energijos šaltinius (ypač biokurą), tuo pačiu mažėtų aplinkos tarša.

— Kioto protokolas yra šiuo metu svarbiausia kovos su klimato atšilimu tarptautinė sutartis, teisiškai galiojanti nuo 2005 vasario 15 d. ir 2006 m. gruodžio duomenimis ratifikuota virš 160 šalių ar vyriausybinių vienetų. Pasirašiusios šalys įsipareigoja arba iki 2012 m pabaigos sumažinti CO<sub>2</sub> ir kitų šiltnamio dujų emisijas tam tikru diferencijuotu procentu, arba dalyvauti emisijų leidimų prekyboje, jei emisijos nesumažėja/padidėja. ES įsipareigojusi sumažinti emisijas 8%, lyginant su 1990 m. emisijomis. Lietuva Kioto protokolą pasirašė 2002 m. Besivystančios šalys, kurios dėl technologinių ir ekonominių priežasčių nebūtų pajėgios vykdyti šios sutarties, nėra įpareigtos pasiekti šių standartų.

— Dabartinė pakuočių atliekų tvarkymo sistema reikalauja griežtos kontrolės, tačiau kontroliuojančioms institucijoms (RAAD) trūksta žmogiškųjų išteklių pakankamai kontrolei užtikrinti. Gamintojų atsakomybės už pakuočių atliekų tvarkymą principas suvokiamas supaprastintai ir dažnai apsiriboja finansine atsakomybe, kuri pasireiškia pažymų už pakuočių atliekų perdirbimą, naudojimą ar eksportą įsigijimu. Fizinė atsakomybė (t.y., surinkti ir tvarkyti SAVO atliekas) ir informacinė atsakomybė (pvz., žymėti pakuotes nurodant medžiagą ir pan.) praktiškai neįgyvendinamos. Nėra teisiškai reglamentuojama kokiomis sąlygomis gamintojai ir importuotojai gali individualiai tvarkyti savo pakuočių atliekas.

— Ekologiškų produktų asortimentas Lietuvoje didėja, tačiau įsigyti jų tampa vis brangiau. Daugelio ekologiškų produktų kainos mažmeninės prekybos centruose 2008m. rugpjūtį, palyginti 2007m, išaugo ketvirtadaliu, pranešė Žemės ūkio informacijos ir kaimo verslo centras. Dauguma gaminių su aplinkosauginiu ženklu yra brangesni už analogus, nes reikia papildomų sąnaudų juos konstruojant ir gaminant. Taigi lietuviai – vartotojai turi būti pasiruošę apmokėti šias sąnaudas ir tuo prisidėti prie aplinkos apsaugos ir gamtinių išteklių išsaugojimo.

— Nepakankamai efektyviai informuojama ir šviečiama visuomenė (tiek gyventojai, tiek verslo įmonės) apie antrinių žaliavų rūšiavimo, ekologiškų produktų vartojimo naudą, galimybes ir svarbą. Trūksta informacijos apie ekologinių prekių ženklų reikšmes.

### **Galimybės:**

— Visuomenės ekologinio sąmoningumo augimas. Ekologiškai švaresnių gaminių paklausa yra pagrindinis veiksnys, skatinantis pramonės įmones gaminti gaminius, atsižvelgiant į poveikį aplinkai per visą gaminio būvio ciklą. Vartotojas renkasi prekę, atsižvelgdamas į daugelį kriterijų, ne tik į kainą.

— Naujusias ES ekologinės gamybos logotipas suteikia vartotojams galimybę pasitikėti jų vartojamo maisto ir gėrimų kilme bei kokybe, o kiekvieno ekologiško produkto ženklinimas logotipu užtikrina produkto atitiktį ES ekologinės gamybos Reglamento reikalavimams. Šiuo metu ekologiškos produkcijos gamintojai gali pasirinkti, ar naudoti ES logotipą ant savo produkcijos pakuotės. Nuo 2010 m. liepos 1 d. jis taps privalomas. ES logotipo naudojimo privalumas yra tas, kad vartotojai visose šalyse narėse galės lengvai atpažinti ekologišką produktą, kad ir iš kur jis būtų atvežtas.

— 2007m. birželio mėn. Europos žemės ūkio ministrai patvirtino dokumentą, kuris leis Europos Sąjungos ekologiniam ūkininkavimui padaryti didelį šuolį į priekį. Naujasis ES Reglamentas (EB) Nr. 834/2007 dėl ekologinės gamybos ir ekologiškų produktų ženklinimo ir panaikinantis Reglamentą (EEB) Nr. 2092/91 yra aiškiau išdėstytas ir tobulesnės struktūros, nei tas, kurį jis pakeičia. Pagal naują ir labai svarbią vartotojams taisyklę, supakuotus ekologiškus produktus ES

bus privalu ženklinti nauju ES logotipu visoje Bendrijos rinkoje. Išlieka nuostata, kad perėjimo prie ekologinio ūkininkavimo laikotarpio produktus ar perdirbtus maisto produktus galima žymėti kaip ekologiškus, tik jei produktų sudėtyje esančių žemės ūkio kilmės sudėtinių dalių ne mažiau nei 95 % yra ekologiškos. Nauja yra tai, kad buvo padaryti pakeitimai dėl 70 % taisyklės. Remiantis naujuoju Reglamentu, perdirbto maisto ekologiškų sudedamųjų dalių sąrašė prie ekologiškų sudėtinių dalių gali būti atskirai pažymėta, kad jos yra ekologiškos.

— Atsižvelgiant į esamą situaciją, Lietuvai būtina pasinaudoti savo geografinė padėtimi, kuri yra labai palanki energijos srautų tranzitui, ir integruoti savo energetines sistemas į Skandinavijos ir/arba Vakarų Europos energetines sistemas. Tai leistų paspartinti tiek Baltijos šalių, tiek ir bendros ES elektros ir gamtinių dujų rinkų kūrimo procesą. „2007–2013 m. laikotarpiu prioriteto „Esminė ekonominė infrastruktūra“ lėšomis įgyvendinami elektros ir gamtinių dujų perdavimo ir skirstymo tinklų ir sistemų plėtros bei modernizavimo projektai leistų sukurti technines galimybes ir aplinkosaugines prielaidas elektros ir dujų rinkų integracijai į ES bendrąsias rinkas, žymiai padidinti energijos tiekimo saugumą, ir patikimumą tiek šalies mastu, tiek ir atskiriems šalies regionams bei galutiniams vartotojams.“ (Ekonomikos augimo veiksmų programa 2007-2013m.)

— Statistikos departamento prie Lietuvos Respublikos (LR) Vyriausybės duomenimis Lietuvoje 2005 m. 65% visų į atmosferą išmestų teršalų pateko iš stacionarių šaltinių, todėl galime teigti, kad pagrindiniai aplinkos teršėjai yra energetikos ir kt. pramonės įmonės. Statistikos departamento prie LR Vyriausybės duomenimis Lietuvoje 2005 m. stacionariuose taršos šaltiniuose susidarė 544,5 tūkst. tonų (t) teršalų, iš jų 446,5 tūkst. t sugaudyta ir nukenksmintą oro teršalų valymo įrenginiuose, o 88,3 tūkst. t pateko į atmosferą: SO<sub>2</sub> – 24,8 tūkst. t, NMLOJ – 24,6 tūkst. t, CO – 20,7 tūkst. t. 2005 m. iš stacionarių taršos šaltinių į atmosferą išmestų teršalų kiekis yra didelis, tačiau lyginant su 1990 m. yra sumažėjęs 4,36 karto.

— Tarptautinė Energijos Agentūra skelbia, kad Lietuva pagal vienam gyventojui 2003 m. tenkantį anglies kiekį patenka į intervalą 0,05 – 0,5 t/metus/gyv. Tuo tarpu Statistikos departamentas prie LR Vyriausybės pažymi, kad 2003 m. Lietuvoje į atmosferą CO<sub>2</sub> išmesta 12.287 tūkst. t. Be anglies emisijų ribojimo mažinti anglies sunaudojimą galima įvedant anglies mokesčius, skatinant taupyti energiją, kontroliuojant žmonių populiaciją, gerinant anglies dioksido surinkimo saugyklas ir kt.

— Individualiame lygmenyje daug aplinkos organizacijų skatina žmones prisidėti asmeniškai, dažniausiai siekiant sumažinti anglies dioksido emisijas bei modifikuoti vartojimo įpročius. Lietuvos gyventojai galėtų padėti spręsti globalinio atšilimo problemą savo sodybose, ūkiuose, gyvenvietėse įsirengdami mikro elektros jėgaines ir šildymo sistemas, kurių veikimo mechanizmas pagrįstas ne iškastinio kuro, o atsinaujinančių energijos išteklių naudojimu. Lietuvos gyventojai plėtodami šias sistemas padėtų sumažinti CO<sub>2</sub> išmetimo į atmosferą kiekį, kurį, labiausiai įtakoja jėgainės, gaminančios elektros energiją ir šilumą, bei objektai, deginantys kurą.



— Kadangi Lietuvos Respublikos Vyriausybė yra linkusi plėtoti atominę energetiką, tikėtina, kad Lietuva įgyvendins stojimo į ES metu prisiimtus įsipareigojimus iki 2010 m. 7% elektros energijos gaminti iš AEI, tačiau neviršys šio skaičiaus.

Elektros gamybos iš atsinaujinančių energijos išteklių 2010 m. preliminari struktūra

1 lentelė

<b>Eil. Nr.</b>	<b>Atsinaujinančios energijos šaltinis</b>	<b>Siektinas atsinaujinančios energijos sunaudojimas Lietuvos elektros balanse, %</b>
1.	Hidroenergija	3,5
2.	Vėjas	2,5
3.	Biomasė	1,7
4.	Saulė, geoterminė ir atliekų energija	0,025
<b>Viso:</b>		<b>7,7</b>

*Šaltinis: Ūkio ministerijos Energetikos departamento direktoriaus Algimanto Zarembos pranešimas*

### **Grėsmės:**

— Pasaulinė ekonominė krizė, verčia vartotojus rinktis pigesnius, nors ir ne tokius sveikus produktus. Mažiau rūpinamasi produktų atitikimu aplinkosauginiams standartams, nes svarbiau patenkinti pagrindinius žmogaus poreikius.

— Investicinių projektų finansavimo iš komercinių bankų trūkumas.

— Gresiančios baudos valstybei už aplinkosauginės politikos užduočių neįvykdymą;

— Svetainės eko.laei.lt populiarumas ir jos naudingumas didele dalimi priklausys nuo informacijos atnaujinimo bei papildymo, todėl būtina skirti nuolatinį dėmesį svetainės palaikymui, tame tarpe ir reikalingos informacijos surinkimo bei administravimo finansavimui.

— 2004 m. Ignalinos atominė elektrinė (AE) patenkino 81% elektros energijos poreikio, hidroenergetikai teko tik 2% elektros energijos rinkos. Nors Lietuva Seimo patvirtintoje nacionalinėje energetikos strategijoje (literatūra 7) įsipareigojo iki 2005 m. sustabdyti 1-ąjį 1.500 MW instaliuotas elektrinės galios RBMK tipo Ignalinos AE reaktorių, o iki 2009 m. – 2-ąjį tokios pačios, t.y. 1.500 MW, instaliuotas elektrinės galios reaktorių, tačiau tikėtina, kad Ignalinos AE uždarymu atominė energetika Lietuvoje nesibaigs, nes 2007 m. balandžio 2 d. Lietuvos Respublikos Seimas patvirtino „Lietuvos Respublikos atominės elektrinės įstatymo“ projektą. Nors atominė energetika nėra tokia pavojinga atmosferai kaip šiluminė energetika, nes atominės energijos gamybos proceso metu į atmosferą neišskiriamos CO<sub>2</sub> dujos, tačiau ji nėra atsinaujinanti. Atominė energetika yra priklausoma nuo importuojamo branduolinio kuro urano, panaudotų atliekų

saugojimo šimtus metų būtinumo, taip pat visada išlieka avarijos, kurios pasekmės dėl radiacinio teršimo būtų žalingos Lietuvos populiacijai, galimybė.

— Tolimesnė konteinerių antrinoms žaliavoms surinkti sistemos plėtra brangina komunalinių atliekų tvarkymo paslaugą, kadangi pajamos už surinktas antrines žaliavas ne visais atvejais padengia papildomas išlaidas (ypač ekonominės krizės sąlygomis). Jeigu bus padidinti komunalinių atliekų tvarkymo įkainiai, vartotojai/gyventojai už pakuočių atliekų tvarkymą sumokės du kartus: pirmą kartą – pirkdami supakuotus gaminius, antrą kartą – per išaugusias įmokas už komunalinių atliekų tvarkymą. Jeigu savivaldybės nekels komunalinių atliekų tvarkymo įkainių, tada atsiranda tikimybė, kad antrinės žaliavos iš gyventojų visai nebus surenkamos.

## 2.3 Lietuvoje naudojami aplinkosauginės politikos instrumentai

1987 m. Europos parlamentas parėmė aplinkosaugos ženklinimo idėją. 1992m. EEB taryba priėmė sprendimą dėl "Bendrijos ekologinio ženklo suteikimo tvarkos".

Ekologiškai švaresnių gaminių paklausa yra pagrindinis veiksnys, skatinantis pramonės įmones gaminti gaminius, atsižvelgiant į poveikį aplinkai per visą gaminio būvio ciklą. Vartotojas renkasi prekę, atsižvelgdamas į daugelį kriterijų, ne tik į kainą.

Lietuvoje jau parduodami produktai su ekologiniais ženklais. Dauguma gaminių su aplinkosauginiu ženklu yra brangesni už analogus, nes reikia papildomų sąnaudų juos konstruojant ir gaminant. Taigi lietuviai – vartotojai turi būti pasiruošę apmokėti šias sąnaudas ir tuo prisidėti prie aplinkos apsaugos ir gamtinių išteklių išsaugojimo.

J.Ruževičiaus (2007) atliktas tyrimas parodė, kad sparčiai didėja Lietuvos verslininkų domėjimasis aplinkosauginiu ženkliniu - jeigu 2003 metų pradžioje tik penktadalis tirtų įmonių nurodė ketinančios ateityje siekti savo produktų aplinkosauginio ženkliniu, tai 2006 m. šis rodiklis viršijo 40 proc.

Ekologinis ženklas – tai orientyras vartotojui, kad pirkdamas gaminį, paženklinatą ekologiniu ženklu, drauge su jo gamintoju prisideda prie aplinkos kokybės gerinimo. Lietuvoje išskiriamos trys **ekologinių ženklų kategorijos** ([www.eco.laei.lt](http://www.eco.laei.lt)) :

- **Viešieji daugelio kriterijų ekologiniai ženklai** (I tipas: ISO 140 4) – tai dažniausiai pasitaikančio tipo ekologiniai ženklai ir dažniausiai naudojami atliekant žaliuosius pirkimus. Jie pagrįsti tam tikrais tinkamumo ar netinkamumo kriterijais, sudarančiais atitinkamo ženklo standartą. Kiekvienai sistemai priklausančių gaminių ar paslaugų grupei nustatyti – skirtingi kriterijų rinkiniai. Šie kriterijai apibrėžia privalomą gaminio aplinkosaugos veiksmingumą, taip pat pagal juos gali būti nustatomi gaminio tinkamumą naudoti užtikrinantys standartai.

▪ **Viešieji vienam požymiui skirti ženklai** – tai ženklai, susiję su vienu konkrečiu aplinkosaugos aspektu, pavyzdžiui, energijos vartojimo ar išmetamųjų teršalų normomis. Yra du tipai vienam požymiui skirtų ženklų:

1. Pirmasis tipas pagrįstas vienu ar daugiau atitikimo ar neatitikimo kriterijų, susijusių su konkrečiu požymiu (pvz., energijos vartojimo efektyvumu). Jei gaminys atitinka nustatytus kriterijus, jis gali būti pažymėtas atitinkamu ženklu. Šio tipo ženklai – tai, pavyzdžiui, ES ekologinis ženklas arba biuro įrangos ženklas „Energy Star“.



**3 pav. ženklas “Energy Star”**

2. Antrojo tipo ženklų paskirtis – gaminių ar paslaugų vertinimas pagal jų aplinkosaugos veiksmingumą konkrečiu klausimu. Šio antrojo tipo pavyzdys – ES „Energy“ ženklas, pagal kurį būtines prekės vertinamos remiantis jų energijos vartojimo efektyvumu, suteikiant raidę A efektyviausiam ir G pačiam neefektyviausiam prietaisui. „Energy“ ženklą biure galima pamatyti ant kompiuterių vaizduoklių, fakso ir kopijavimo aparatų ir kt.



**4 pav. ženklas ES “Energy”**

ES jau yra nustačiusi energijos naudojimo efektyvumo ženklinimo taisykles. Skalbyklų ir orkaitių parduotuvėse turi būti pateikta aplinkosauginė ir energijos sunaudojimo informacija. Komisija siūlo šias taisykles pradėti taikyti ir kitiems produktams, pavyzdžiui, langams. Geriau izoliavus langus piliečių sąskaitos už elektrą galėtų sumažėti 11 %, o į atmosferą išmetamų šiltnamio dujų sumažėtų daugiau nei penktadaliu.

Šios ženklinimo taisyklės – tai tik dalis ES tvarios pramonės politikos, kuria gamintojams numatoma daugiau paskatų gaminti ekologiškas prekes ir taikyti ekologiškus gamybos metodus. Tai

padės Europai išlaikyti konkurencinį šios srities pranašumą prieš naujus stambiuosius rinkos dalyvius – Indiją ir Kiniją.

Viešosios valdžios įstaigos taip pat turėtų padėti užtikrinti, kad būtų gaminami ir vartojami ekologiški produktai. ES nacionalinės, regioninės ir vietos valdžios institucijos statyboms, transportui, valymui bei kitoms prekėms ir paslaugoms išleidžia nemažą šalies BVP dalį. Naujajame plane nustatyti tikslai skatinti šias institucijas investuoti į ekologiškus produktus.

- **Privatūs ženklai.** Be pagrindinių viešųjų, yra ir privačių, ženklų – tai NVO, pramonės grupių ar įvairių suinteresuotųjų šalių grupių ženklai. Šiems ženklaus priklauso miškininkystės sertifikavimo sistemų ženklai (Miškų valdymo tarybos (angl. FSC) arba bendro europinio miškų sertifikavimo (angl. PEFC) sistemos ženklai), ekologiniai ženklai, (Tarptautinės ekologinio žemės ūkio federacijos (angl. IFOAM) sistemos) arba daugelio kriterijų ženklai.



### 5 pav. Miškininkystės sertifikavimo sistemų ženklai

**FSC** ženklu pažymėtus baldai, pagamintus iš **PEFC** ženklu pažymėtos medienos. Jie gaminami iš medienos, išaugintos tinkamai tvarkomuose miškuose (laikantis teisinių reikalavimų, saugant biologinę įvairovę, natūralius miškus, nealinant dirvos, plynai neiškertant miško, jį atsodinant ir kt.).

**CRI, GUT** ženklu paženklinta kiliminė danga neišsiskiria formaldehido, LOJ, stireno, fenilciklohekseno ir kt. pavojingų medžiagų.

**CertiPUR** ženklu paženklinti poliuretaniniai minkštų baldų kamšalai, kuriuose pavojingų medžiagų.

**Vandens lelija** – Lietuvos aplinkosauginis ženklas, skirtas žymėti ne maisto gaminius. Nežiūrint to, kad teisinė bazė šiam ženklui suteikti yra parengta, vartotojas dar neras Lietuvos rinkoje nė vieno gaminio paženklinto Vandens lelijos ženklu. Matyt, tam yra savų priežasčių: maža rinka, nepakankamas šio ženklo propagavimas, o taip pat ekonominė situacija, lemianti labai svarbų vartotojų įprotį – įsigyti pigesnes prekes.



## 6 pav. Ekoženklas „Vandens lelija“

Lietuvoje aplinkosauginio ženklinimo sistema pradėta kurti 1995m. 1999m. nustatyta šio ženklinimo procedūra, sukurtas ženklas "Vandens lelija". Ženkłą suteikia Aplinkos ministerija, išklausiusi ekspertų nuomonę, gavusi akredituotų laboratorijų gaminio kokybės ir aplinkosauginių rodiklių duomenis. Procedūra mokama: pradinis mokestis - 5000 Lt , metinis už ženklo naudojimą- 0,2% nuo metinių įplaukų, realizavus gamini Lietuvoje ir kitose šalyse.

Reikia pripažinti, kad lietuviškas nacionalinis ženklas gali įtakoti tik vietos vartotojus, tačiau Lietuvos rinka yra pernelyg maža, kad įmonės ryžtųsi papildomoms su ekoženkliniu susijusioms išlaidoms. Nacionalinio ženklo išpopuliarinimui reiktų skirti daug lėšų.

„Europos Sąjungos gėlė“ – tai regioninis aplinkosauginis ženklas, kuriam teisinė bazė buvo pradėta kurti 1992 metais. Šis ženklas yra suteikiamas ne maisto gaminiams, išskyrus maisto ir farmacijos gaminius bei gėrimus. Pagal Europos komisijos duomenis, ekologinis ženklas „gėlė“ yra skirtas apytikriai 300 produktų ir paslaugų iš visų ES šalių ir Islandijos, Lichtenšteino bei Norvegijos. Skirtingiems produktams skirtingose produktų grupėse skirti kriterijai parengiami pagal išsamų viso produkto būvio ciklo tyrimą. Jis pradedamas nuo žaliavų gavybos priešgamybiniame etape, juo atsižvelgiama į gamybą, paskirstymą ir galutinį šalinimą. Produktai yra įvairūs: nuo muilo ir ploviklių iki šaldytuvų ir kompiuterių, nuo avalynės ir aprangos iki viešbučių ir stovyklaviečių.

Europos Sąjungos gėlę yra rekomenduojama suteikti tik tiems gaminiams, kurių apyvarta yra didelė, kurie visuose savo gyvavimo cikluose daro didelį pavojų aplinkai, ir yra skirti vartotojui, o ne pramoniniam naudojimui.

ISO 1991 m. įkūrė patariamąją Aplinkos strategijos grupę. Ji kuria aplinkosauginius standartus. Šie standartai nusako, kaip atskiros šalys turi kurti ženklinimo sistemą, organizuoti šį darbą, kokie ženklių suteikimo principai ir kriterijai, kaip turi būti vystytis aplinkosauginis auditas.



## 7 pav. Europos Sąjungos gėlės ženklas

Lietuvai tapus Europos Sąjungos nare, atsirado galimybė naudoti Europos Bendrijos ekoženklą. Lietuvoje jau yra sukurta visa reikalinga teisinė bazė, formaliai veikia visa šio ekoženklų suteikimo sistema.

AB „Utenos trikotažas“ yra pirmoji Lietuvos įmonė, sertifikavusi dalį savo produkcijos minėto ženklo reikalavimų atitikčiai. „Nacionalinė Aplinkosauginio Ženklinimo sistema Austrijoje pradėta įgyvendinti 1990 m., o Lietuvoje - penkeriais metais vėliau. Abiejose šalyse ryškėja panašios aplinkosauginio ženklinimo plėtros tendencijos, kai AŽ suteikiami ne tik vis didesniai pramonės gaminių grupių spektrui, bet ir paslaugoms bei kitiems veiklos objektams (turizmo ir apgyvendinimo paslaugoms, paplūdimiams, miškų tvarkymo ir medienos perdirbimo grandinės dalyviams, mokykloms, viešosioms paslaugoms ir kt.)“ (RUŽEVIČIUS J., 2007, p.1044)

Šis ženklas suteikiamas vadovaujantis Europos Sąjungos institucijų priimtais teisės aktais. Gaminiai yra suskirstyti į grupes (dažai ir lakai, šaldytuvai, kompiuteriai, skalbimo priemonės, tekstilė, trašos ir kt.), kurioms yra rengiami ekologinio ženklo suteikimo kriterijai. Šie kriterijai paprastai yra peržiūrimi kas keleri metai ir tobulinami. Pavyzdžiui, tekstilėms gaminių grupei yra nustatyti tokie kriterijai: reikalavimai pluoštui, chemikalams, naudojimui.

Atlikti tyrimai rodo, kad Europos Sąjungos gėlės kaip ekologinio ženklo žinomumas tarp vartotojų dar yra nepakankamas. Aplinkos ministerijos skelbiama informacija, Lietuvos įmonės taip pat planuoja pateikti paraiškas Europos Sąjungos gelei gauti. <<http://www.vartotojai.lt/lt/13/pbl123.html>>

„**Mėlynasis angelas**“ – pats seniausias ekologinis ženklas, sukurtas dar 1977m. Šis ženklas, tai ne tik aplinkos apsauga, bet ir vartotojų apsauga. Sakoma, kad jis pasako daugiau nei 1000 žodžių. Jis turi labai didelės įtakos vartotojų pasirinkimui. „Mėlynąjį angelą“ galime pamatyti ant 3600 produktų pakuočių bei paslaugų reklamose. Užregistruota net 580 įmonių, kurios naudoja šį ženklą Vokietijoje ir kitose pasaulio šalyse.



Šaltinis: [www.bleuer-engel.de](http://www.bleuer-engel.de) [žiūrėta 2007 02 15]

## 8 pav. Ekologiškas ženklas „Mėlynasis angelas“

Šis ženklas suteikia kompanijoms galimybę paprastu būdu parodyti jų kompetencijas ir požiūrį į aplinkos ir vartotojų apsaugą. Naudojant „Mėlynąjį angelą“ kompanijos praplečia savo potencialių vartotojų rinkas, gerina savo įvaizdį vartotojų akyse. Ženklas tapo moderniu marketingo instrumentu, kuris sukuria įmonei konkurencinį pranašumą. Žinoma, didžiausią pranašumą gauna

vartotojai. Juk ženklas padeda lengvai atpažinti tinkamą, ekologišką ir geriausiai vartotojo poreikius atitinkantį produktą. „Mėlynasis Angelas“ padeda vartotojams taupyti pinigus, nes jie nusiperka aukštos kokybės produktą, kurie turi ilgą vartojimo laiką – taupo energiją. Šio ženklo kūrėjų tikslas bus pasiektas tuomet, kai ekologiški ženklai taps standartu, o ne išimtimis.

„**Žaliojo taško**“ ženklas susijęs su aplinkosauginiu ženklinimu. Sudarę sutartį su Vokietijos "Duals System" kompanija, gamintojai įgyja teisę naudoti šį ženklą pakuotėje "Žaliojo taškas" pažymi, kad pakuotė *bus surinkta pakartotinai perdirbti*. Ženklo spalvos - šviesiai ir tamsiai žalia. Galima ženklą spausdinti juodai baltą. Jis būna kelių dydžių. Kartu su "Žaliojo taško" ženklu gali būti pateiktas grafinis simbolis nuoroda "Pakuotę mesti į specialų konteinerį" (žmogaus, metančio pakuotę į konteinerį, grafinis siluetas). Papildomas šio ženklo uždavinys – šiukšlių rūšiavimas.



Šaltinis: [www.zaliastaskas.lt](http://www.zaliastaskas.lt) [žiūrėta 2007 02 15]

### **9 pav. Ekologinis ženklas „Žaliojo taškas“**

Ženklas "Žaliojo taškas" ant pakuočių reiškia, kad už šias pakuotes yra sumokėtas finansinis įnašas nacionalinei pakuočių tvarkymo bendrovei "Žaliojo taškas", įsteigta pagal ES Direktyvos Nr. 94/62 principus bei nacionalinės teisės reikalavimus ir siekiančiai bendros pakuočių tvarkymo sistemos sukūrimo Lietuvoje.

Pagrindą pakuočių atliekų tvarkymo veiklai Europoje padėjo ES Pakuočių direktyva 94/62 EC. Ja remiasi ir LR Pakuočių ir pakuočių atliekų tvarkymo įstatymas. Gamintojo atsakomybės principas pasiteisino kaip vieningas Europos modelis: šiandien net 28 šalyse "Žaliojo taško" prekinis ženklas naudojamas kaip pakuočių atliekų surinkimo, rūšiavimo, naudojimo ir perdirbimo finansavimo simbolis. Virš 100,000 įmonių naudoja "Žaliojo taško" prekinį ženklą. Visame pasaulyje daugiau nei 460 milijardų pakuočių pažymėta "Žaliojo tašku". Daugiau nei 260 milijonų gyventojų naudojami atitinkamų šalių organizacijų sukurtomis pakuočių atliekų surinkimo sistemomis. VŠĮ "Žaliojo taškas" viešasis interesas – vykdyti visuomenei naudingą veiklą ekologinėje panaudotų pakuočių tvarkymo srityje.

Viešasis interesas įgyvendinamas, gamintojų ir importuotojų interesais vystant pakuočių atliekų surinkimo, rūšiavimo ir panaudojimo sistemą, taip pat - šviečiant visuomenę, propaguojant Europos šalių patirtį, siūlant pažangius sprendimus veiklos sritį reglamentuojantiems normatyviniams aktams. Sukauptos lėšos naudojamos išimtinai pakuočių tvarkymo tikslais, planingai finansuojant nuostolingus tvarkymo veiklos etapus.

Teisės aktai numato, kad gamintojai ir importuotojai, į Lietuvos vidaus rinką išleidžiantys supakuotus gaminius, turi sutvarkyti Vyriausybės numatytą panaudotų pakuočių kiekį arba mokėti mokestį už aplinkos teršimą pakuotės atliekomis. Pareigą sutvarkyti nustatytą pakuočių atliekų kiekį įmonės gali vykdyti savarankiškai arba per gamintojų ir importuotojų įsteigtą organizaciją. Įvertinusios jungtinės veiklos teikiamus privalumus, 35 žinomos Lietuvos ir užsienio įmonės 2002m. pabaigoje įkūrė bendrovę "Žaliasis taškas".

Europos Komisija įsitikinusi, kad sėkmingai kovai su klimato kaita būtina visų visuomenės sluoksnių ir piliečių parama. Kampanija „Klimato kaita priklauso nuo tavęs“ Europos Komisija siekia padidinti supratimą apie klimato pokyčius – vieną didžiausių mūsų laikų ekologinių grėsmių – ir padėti asmenims, norintiems prisidėti prie jos sumažinimo. Jei visi šiek tiek pakeistume savo kasdienį gyvenimą, galėtume gerokai sumažinti šiltnamio efektą sukeliančių dujų emisijas ir palengvinti Žemės klimato naštą. Daugeliu atveju šie pasikeitimai taip pat padės sutaupyti pinigų. Labiausiai į šį raginimą reaguoja D.Britanija, pradėjusi diegti "CO<sub>2</sub> pėdsaką".

**"CO<sub>2</sub> pėdsakas"** – tai pats naujusias ekologinis ženklas, kurio ištakoks siejamaos su Didžiąja Britanija. Pirmasis produktas su šiuo ženklu pasirodė 2007m. Balandžio mėnesį ( "Walkers" traškučiai). Dabar, kai didžiausia pasaulio ekologine problema vadinamas, anglies dioksido išmetimas į orą, kuris sukelia šiltnamio efektą ir klimato kaitą, D.Britanijos kompanijos nusprendė naudoti "CO<sub>2</sub> pėdsako" ženklą. "Šio ženklo tikslas – parodyti ir informuoti prekybininkus ir vartotojus, kaip produkto gamyba, pakavimas ir transportavimas didina anglies dvideginio emisiją. Ženklas informuos kiek anglies dvideginio (gramais) patenka į atmosferą, gaminant ir transportuojant atitinkamus, paženklintus produktus." ( economist, 2007)

"Tesco" – didžiausia D.Britanijos mažmeninė kompanija, paskelbė savo planus, klijuti šį ženklą ant visų produktų. Jos pavyzdžiu nonori sekti ir kitos D.Britanijos kompanijos.

Kompanija IBM pristatė studiją „Cutting the carbon footprint of IT“ apie aplinkai draugišką technologijų naudojimą. IBM teigia, kad ėmėsi rodyti pavyzdį pasauliniam verslui, nes turi didelę patirtį aplinkosaugos srityje. "Nuo 1990 m. kompanija viešina savo anglies dvideginio emisijos kiekius. IBM elektros energijos vartojimas per tą laiką sumažėjo 4,5 milijardo kilovatvalandžių, o anglies dvideginio emisija – 3 milijonais tonų. Kompanijai tai leido sutaupyti 290 milijonų JAV dolerių.<...>Studiją „Cutting the carbon footprint of IT“ įvertino D.Britanijos kompiuterių bendruomenė (angl. – British Computer Society), skirdama jai geriausio „žaliųjų“ technologijų panaudojimo prizą." ([www.lrytas.lt](http://www.lrytas.lt), 2008 03 0004)

Ženklavimo idėja – leisti vartotojams ir prekybininkams pasirinkti produktus su mažiausiais išmetamais anglies dvideginio kiekiais. Anglies dvideginio kiekis priklauso dar ir nuo to, ar produkto pakuotė bus perdirbama ar atsidurs savartyne. Tačiau ženklas neskaičiuoja energijos



reikalingos produktui užšaldyti, apšvietimui ir atšildymui parduotuvėse. Taip pat neskaičiuojama kiek anglies dvideginio išleidžiama į aplinką naudojant produktą.

Šiuo metu vyksta diskusijos tarp mokslininkų, tiekėjų, ūkininkų ir D. Britanijos parlamentarų, kaip geriausiai skaičiuoti "CO<sub>2</sub> pėdsaką". Sprendimas turi būti esminis, nes ženklas bus naudingas tik tuomet, jei jis taps standartu.

Daugelis prekių ir paslaugų gamintojų nesitenkina tik minimaliu ES aplinkos apsaugos teisės aktu laikymusi. Juos galima atpažinti pagal ES remiamus logotipus: ES ekologinį ženklą „gėlę“ taikomą produktams ir EMAS (emblema skiriamą bendrovėms. EMAS reiškia Aplinkosaugos vadybos ir audito sistemą.

EMAS logotipas įrodo, kad bendrovė arba vietos valdžia siekia pagrįstų aplinkos apsaugos principų. Logotipą naudojanti organizacija atliko visos savo veiklos aplinkosaugos analizę, turi vidinę aplinkosaugos vadybos sistemą ir atliko nepriklausomą aplinkosaugos auditą. Ji taip pat parengė ataskaitą apie aplinkos apsaugos lygį organizacijoje ir sudarė tikslus planus, kaip dar labiau pagerinti padėtį. EMAS logotipas naudojamas daugiau kaip 4 000 vietų, priklausančių daugiau kaip 3 000 organizacijų. Dauguma jų yra pramonės bendrovės, tačiau yra ir paslaugų sektoriaus bendrovių bei vietos valdžios institucijų.

**„Ekologiškų žemės ūkio ir maisto produktų ženklas“** - Ženklinant ekologiškus produktus ekologiškų produktų ženklu siekiama sukurti tokių produktų išskirtinę rinką ir užtikrinti sąžiningą taip ženklinamos produkcijos konkurenciją, formuoti vartotojo supratimą apie ekologiškos produkcijos privalumus. Ekologiškų produktų ženklu turi būti ženklinami visi tiekiami rinkai ekologinio žemės ūkio gamybos reikalavimus atitinkantys ir Lietuvos Respublikos žemės ūkio ministro įsakymu patvirtintos sertifikavimo įstaigos sertifikuoti ekologiški produktai, kurie skirti žmonių arba ūkinių gyvūnų maistui. Tai pats naujausias ženklas priimtas tik 2009m. Sausio 9d.



Šaltinis: <http://www.zum.lt/lt/teisine-informacija/isakymai/4452/>

[žiūrėta 2009 02 15]

**10 pav. Ekologinis žemės ūkis**

### 3. EKOLOGINIŲ ŽENKLŲ PANAUDOJIMO LIETUVOJE ANKETINIS TYRIMAS

Empirinių tyrimų tikslas – nustatyti ekologinių ženklų panaudojimo perspektyvas, kliūtis ir skatinimo priemones Lietuvoje. Moksliniame darbe iškėliau 4 hipotezes, kurias patvirtins arba paneigs gauti tyrimo rezultatai:

1. Lietuviai – vartotojai nėra informuoti apie produktų gamybos grandinę - procesą, ženklų ant prekių pakuočių reikšmes, taigi ir apie pačius ekologiškus produktus.
2. Lietuviai - vartotojai teigiamai vertina ekologiškus produktus.
3. Lietuvoje vartotojams renkantis prekę, didžiausią poveikį daro kaina.
4. Aukštesnes pajamas gaunantys ir išsilavinę lietuviai-vartotojai, renkasi ekologiškus produktus.

#### 3.1 Tyrimo metodologija

Pirmame ir antrame empiriniuose tyrimuose duomenys buvo renkami naudojant anketavimo, apklausos metodą. Naudojant anketinę apklausą, gaunami šie privalumai:

- galima apklausti platų vartotojų ratą,
- rezultatai lengviau išreikšti kiekybiškai,
- galima apklausti sunkiai pasiekiamus asmenis.

Pirminių duomenų analizė atlikta, apdorojant anketinės apklausos metodu surinktus duomenis. Vykdyta standartizuota apklausa. Apklausa buvo atlikta, pagal iš anksto parengtą anketą (žiūrėti Priedas Nr. 2), kurios apklausiamieji turėjo laikytis. Anketoje klausimai ir galimi atsakymai buvo išdėstyti tam tikra tvarka. Standartizuota apklausa buvo pasirinkta dėl šių privalumų, kuriuos nurodė A.Pajuodis (2005):

- Gaunami palyginami atsakymai;
- Iš anksto pateikiant galimus atsakymus lengviau suprantama klausimų esmė;
- Greičiau ir teisingiau galima suprasti atsakymus;
- Rezultatus lengviau išreikšti kiekybiškai;
- Didesnis atsakymų patikimumas (apklausėjas negali pateikti papildomų klausimų ar keisti klausimų formuluočių bei jų pateikimo eilės;

Komunikavimo forma – raštiška apklausa.

Raštiška apklausa pasirinkta dėl šių privalumų:

- Ji, palyginus su žodine, kainuoja pigiau;
- Apklausėjas negali daryti įtakos respondentų atsakymams;

- Galima apklausti sunkiai pasiekiamus asmenis;
- Lengviau užtikrinti apklausos reprezentatyvumą teritorijos atžvilgiu;

Magistriniame darbe naudota vienos temos (specialioji apklausa).

Anketoje naudojami tiesioginiai klausimai ir dažniausiai uždari klausimai, apklausiamajam iš pateiktų variantų tereikia pasirinkti vieną (arba kelis) labiausiai tinkantį (tinkančius). Buvo pasirinkti keli klausimų formulavimo variantai: alternatyviniai klausimai ir keleriopo pasirinkimo klausimai. Laipsniuoti klausimai leido gauti laipsniuotą įvertinimą. Nežinant visų galimų atsakymo variantų, naudoti atviri klausimai.

Pirmiausia respondentai buvo supažindini su anketos sudarymo tikslais ir tyrimo esme. Pateikta keletas įvadinių klausimų. Asmeninio pobūdžio klausimai (pvz. jūsų pajamos, amžius, išsilavinimas) buvo pateikti anketos pabaigoje. Anketa suformuota iš standartinės dalies, kuri apima respondento socialinę – demografinę charakteristiką (lytis, amžius, išsilavinimas, pajamos) ir tiriamosios temos klausimų. Gyventojams ir ekspertams apklausti buvo sudarytos skirtingos anketos. Ekspertų interviu (žiūrėti Priedas Nr.4) vyravo atviri klausimai, siekian sužinoti aktualią informaciją.

Pirmojo tyrimo imtis – Lietuvoje perkantys vartotojai, vyrai ir moterys.

Imties apibrėžimui bus panaudota Paniott formulė.

2 lentelė

$n = 1 / (\Delta^2 + 1/N)$		
n - imties dydis ( reikiamas apklausti respondentų skaičius	$\Delta$ - leidžiamas paklaidos dydis. $\Delta=0,05$	N – tiriamos visumos narių skaičius. N = 881191 (Vilniaus, Kauno, Klaipėdos, Šiaulių ir Panevėžio darbingo amžiaus gyventojai)

Šaltinis: sukurta autoriaus pagal Statistikos departamento duomenis

<<http://www.stat.gov.lt/lt/pages/view/?id=1198>>

$$n = 1 / ( 0,05^2 + 1/881191) = 400 \text{ respondentų}$$

Apklausa vyko 5 didžiuosiuose Lietuvos miestuose, kur daugiau vartotojų. Respondentais pasirinkti darbingo amžiaus vartotojai.

Tyrimo imtis – Lietuvoje perkantys vartotojai, vyrai ir moterys. Remiantis statistikos departamento duomenimis ir siekiant atlikti reprezentatyvią apklausą, buvo apklausta 47% vyrų ir 53% moterų. Apklausoje dalyvavusių respondentų, amžiaus grupės pasiskirsto taip: 6% iki – 18m., 19% 19 – 25m., 31% 26 – 40m., 30% 41 – 60m., 14% 61m. – ir daugiau. Buvo apklausta ir skirtingo išsilavinimo lietuviai-vartotojus. Apklausoje dalyvavo: 25% turinčių tik vidurinį išsilavinimą, 20% profesinį, 21% aukštesnįjį, 16% apklaustieji turi nebaigtą aukštąjį išsilavinimą ir

18% apklaustasis įgijęs aukštąjį išsilavinimą. Buvo išdalinta 430 anketų, o sugrįžo nesugadintos 389.

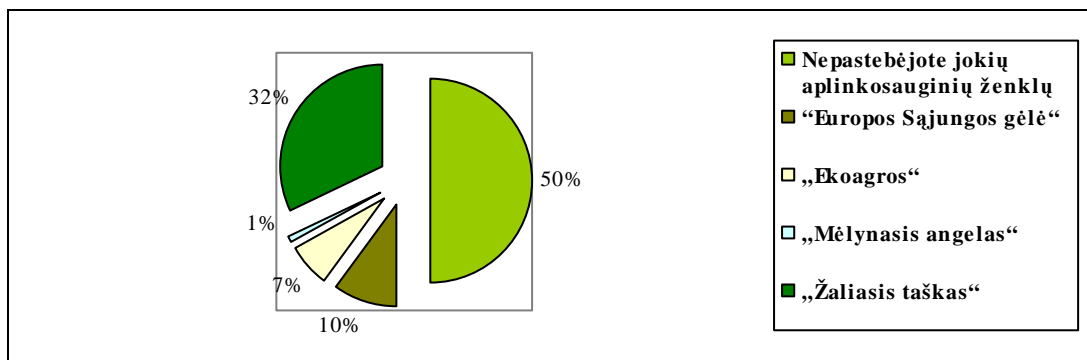
Duomenų apdorojimui ir sisteminimui, bei duomenų pateikimui teks pasinaudoti „Excel“ ir „Statistica“ programomis, kurios leis lengviau apdoroti duomenis ir pateikti patikimesnius rezultatus. Rezultatai pateikiami grafiškai.

### 3.2 Vartotojų tyrimo rezultatų analizė

#### 3.2.1 Lietuviai – vartotojai nėra informuoti apie produktų gamybos grandinę - procesą, ženklų ant prekių pakuočių reikšmes, taigi ir apie pačius ekologiškus produktus.

Lietuvoje ekologiškų produktų vartotojai žino ekologiškus produktus, tačiau jie dažnai nemato skirtumo tarp ekologiškų ir įprastinių produktų. Sveikais produktais laiko vaisius ir daržoves.

Tik 19% respondentų turi pakankamai informacijos apie ekologiškus produktus ir jų teikiamą naudą vartotojams ir planetai. Tyrimo rezultatai rodo, kad net 81% respondentų trūksta informacijos apie ekologiškus produktus. Net 50% vartotojų nepastebi jokių aplinkosauginių ženklų. Tačiau 32% vartotojų pastebėjo „Žaliąjį tašką“. Kadangi „žaliasis taškas“ yra plačiausiai Lietuvoje naudojamas aplinkosauginis ženklas, tai ir vartotojai jį žino geriausiai, nes pastebi dažniausiai.



Šaltinis: sukurta autoriaus remiantis atliktu tyrimu

#### 11 pav. Aplinkosauginių ženklų pastebėjimas Lietuvoje

Kadangi vartotojams trūksta informacijos apie ekologiškus produktus, todėl jie painioja terminus: ekologiškas su naminiu, natūraliu, vietiniu ir kitais. Vartotojai galvoja, kad daržovės, užaugintos savo ūkyje, jau yra ekologiškos.

Dėl ekologiškos produkcijos sąvokos pastaruoju metu buvo kilusi sumaištis. 2006m atlikto „Ekologiškų produktų vartotojų vertinimo“ duomenimis, vartotojai neatpažįsta ekologiškų produktų, yra apgaulinėjami. „Dažnas prekybos centrų lankytojas yra pastebėjęs maisto produktus, ženklinamus „Bio“, „Bios“ ir „Eko“ ženklais. Tačiau šie ženklai, priešingai nei mano pirkėjai, nebūtinai reiškia ekologiškumą. Pagal specialų ES Tarybos reglamentą minėtais ženklais galima

ženklinti ir ekologiškus, ir neekologiškus produktus, bet antruoju atveju turi būti aiški nuoroda, jog produktai neekologiški. Trumpinių "Bio" ir „Bios" funkcija - informuoti pirkėją apie produkto sudėtyje esančius specifinius mikroorganizmus.“ ( Kšivickienė, D., 2006)

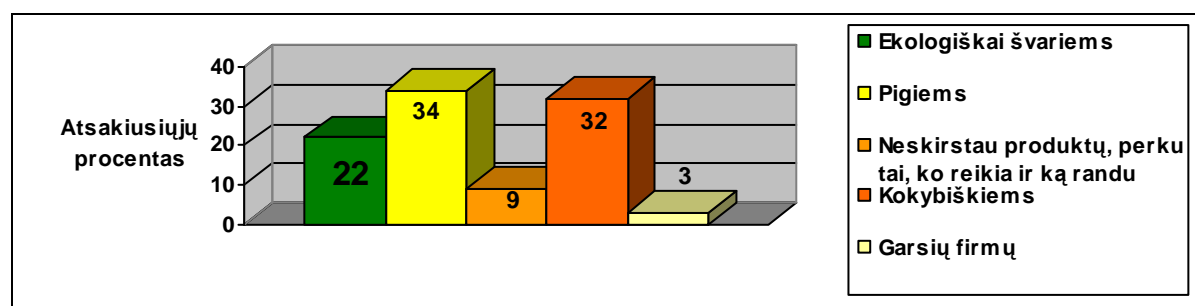
Kaip minėta teorinėje dalyje, aplinkosauginis prekės ženklas labai daug pasako apie prekės gamybos procesą, taigi ir apie pačią prekę. Rezultatai rodo, kad vartotojai nėra informuoti apie perkamą produktą, ženklų ant prekių pakuočių reikšmes, taigi, mano manymu, ženklų nenaudojimas ir informacijos apie juos neskleidimas, prilygsta informacijos slėpimui, taip pažeidžiant vartotojo teisę – gauti teisingą ir pilną informaciją apie produktą.

Europos Komisijos užsakymu 27 ES šalyse vykdytas gyventojų nuomonės tyrimas „Eurobarometras“, kurį Lietuvoje atliko „TNS Gallup“. Tyrimas rodo, kad ES lietuviai yra vieni mažiausiai besidominčių aplinkosaugos problemomis. Net šeši iš dešimties Lietuvos gyventojų jaučiasi per mažai informuoti apie šias problemas. Blogiau už lietuvius informuoti yra tik rumunai ir bulgarai.

### 3.2.2 Lietuviai - vartotojai teigiamai vertina ekologiškus produktus.

Iš 22% atsakiusių, kad renkami ekologiškus produktus, visi 22% t.y 100% renkami vaisius ir daržoves išaugintas ekologiškuose ūkiuose. 87% jų, renkami natūralių audinių drabužius. Įdomu, kad iš 22% vartotojų, kurie renkami ekologiškus produktus, net 67% respondentų - moterys. Vadinasi, moterims produkto ekologiškumas daro didesnę poveikį nei vyrams. Taip pat moterys labiausiai vertina natūralių audinių drabužius.

Kaip ir 2007m Australijoje atlikto tyrimo metu, taip ir Lietuvoje ženklavimo nežino ir jis atrodo nereikalingas vyresniems vartotojams. Jaunesni vartotojai supranta ženklavimo svarbą ir renkami ženklintus produktus.

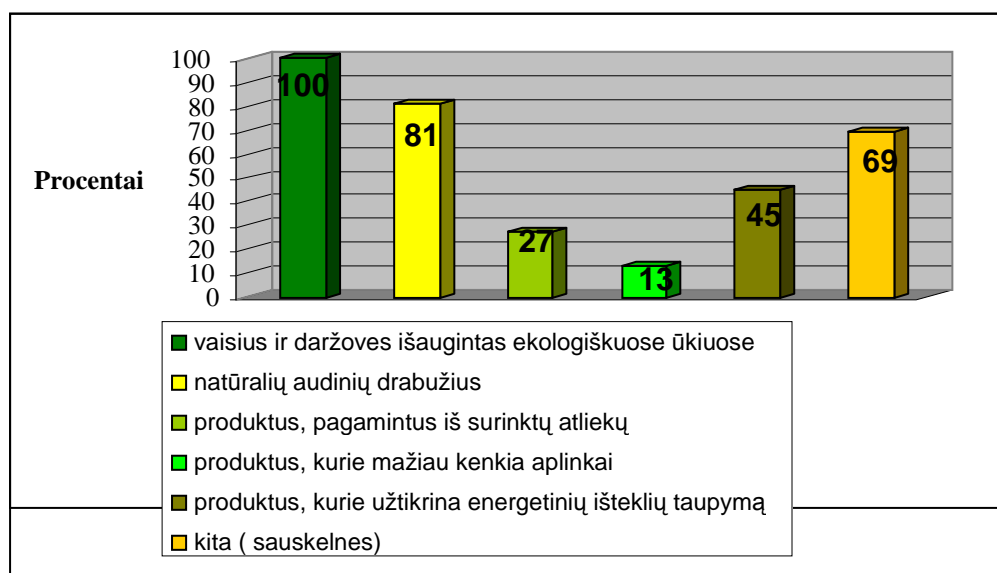


Šaltinis: sukurta autoriaus remiantis atlikto tyrimu

### 12 pav. Produktai, kuriems vartotojai teikia pirmenybę Lietuvoje

Tyrimas parodė, kad tik 27% besirenkančių ekologiškus produktus naudoja produktus, pagamintų iš surinktų atliekų (popierių bilietams, sienų apmušalams, antrinio įpakavimo tarai,

statybinėms medžiagoms ir kt.), 13% perka produktus, kurie mažiau kenkia aplinkai. Pasaulinės krizės akivaizdoje žmonės ėmė taupyti ir net 45% respondentų naudoja produktus, kurie užtikrina energetinių išteklių taupymą, o tuo pačiu mažina atmosferos ir kitą aplinkos taršą (gerai šilumą sulaikančius daugiasluoksnius langų paketus, el. energijai neimlias lempas). Respondentai atsakydami į anketos klausimus buvo aktyvūs ir nurodė net 3 kitus ekologiškus produktus, kuriuos perka t.y 69% perka sauskelnes, 2% naudoja geoterminę namų šildymo sistemą, 3% naudoja saulės baterijas (lempos nuosavų namų kiemams apšviesti).

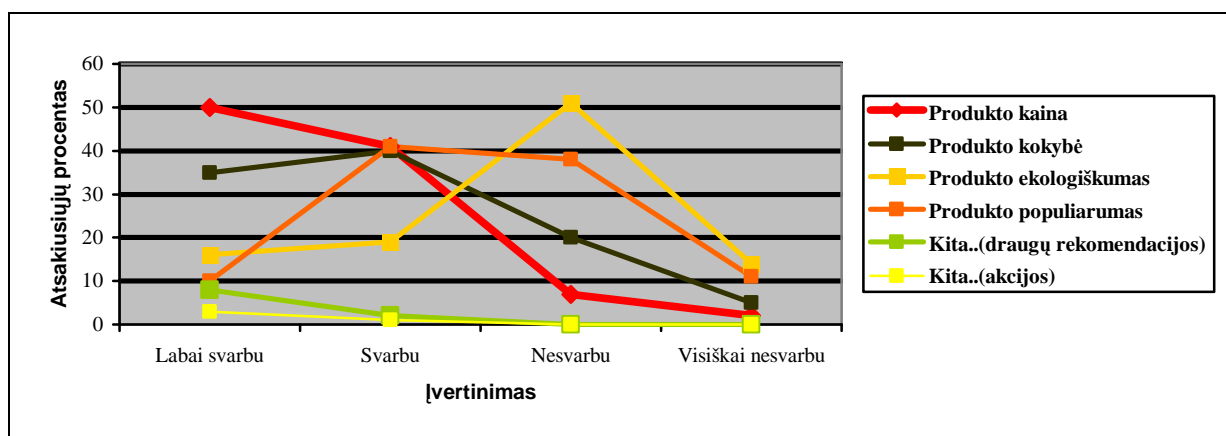


Šaltinis: sukurta autoriaus remiantis atliktu tyrimu

**13 pav. Ekologiški produktai, kuriuos vartotojai perka Lietuvoje**

### 3.2.3 Lietuvoje vartotojams renkantis prekę, didžiausią poveikį daro kaina.

50% apklaustųjų produkto kaina „labai svarbu“, o 41% „svarbu“. Taigi, 91% lietuvių – vartotojų renkantis produktą svarbi jo kaina. Tuo tarpu produkto ekologiškumą „labai svarbus“ 16% irų „svarbus“ 19% apklaustųjų, taigi viso 35% apklaustųjų.



Šaltinis: sukurta autoriaus remiantis atliktu tyrimu

**14 pav. Kas lemia lietuvių-vartotojų pasirinkimą pirkti**

Lietuvos įmonių elgesys rinkoje ir reklaminiai šūkiai, sukurti remiantis rinkos tyrimais. Nenuostabu, kad lentynose matome užrašus „maža kaina“, „gera kaina“, „2 už vieno kaina“ ir panašiai, o įmonės nuolat reklamuojasi kaip teikiančios daugiausia nuolaidų ir siūlančios pirkti pigiau. Šiuo metu, lietuviams-vartotojams svarbiausia kaina. O kaina už ekologiškus produktus yra didesnė.

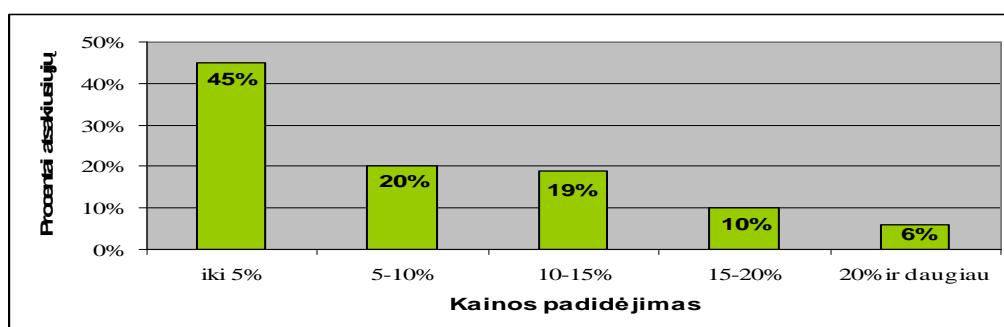
Tyrimo duomenimis 24% apklaustųjų, pajamos vienam šeimos nariui per mėnesį siekia iki 500Lt (Neto). Produkto kaina „labai svarbi“ mažesnes pajamas gaunantiems vartotojams (vyrams ir moterims) iki 25 metų ir vyresniems nei 61m. Jiems svarbiausia kuo pigiau patenkinti savo kasdieninius poreikius.

Viena iš priežasčių, kodėl lietuviai mažai perka ekologiškų produktų, yra didelės ekologiškų produktų kainos. Ekologiškų produktų kainos yra net apie 200% didesnės nei įprastinių produktų. Didelės ekologiškų produktų kainas įtakoja mažas konkurencingumas, dideli gamybos kaštai ir gaunamos mažos pajamos. Kadangi yra žymus ekologiškų ir įprastinių kainų skirtumas, tai vartotojai teikia pirmenybę įprastiniams, o ne ekologiškiems produktams.

Lietuvoje sparčiai populiarėja „pigios parduotuvės“ (Pvz.: „Cento“, „Express Market“, „Norfa“), siūlančios pigiausią produkto variantą. Vartotojai, kurie apsiperka tokiose parduotuvėse, jose neieško ekologiškais ženklais ženkintų prekių.

2007m. Leen Hapaa analizuodamas suomių vartotojų požiūris į aplinkosaugą, atskleidė ryšį tarp vartotojo gyvenimo būdo ir „žaliojo vartojimo“. Rezultatai parodo kad skirtingas gyvenimo būdas labiau įtakoja vartotojų pasirinkimą pirkti ekologiškus produktus, nei tradicinis socio-ekonominis aiškinimas. Manau, tai galima pritaikyti ir lietuvių vartotojams, kurie iš įpročio pirkti vaisius ir daržoves turguose, tiesiai iš ūkininkų, tampa „žaliaisiais vartotojais“.

Kadangi 41m. ir vyresni, net ir mažas pajamas gaunantys lietuviai - vartotojai anketose nurodo, kad perka ekologiškus vaisius ir daržoves, manau, galiu daryti išvadą, kad jas jie įsigyja turguose. Čia ekologiškus produktus galima įsigyti tiesiogiai iš ūkininkų, dar mažesnėmis kainomis nei neekologiškus produktus prekybos centruose.



Šaltinis: sukurta autoriaus remiantis atliktu tyrimu

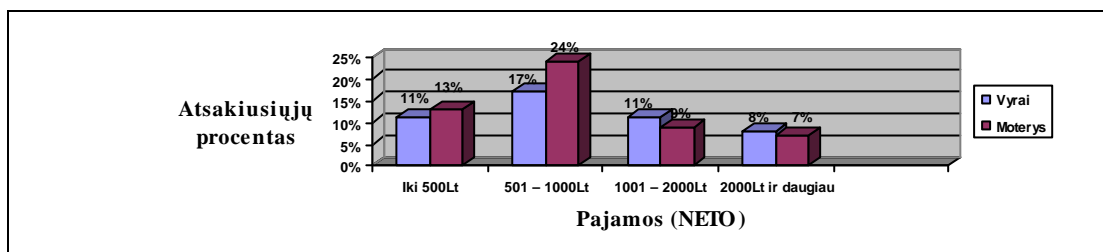
### 15 pav. Kiek brangiau lietuviai-vartotojai sutiktų mokėti už ekologiškus produktus

„Daugumos ekologiškų produktų kainos Lietuvos mažmeninės prekybos centruose 2009 m. sausio mėnesį, palyginti su 2008 m. gruodžiu, buvo linkusios didėti (pvz. Ekologiškos jautienos vidinės išpjovos kaina padidėjo 18,64%, Juoda duona – 17,4% ir t.t)“ (Verslo Žinios 2009.02.17)

„Įvertinant ekologiškų produktų kainas Lietuvoje ir lyginant jas su neekologiškais pakaitalais, indeksas yra 2,61.“ ([www.ekogyveimas.blogas.lt](http://www.ekogyveimas.blogas.lt) 2008 12 01)

Tai reiškia, kad perkant lygiai tokį patį ekologiškų prekių rinkinį teks sumokėti 2,68 kartų daugiau nei paprastą, neekologišką. Patikrinus anksčiau į skaičiavimus įtrauktų produktų kainas šiandien, pastebėta, kad jos nepaaugo. Nors infliacija Lietuvoje dviženklė. Tai rodo, kad gamintojai ir pardavėjai infliacijos pasekmes prisiima sau. Manau, baiminasi, kad ir taip ne pigiausių produktų nebeperks, jei jie dar brangs. Indeksas šiuo metu apima 23 produktus. Indeksas, priklausomai nuo lyginamų produktų sąrašo, svyruoja. Taigi, ekologiškai gyventi yra nuo 2,5 iki 3 kartų brangiau. Lyginant ekologiškų produktų kainas Lietuvos parduotuvėse pastebėjau, kad maisto produktai yra vidutiniškai 20%, buitinė nechemija 100%, kosmetika 200% brangesnė. Tačiau indeksas neįvertina šalutinio ekologiško gyvenimo poveikių, tokių kaip taupančių elektrą lempučių naudojimas, teigiamas poveikis sveikatai, taršos mažinimas ir rūpinimasis aplinkosuga.

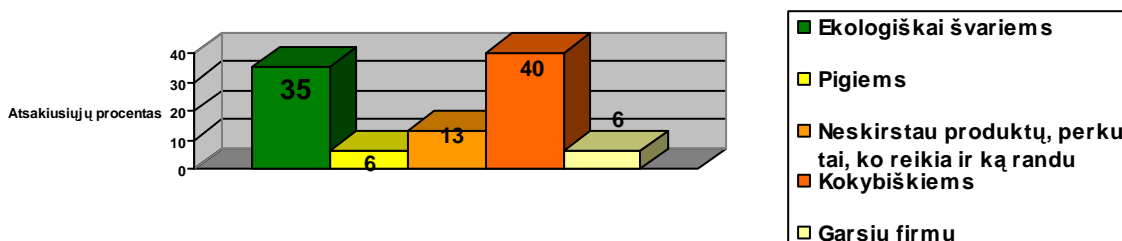
### 3.2.4 Aukštesnes pajamas gaunantys ir išsilavinę lietuviai-vartotojai, renka ekologiškus produktus.



Šaltinis: sukurta autoriaus remiantis atliktu tyrimu

#### 16 pav. Pajamos vienam šeimos nariui per mėnesį

Aukštesnes pajamas gaunantys ir išsilavinę lietuviai-vartotojai ( tiek vyrai tiek moterys) renka ekologiškus produktus. Vartotojai, kurie turi aukštąjį išsilavinimą t.y.18% turi pakankamai informacijos apie ekologiškus produktus. 90% jų nurodė, kad informacijos jiems pakanka.

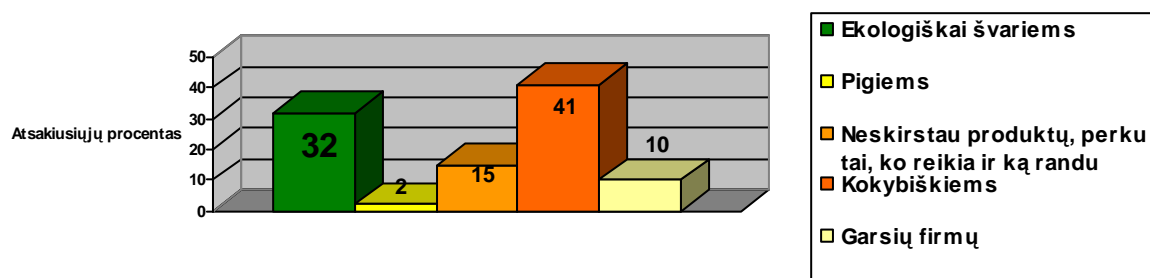


Šaltinis: sukurta autoriaus remiantis atliktu tyrimu



### 17 pav. Produktai, kuriems teikia pirmenybę aukštąjį išsilavinimą turintys vartotojai

Vartotojai, kurių pajamos vienam šeimos nariui per mėnesį yra didesnės nei 1000lt t.y. 35%, taip pat renkasi ekologiškus ir kokybiškus produktus.



Šaltinis: sukurta autoriaus remiantis atliktu tyrimu

### 18 pav. Produktai, kuriems teikia pirmenybę aukštesnė pajamas gaunantys vartotojai

Tyrimo rezultatai ir jų analizė parodo, kad visos iškeltos darbo hipotezės pasitvirtino. Lietuviams – vartotojams trūksta informacijos apie produktų gamybos grandinę - procesą, prekių ženklų reikšmes, taigi ir apie pačius produktus. Vartotojai nėra informuoti apie aplinkosauginius ženklus. Ir nors jie pastebi ženklus ant produkto pakuočių, nežino, ką šie ženklai reiškia arba painioja ekologiškus produktus su mikroorganizmų turinčiais, ar ūkiuose išaugintais produktais. 22% lietuvių-vartotojų renkasi ekologiškus produktus. Tačiau, didžiausią poveikį lietuviams vartotojams renkantis produktą daro jo kaina. Tai ypač aktualu krizės laikotarpiu tiems respondentams, kurių mažesnės pajamos. Aukštesnes pajamas gaunantys ir išsilavinę lietuviai-vartotojai renkasi ekologiškus produktus.

Lietuvoje būtina sutvarkyti produktų pavadinimus ir prekių ženklus, kad neliktų trumpinių. Tokiu būdu vartotojai aiškiai žinos, kokį produktą – ekologišką ar ne - jie perka. Kad pirkėjui informacija maisto produkto etiketėje yra svarbiausias dalykas, parodė 2005 m. "Vilmorus" atliktas tyrimas. Paklausti: "Į ką Jūs kreipiate dėmesį rinkdamiesi maisto produktus?", 77% respondentų įvardijo informaciją maisto produkto etiketėje, 30% kreipė dėmesį į draugų rekomendacijas ir patarimus, 14% – į reklamą per masines informavimo priemones. Tyrimo duomenys parodė, kad dažniausiai žmonės domisi vartojimo terminu (76%), produkto sudėtimi (51%), gamintoju (40%); tik dešimtadalis apklaustųjų etiketėje pateikiamos informacijos visai neskaito.

Nors visuomenės dalyvavimas Lietuvos aplinkosauginėje politikoje yra pakankamai gerai reglamentuotas – jį numato įvairūs teisės aktai, konvencijos bei direktyvos, tačiau mūsų visuomenė dar nėra gerai informuota aplinkos apsaugos klausimais ir dėl to yra palyginti pasyvi, kai priimami sprendimai turintys įtakos aplinkai.

“Visuomenės sąmoningumas bei suinteresuotumas pasinaudoti savo teisėmis, realus žmonių dalyvavimas aplinkosaugoje yra esminės sąlygos, sudarančios prielaidas Lietuvos visuomenei

aktyviai įsitraukti į aplinkos apsaugos politikos formavimą. Vis dėlto praktika rodo, kad piliečiams dažnai stinga įgūdžių, poreikio sekti informacijos apie aplinką bei sprendimų raidą.“ (LR įsakymas Nr. D1-317, 2004)

Taigi, varotojų supažindinimas ir švietimas ekologinio ženklavimo tema, skatintų vartotojus rinktis ekologiškus produktus ir sėkmingai diegti Lietuvos aplinkosauginę politiką. Ekologiški produktai Lietuvoje - sąlygiškai naujas dalykas. Nemažai vartotojų juos perka norėdami išbandyti naujoves. Tačiau svarbu ugdyti lojalius pirkėjus - tokius, kurių nebereikėtų skatinti pirkti, aiškinant produktų savybes, o jie patys ateitų į prekyvietę žinodami, kokius ekologiškus produktus pirks.

### 3.3 Ekspertų interviu rezultatų analizė

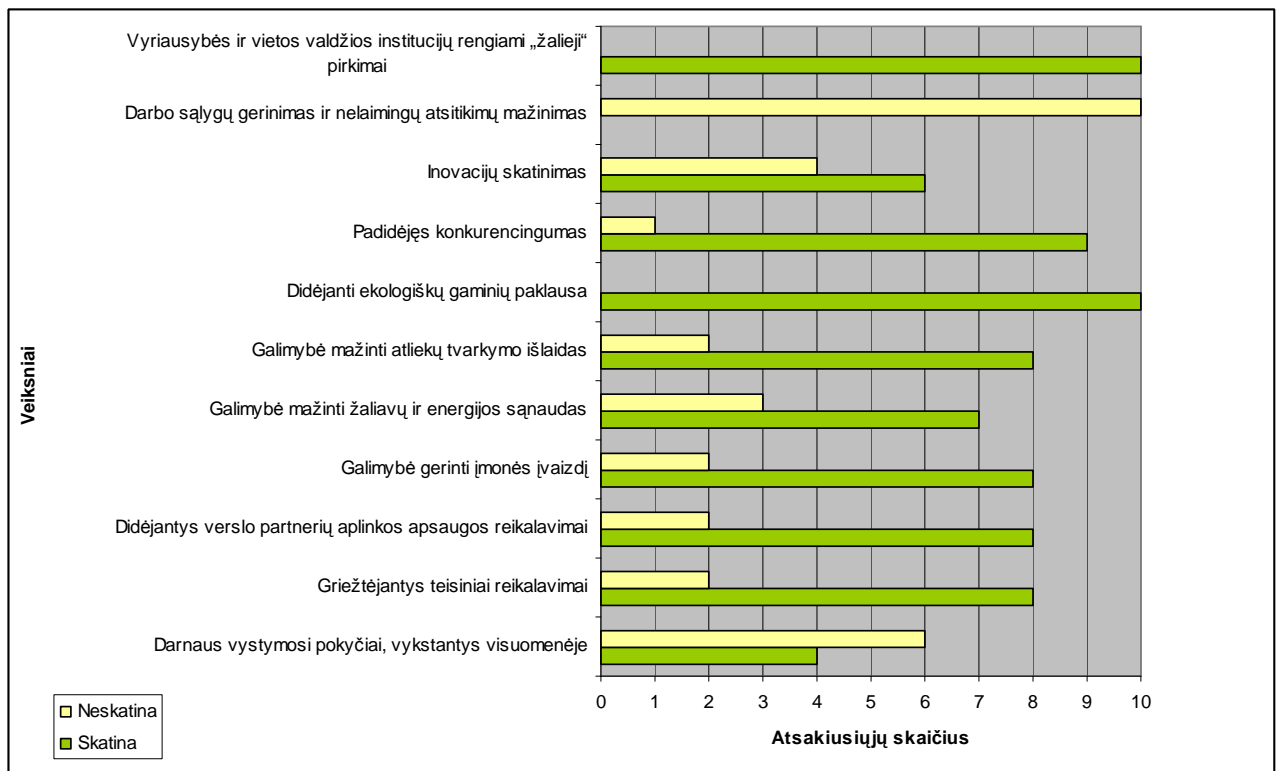
Tyrimui atlikti elektroniniu paštu buvo išsiųsta 40 anketų į „Aplinkos apsaugos ministeriją“, „Žemės ūkio ministeriją, „Aplinkos apsaugos agentūrą“, „Žaliųjų judėjimą“, „Ozoną“ ir universitetų mokslininkams. Atgal sugrįžo tik 10 anketų.

3 lentelė

#### Respondentų pasiskirstymas

Aplinkos apsaugos ministerija	2
Žemės ūkio ministerija	0
Aplinkos apsaugos agentūra	1
Žaliųjų judėjimas	2
Ekologiškas laikraštis „Ozonas“	2
Universitetų mokslininkai	3

100% ekspertų mano, kad labiausiai ūkio subjektus taikyti ekoženklimą skatina didėjanti šių produktų paklausa, bei vyriausybės ir vietos valdžios institucijų rengiami „žalieji“ pirkimai. 60% ekspertų mano, kad darnaus vystymosi pokyčiai, vykstantys visuomenėje neskaito ūkio subjektus taikyti ekoženklimą. Na, o galimybė taip pagerinti darbo sąlygas ir sumažinti nelaimingų atsitikimų darbe, ūkio subjektų neskaito.



Šaltinis: sukurta autoriaus remiantis tyrimu

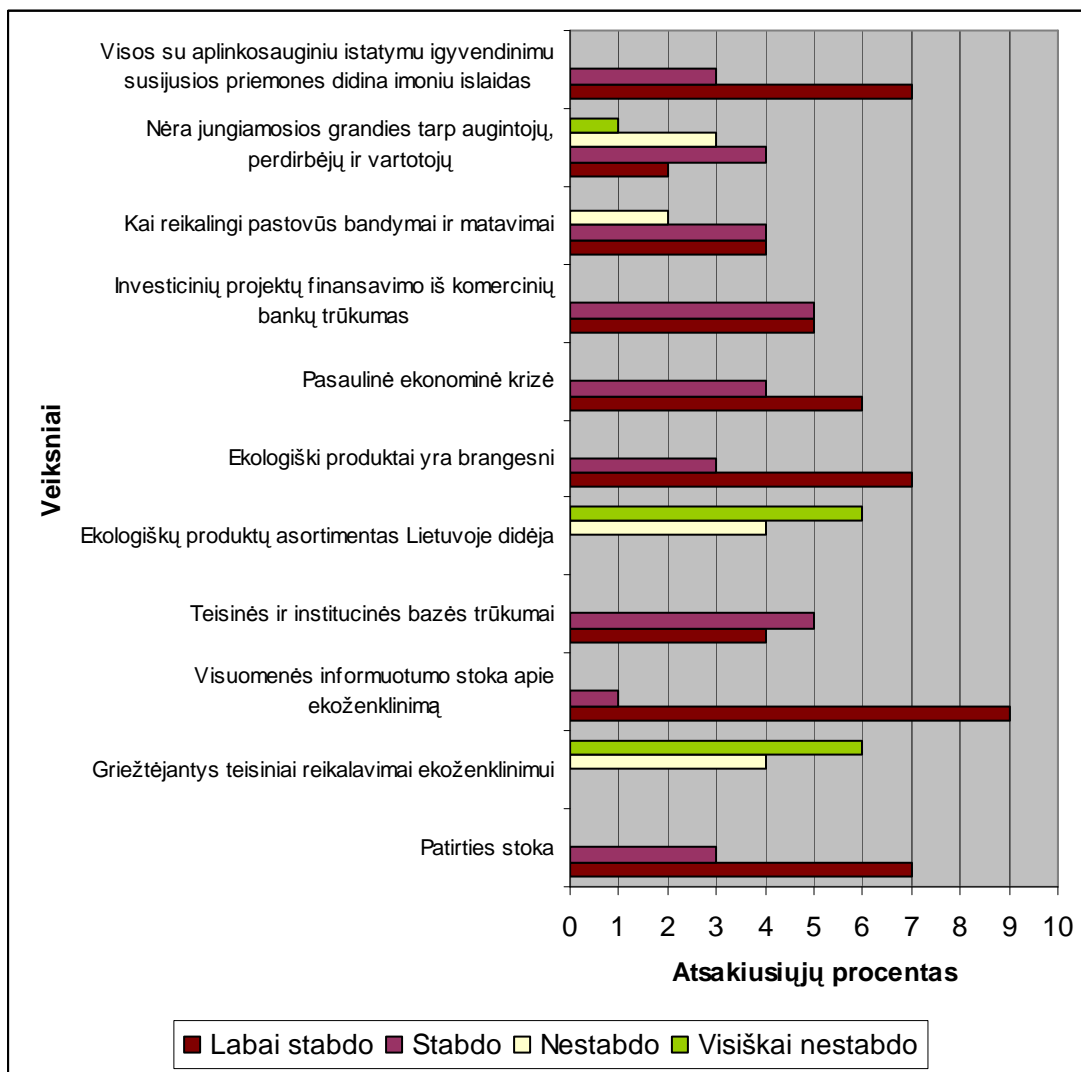
### 19 pav. Veiksniai skatinantys ūkio subjektus taikyti ekoženklimą

Ekspertai pabrėžia, kad visuomenės informuotumo stoka apie ekoženklimą labiausiai stabdo ūkio subjektus jį taikyti. Daugiausia ekspertai išskiria, kad didžiausi „Žaliojo taško“ kaip ekologinio ženklo privalumai yra galimybė gerinti įmonės įvaizdį ir mažinti žaliavų ir energijos sąnaudas. Svarbu ir tai, kad vartotojai informuoti apie šį ženklą.

Svarbiausi švietimo apie Ekologinį ženklimą principai yra prevencijos ir informacijos viešumo. Visuomenės nariai turi būti mokomi apie aplinkosaugą nuo mažumės. Taigi, jau mokykloje turėtų būti dėstoma ne tik kaip neteršti gamtos, ją saugoti, bet ir paaiškinama vaikams pati aplinkosaugos prasmė ir nauda jiems ir būsimoms kartoms. Visuomenės nariams turi būti laiku pateikta, objektyvi, mokslinė informacija apie produktus. Jokiu būdu negalima šios informacijos slėpti. Kaip didžiausią problemą diegiant ekoženklus, ekspertai įvardija informacijos stoką.

Visos su aplinkosauginių įstatymų įgyvendinimu susijusios priemonės didina įmonių išlaidas, tai irgi stabdo įmones. Didžiausi „Žaliojo taško“ kaip ekologinio ženklo trūkumas, pasak ekspertų, tai kad ženklo naudojimas brangina prekę.

Įmonės nebijo konkurencijos ir tai, kad ekologiškų produktų asortimentas Lietuvoje didėja tik skatina jas taikyti ekoženklimą, o ne jį stabdo. Kaip rodo tyrimas, ekspertams trūksta ir jungiamosios grandies tarp augintojų, perdirbėjų ir vartotojų.



Šaltinis: sukurta autoriaus remiantis tyrimu

## 20 pav. Veiksniai stabdantys ūkio subjektus taikyti ekoženklimą

### Kliūtys

Ekologinių prekių ženklų plėtrą Lietuvoje stabdo patirties stoka, visuomenės informuotumo stoka, teisinės ir institucinės bazės trūkumai. Daugiausia ekspertai akcentuoja visuomenės informuotumo stoką. Nors vartotojai turi informacijos apie aplinkosaugos prasmę ir būtinumą, tačiau nežino kaip galėtų realiai prie to prisidėti. Vartotojams trūksta informacijos apie jų naudojamus produktus, prekių ženklų reikšmes, bei tai, kaip įmonė naudojanti ekoženklimą prisideda prie aplinkos gerinimo. Dėl informacijos stokos vartotojai nemato skirtumo tarp ekologiško ir ūkyje užauginto produkto.

Nors ekologiškų produktų asortimentas Lietuvoje didėja, tačiau įsigyti jų tampa vis brangiau. Prie to prisideda valstybė, nutarusi panaikinti lengvatinį PVM ekologiškiems produktams.

Lietuvoje būtų galima sukurti gerai veikiančią ekologinės maisto gamybos sistemą – akivaizdžiai auga vartotojų noras valgyti sveikai, vis daugiau tokios produkcijos pagamina patys į tai investuojantys didieji maisto perdirbėjai. Tačiau situaciją gerai išmanantys verslininkai abejoja,

ar būtent dabar tam yra palankus metas – pasaulyje vis labiau trūksta maisto produktų, tad ES vargu ar toliau dosniai rems mažai, nors ir sveikai gaminančius ūkius, o nuolat augančios kasdienio maisto produktų kainos išskirtinių, dėl to dar brangesnių ekologiškų produktų rinką stumia vien į pasiturinčių pirkėjų glėbį.

ES parama ekologijai buvo išsidalyta chaotiškai, o pačios Lietuvos investicijos žemės ūkio plėtrai didele dalimi nusėdo didelių, įtakingų ir visai neekologinių ūkių, tiekiančių savo produkciją didiesiems maisto perdirbėjams, sąskaitose.

### **Valstybės indėlis**

Poslinkių tausojančio vartojimo ir gamybos srityje mes galime tikėtis tik tada, jei valdžios, verslo ir visuomenės veiksmai bus suderinti, visų suprantami ir vienas kitų remiami. Todėl verslo struktūrų aktyvus dalyvavimas šiame procese yra vienas iš kertinių sėkmės garantų.

Siekiant paskatinti vartotoją pirkti ekologiškus maisto produktus, siūlytina didinti prekės ženklo žinomumą. Jei vartotojas teigiamai vertina prekės ženklą remdamasis savo patirtimi beigauta informacija, tikėtina, kad jis ieškos prekės su pasirinktu prekės ženklu, kaip mainų objekto, ir bus pasiruošęs už šią prekę mokėti brangiau. Siekiant plėsti saugių, nekenksmingų ir tausojančių aplinką produktų vartojimą, būtina valstybės mastu rengti vartotojų švietimo ir informavimo programas, taip didinti vartotojų šios srities kompetenciją ir ugdyti visuomenės ekologinę kultūrą.

Organizacijos, turinčios EMAS registraciją turėtų būti tikrinamos rečiau, taikoma supaprastinama ataskaitų teikimo tvarka. Remiantis tuo, kad EMAS registraciją turinčių organizacijų aplinkos apsaugos veikla yra skaidresnė, jos veiksmingiau valdo aplinkos apsaugos aspektus.

Skatinti žaliuosius pirkimus ir pasiekti, kad per viešuosius pirkimus įsigytos prekės, paslaugos ar darbai būtų kuo palankesni aplinkai. Ekspertų interviu parodė, kad ekspertų interviu Vyriausybės ir vietos valdžios institucijų rengiami „žalieji“ pirkimai, skatina ūkio subjektus taikyti ekoženklumą.

### **Populiarinimo pasiūlymai**

Ekologiškai švaresnių gaminių paklausa yra pagrindinis veiksnys, skatinantis pramonės įmones gaminti gaminius, atsižvelgiant į poveikį aplinkai per visą gaminio būvio ciklą. Vartotojas renkasi prekę, atsižvelgdamas į daugelį kriterijų, ne tik į kainą.

Vartotojai prekybos vietose ne visada randa norimų ekologiškų maisto produktų. Tai galima paaiškinti tuo, kad kol kas nėra jungiamosios grandies tarp augintojų, perdirbėjų ir vartotojų. Ši padėtis netenkina augintojų, kurie nežino, kokių produktų ir kiek reikėtų auginti, taip pat ir perdirbėjų, negalinčių surinkti pakankamo kiekio ekologiškos produkcijos, bei vartotojų, kurie negali įsigyti norimo produkto. Rinkos struktūros kūrimas ir toliau lieka aktualus rinkos plėtros uždavinys.

Ekologiški produktai Lietuvoje parduvinėjami specializuotose parduotuvėse, prekybos centruose, tiesiogiai iš ūkių. Kai kuriose šalyse prekybos centrai vis labiau įsitraukia į ekologiškų produktų platinimą. Juose parduodama daugiau nei 50% visos šios parduodamos produkcijos. Organizacijos EMAS diegimui turėtų gauti finansavimą iš regiono valdžios institucijų. Tikėtina, kad ateityje daugės šalių, kuriose tam tikroms organizacijoms EMAS taps privalomas. Tačiau šiuo metu Europos Sąjungos šalyse taikomos tik įvairios su teisiniais ir kitais reikalavimais susijusios EMAS skatinimo priemonės.

Lietuvoje daugiausia ekologiškų produktų galima rasti internetinėse, specializuotose parduotuvėse. Tokios parduotuvės turėtų suteikti ne vien papildomą pirkimo būdą jau esamiems ekologiškų produktų vartotojams, bet ir siekti plėsti rinką bei pritraukti naujų vartotojų. Tokiu atveju, svetainėse tikrai trūksta informacijos apie tai, kodėl vartotojas turėtų rinktis būtent ekologišką produktą, o ne daugumai įprastas pigesnes alternatyvas. Kuo ekologiški produktai pranašesni? Kokius pavojus sveikatai kelia įprasti? Gal vartotojai kažko nežinau apie įprastų produktų sudėtį, ką sužinoję nepagailėtų kelių litų plus ir pirktų ekologiškus produktus? Parduotuvių steigėjai tokios informacijos tikrai turi, tad tvarkingai sudėti informaciją į svetainę nei laiko, nei pinigų daug nekainuotų, o pridėtinę vertę sukurtų ženklia.

Griežtėjantys teisiniai bei didėjantys verslo partnerių aplinkos apsaugos reikalavimai ir augantis visuomenės domėjimasis įmonių aplinkosauginiu veiksmingumu tampa veiksniais, į kuriuos moderni įmonė, siekianti užtikrinti sėkmingą verslo plėtrą, negali neatsižvelgti. Tačiau dar svarbesni veiksniai susiję su galimybėmis gerinti įmonės įvaizdį, mažinti žaliavų ir energijos sąnaudas, mažinti atliekų tvarkymo išlaidas ir pan.

Nustatyta, kad svarbiausi ekologiškų maisto produktų pasirinkimo motyvai yra produktų saugumas, kokybė, geresnis skonis. Siekiant skatinti ekologiškų maisto produktų pirkimą ir vartojimą, reikia formuoti vartotojų nuomonę apie juos, nes nuomonė yra pagrindinis kriterijus, lemiantis apsisprendimą pirkti.

Stiprinti valstybės ir savivaldos institucijų, disponuojančių informacija apie aplinką, informacijos teikimą pagal visuomenės paklausimus bei savo iniciatyva - panaudojant įvairius informacijos sklaidos būdus. Rengti ir leisti leidinius, lankstinukus, plakatus ir kitus informacinio pobūdžio leidinius, siekiant geriau supažindinti visuomenę su aktualiais aplinkos klausimais bei įtraukti ją į sprendimų priėmimą aplinkos apsaugos srityje.

Siekiant profesionaliau informuoti visuomenę ir įgyvendinti ekologinio švietimo tikslus, būtina kad valstybės bei savivaldos institucijos, nevyriausybinės organizacijos ir visuomenė glaudžiau bendradarbiautų. Reikia aktyviau skatinti visuomenę dalyvauti formuojant aplinkos politiką, remti NVO bei gerinti informacijos apie aplinką teikimą visomis visuomenei priimtinomis priemonėmis.

## Perspektyvos

Pasaulinė tendencija tokia - net ir prabangos prekių vartotojai šiuo ekonomiškai sudėtingu metu linę peržiūrėti savo pirkinų krepšelius ir dalis ima dairytis į kiek pigesnes mėgstamų prekių ženklų alternatyvas. Ekologiškų produktų rinka yra tarsi savotiška prabangos prekių niša visoje produktų rinkoje. Ilguoju laikotarpiu jų vartojimas smarkiai augs, vartotojai pasiruošę nebepirkti produktų tų kompanijų, kurios teršia aplinką. Įmonės ir kitos ekonominės institucijos supranta, kaip svarbu reaguoti į šį vartotojų nusiteikimą. Todėl kuria naujas technologijas, investuoja į produktus. Šiuo metu ekologiški produktai yra vienas pažeidžiamiausių verslų.

Šiandieninės organizacijos kelyje sukuriant vertę, sutinka iššūkį, kuris reikalauja atkreipti dėmesį į anksčiau ignoruotus dalyvius ir daugiau dirbti su esamais dalyviais kitose srityse ir kitais būdais. Atskaitomumas numato, kad efektyvus dalyvavimas pagerina organizacinį rezultatą, didinant teisėtumą ir vertės kūrimą. Tai labai svarbi informacija mūsų šalies įmonių savininkams ir vadovams, išeinantiems į tarptautines rinkas: įvestos prekybos taisyklės, už kurių nepaisymą gali būti taikomos sankcijos. Išplinta standartų kontrolė per NVO iniciatyvas, ji vis plėtojama, o tai ypač svarbu Lietuvos įmonėms, siekiant, kad jos nepatektų į autsaiderių gretas.

Aplinkosaugos technologijų veiksmų plane siekiama suteikti ES tokį patį konkurencinį pranašumą ir kitose aplinkosaugos technologijų srityse. Dėl plano lengviau gauti finansavimą naujoms technologijoms ir įvertinti jų veiksmingumą. Jame taip pat skatinama geriausia praktika, o vyriausybės ir vietos valdžios institucijos raginamos pirkti „žaliuosius“ produktus ir paslaugas. Taigi aplinkos apsauga gali suteikti teigiamą impulsą ekonominei ir socialinei pažangai. Tai visiems naudinga strategija.

Ekologiniai ženklai suteikiami ne tik vis didesniam pramonės gaminių grupių spektrui, bet ir paslaugoms bei kitiems veiklos objektams (turizmo ir apgyvendinimo paslaugoms, paplūdimiams, miškų tvarkymo ir medienos perdirbimo grandinės dalyviams, mokykloms, viešosioms paslaugoms ir kt.). Pažymėtinas sparčiai didėjantis Lietuvos verslininkų domėjimasis ekologiniu ženklinimu - jeigu 2003 metų pradžioje tik penktadalis tirtų įmonių nurodė ketinančios ateityje siekti savo produktų aplinkosauginio ženklinimo, tai 2006 m. šis rodiklis viršijo 40 proc.

Ekologiškai švaresnių gaminių paklausa yra pagrindinis veiksnys, skatinantis pramonės įmones gaminti gaminius, atsižvelgiant į poveikį aplinkai per visą gaminio būvio ciklą. Vartotojas renkasi prekę, atsižvelgdamas į daugelį kriterijų, ne tik į kainą.

Vertinant visą gaminio būvio ciklą, maža pradinė produkto kaina nebūtinai yra ekonomiškai naudingiausia, nes gali pasirodyti, kad jam pagaminti buvo naudojamos žaliavos, kurios išgautos iš vertingų gamtos teritorijų, gaminio tarnavimo laikas yra trumpesnis nei kitų to tipo produktų, gaminiui virtus atlieka, jo sutvarkymas kainuos brangiau.

## IŠVADOS

1. Atlikus analizę nustatyta, kad ecoženkinimas yra Europos Bendrijos Integruotos produktų politikos dalis. Siekiant mažinti gaminių daromą poveikį aplinkai, taikomos ekologinio projektavimo ir būvio ciklo vertinimo priemonės saugesnių aplinkos atžvilgiu gaminių gamybai ir ekonominės (pvz., mokesčių diferenciacija, gamintojo atsakomybė) bei informacinės (pvz., ecoženkinimas) priemonės tokių gaminių paklausos kūrimui.
2. Nustatyta, kad ecoženkinimas yra dažniausiai naudojamas informacijos apie produktų aplinkosauginės savybes teikimo būdas vartotojams. Pagrindinis ecoženkinimo tikslas – skatinti labiau subalansuotą produktų gamybą ir vartojimą.
3. Atlikus analizę nustatyta, kad Lietuvai tapus Europos Sąjungos nare, atsirado galimybė naudoti Europos Bendrijos ecoženklą. Lietuvoje jau yra sukurta visa reikalinga teisinė bazė, formaliai veikia visa šio ecoženklų suteikimo sistema.
4. Atlikus Lietuvos aplinkosauginės politikos SSGG analizę, nustatyta kad Lietuvos aplinkosauginė politika stiprėja - teikiama finansinė parama aplinkosauginiams investiciniams projektams, tobulinama teisinė aplinkosaugos bazė, susiformavo patirtis ir išaugo kompetencija, susikūrė/kuriasi suinteresuotųjų aplinkosauga asociacijos, vyksta informacijos sklaida, apibrėžtas aplinkosauginių kriterijų taikymas žaliuosiuose pirkimuose.
5. Ištyrus Lietuvos aplinkosauginę politiką, atskleisti pagrindiniai ją silpninantys veiksniai: Lietuvoje mažai nuosavų gamtinių išteklių, trūksta galimybių apsirūpinti pigiais ištekliais, didelė priklausomybė nuo energijos išteklių, gaunamų iš vieno šaltinio, valstybiniu mastu nėra vienos institucijos, atsakingos už gamintojo atsakomybės sistemos efektyvumo analizę bei sistemos tobulinimą, nepakankamai efektyviai informuojama ir šviečiama visuomenė aplinkosaugos ir ekologiškų produktų klausimais.
6. Susisteminti ecoženklai taikomi Lietuvoje, išanalizuotos jų plėtros tendencijos ir palygintos su kitomis šalimis.
7. Atlikus apklausą nustatyta, kad ekologiškai švaresnių gaminių paklausa yra pagrindinis veiksnys, skatinantis pramonės įmones gaminti gaminius, atsižvelgiant į poveikį aplinkai per visą gaminio būvio ciklą. ES ekologinis ženkinimas suteikia vartotojams galimybę pasitikėti jų vartojamų produktų kilme bei kokybe.
8. Atlikus analizę pasitvirtino darbo hipotezės – ekologinių prekių ženklų plėtrą Lietuvoje stabdo patirties stoka, visuomenės informuotumo stoka, teisinės ir institucinės bazės trūkumai.
9. Atlikus apklausą nustatyta, kad 22% lietuvių-vartotojų renkasi ekologiškus produktus. Tačiau, didžiausią poveikį lietuviams vartotojams renkantis produktą daro jo kaina. Tai ypač



aktualu krizės laikotarpiu tiems respondentams, kurių mažesnės pajamos. Aukštesnes pajamas gaunantys ir išsilavinę lietuviai-vartotojai pažįsta ekoženklus ir renkasi ekologiškus produktus.

## REKOMENDACIJOS

1. Poslinkių tausojančio vartojimo ir gamybos srityje bei ekoženklų naudojimo mes galime tikėtis tik tada, jei valdžios, verslo ir visuomenės veiksmai bus suderinti, visų suprantami ir vienas kitų remiami. Todėl verslo struktūrų aktyvus dalyvavimas šiame procese yra vienas iš kertinių sėkmės garantų.
2. Nors visuomenės dalyvavimas Lietuvos aplinkosauginėje politikoje yra pakankamai gerai reglamentuotas – jį numato įvairūs teisės aktai, konvencijos bei direktyvos, tačiau mūsų visuomenė dar nėra gerai informuota aplinkos apsaugos klausimais ir dėl to yra palyginti pasyvi, kai priimami sprendimai turintys įtakos aplinkai. Vartotojų supažindinimas ir švietimas ekologinio ženklinimo tema, skatintų vartotojus rinktis ekologiškus produktus ir sėkmingai diegti Lietuvos aplinkosauginę politiką.
3. Išsamiai ir laiku informuoti apie aplinką – esminė sąlyga įtraukiant visuomenę dalyvauti formuojant aplinkosaugos politiką ir priimant sprendimus. Kadangi visuomenė dabartiniu laikotarpiu dar nėra pakankamai subrendusi ir pasirengusi dalyvauti šiuose procesuose, būtina ugdyti ir skatinti jos poreikį domėtis aplinkos būkle, aktyviai įsitraukti, kai priimami sprendimai. Viena svarbiausių priemonių – kuo plačiau ir intensyviau skleisti informaciją apie ekologinį ženklimą, naudojant patrauklias ir skatinančias pilietinę iniciatyvą priemones.
4. Aktyviau skatinant visuomenę dalyvauti formuojant aplinkos politiką, remti NVO bei gerinti informacijos apie aplinką teikimą visomis visuomenei priimtinais priemonėmis. Stiprinti valstybės ir savivaldos institucijų, disponuojančių informacija apie aplinką, informacijos teikimą pagal visuomenės paklausimus bei savo iniciatyva – kartu su NVO panaudojant įvairius informacijos sklaidos būdus.
5. Lietuvoje būtina sutvarkyti produktų pavadinimus ir prekių ženklus, kad neliktų klaidinančių trumpinių. Tokiu būdu vartotojai aiškiai žinos kokį produktą – ekologišką ar ne - jie perka.
6. Ekologiški produktai Lietuvoje - sąlyginai naujas dalykas. Nemažai vartotojų juos perka norėdami išbandyti naujoves. Tačiau svarbu ugdyti lojalius pirkėjus - tokius, kurių neberekėtų skatinti pirkti, aiškinant produktų savybes, o jie patys ateitų į prekyvietę žinodami, kokius ir kaip paženklintus ekologiškus produktus pirks.
7. Organizacijos, turinčios EMAS registraciją turėtų būti tikrinamos rečiau, taikoma supaprastinama ataskaitų teikimo tvarka. Remiantis tuo, kad EMAS registraciją turinčių organizacijų aplinkos apsaugos veikla yra skaidresnė, jos veiksmingiau valdo aplinkos apsaugos aspektus.
8. Skatinti pirkti ekologiškus produktus vykdant žaliuosius pirkimus ir pasiekti, kad per viešuosius pirkimus įsigytos prekės, paslaugos ar darbai būtų kuo palankesni aplinkai.

9. Vartotojai prekybos vietose ne visada randa norimų ekologiškų maisto produktų. Tai galima paaiškinti tuo, kad kol kas nėra jungiamosios grandies tarp augintojų, perdirbėjų ir vartotojų. Rinkos struktūros kūrimas ir toliau lieka aktualus rinkos plėtros uždavinys.
10. Svarbiausi ekologiškų produktų pasirinkimo motyvai yra produktų saugumas, kokybė, geresnis skonis ir kitos savybės. Siekiant skatinti ekologiškų produktų pirkimą ir vartojimą, reikia, naudojant ekoženklimą, formuoti vartotojų nuomonę apie juos, nes nuomonė yra pagrindinis kriterijus, lemiantis apsisprendimą pirkti.

## SANTRAUKA

VINOKUROVA, Justina. (2009) *The possibility of using eco-labelling in development of environmental policy of Lithuania*. MBA Graduation Paper. Kaunas: Kaunas Faculty of Humanities, Vilnius University. 61p.

### SUMMARY

European Commission is constantly looking for ways of reducing the whole product life cycle impact on environment. Means of ecological engineering and valuation of product's life cycle are being implemented in order to produce environmentally friendly products together with economical and media tools for creation of demand for such products.

There are many factors stimulating economical entities to use eco-labelling. Environment protection change taking place in the society is one of those factors. Demand for ecological products is one of the main factors forcing companies to produce such products, taking into consideration influence on environment through the all stages of production.

The **aim** of this paper – is to analyze the possibility of using eco-labeling in development of environmental policy of Lithuania.

Such **tasks** have been formulated in order to reach this aim:

- To analyze the role of social, ethical and ecological labeling for environmental policy based on works of foreign and Lithuanian authors.
- To analyze the role of eco-labeling in EU environmental policy and the experience of other countries in usage of eco-labeling.
- To analyze environmental policy and its instruments in Lithuania, by using SWOT analyze.
- To describe ecological and other labeling used in Lithuania, and its development tendencies and compare it with experience of other countries.
- To prepare recommendations of eco-labeling development in Lithuania.

The object of this work is the possibility of using eco-labeling in environmental policy of Lithuania.

The volume of this work is 61 pages, in which 3 figures and 20 pictures are presented. This works supplemented with 4 appendixes.

The first part of the work describes the role of social, ethical and ecological labeling in EU environmental policy. The second part of the work analyzes the environmental policy and its instruments in Lithuania. The results of conducted empirical research together with it analyses are presented in the last third part of the work.

Analysis revealed that after Lithuania became a member of EU, possibilities to use European community eco-label emerged. Lithuania developed necessary legal basis and formally whole system of granting this eco-label is operating.

Analysis also validated the hypothesis of paper – the development of ecological labels in Lithuania is burdened by lack of experience, lack of information to society and shortcomings of institutional basis.

Paper suggests that knowing the main condition for society to participate in formation of environmental policy – fully and timely inform about environment, and knowing that society is not matured and ready to participate in these processes, it is essential to assure interest and active participation in decision making. One of the most important means is to spread widely the information on eco-labeling using attractive and socially initiative tools.

## LITERATŪRA

1. JUOZAS RUŽEVIČIUS, EVA WAGINGER *Eco-labelling in Austria and Lithuania: a comparative study*, *Ekonomika ir vadyba* 2007m.: tarptautinės mokslinės konferencijos pranešimų medžiaga, 2007 m. balandžio 19-20 d., Kaunas. ISSN 1822-6515. 2007, p. 1043-1050
2. ALGIS ŠILEIKA, SKAIDRĖ ŽIČKIENĖ. *Aplinką tausojanti plėtra: samprata ir diskutuotinos problemos*, *Aplinkos tyrimai, inžinerija ir vadyba*. ISSN 1392-1649. 2001, Nr.3(17), p. 3-10
3. B. ALBOROVIENĖ IR A. GAVĖNAITĖ *Maisto prekių vartotojų informuotumas apie prekių ženklimą*.
4. REMIGIJUS ČIEGIS, VIDMANTAS JANKAUSKAS, DALIA ŠTREIMIKIENĖ *Aplinkosaugos ir fiskalinių tikslų užtikrinimas, taikant aplinkosaugos mokesčius Lietuvoje*, *Ekonomika : mokslo darbai*. ISSN 1392-1258. 2002, t. 58, p. 37-50
5. KRISTINA JŪRAITĖ, *Ekologinė sąmonė ir masinė komunikacija : visuomenės nuomonės apie aplinkosaugą konstravimas žiniasklaidoje* Vytauto Didžiojo Univeritetas Kaunas, 2002. 47 p
6. *Aplinkosauginiai ženklai ir aplinkosauginės deklaracijos. Bendrieji principai (ISO 14020:2000) / Lietuvos standartizacijos departamentas*. Vilnius : Lietuvos standartizacijos departamentas, 2003. IV, 11 p.
7. ELENA FRAJ, EVA MARTINEZ *Ecological consumer behaviour: an empirical analysis*. Faculty of Economics and Business Studies, The University of Zaragoza, Spain *International Journal of Consumer Studies* Nr. 31 (2007) p. 26–33
8. JUCAITYTĖ I. *Tarptautinis prekių ženklimas: paklausos ar pasiūlos varomoji jėga/ Smulkaus ir vidutinio verslo plėtros perspektyvos integracijos į Europos sąjungą kontekste*. - Kolpingo kolegija. -Kaunas, 2004. - ISSN 1648-1717
9. JENIFER VIEGAS, *Critical perspectives on planet earth*, New York: Rosen Pub.Group, 2007 p.2009 ISBN 0754655016
10. BLAKE HARRISON, *Shopping to save: green consumerism and the struggle for northern Maine*, *Cultural Geographies*, 2006 7, vol7, p 205-229.
11. ANDREAS BECKER, *Aplinkosauga - išsiskyrimas su iliuzijomis: nauja ekologinių permainų strategija*, Kaunas : Technologija, 2000, p.160
12. VAIDA ŠEŽIENĖ, RENALDAS RIMAVIČIUS, ALEKSANDRAS KERPAUSKAS, RIMANTAS BRAZIULIS, *Aplinkosauginio švietimo fondo (FEE) vykdomos programos Lietuvoje : aplinkosauginis švietimas*, Kaunas : Lietuvos žaliųjų judėjimas, 2007, p.118

13. L. UŠECKIENĖ, V. TRIČYS, Ekologija kaip socialinis procesas: tarptautinės konferencijos straipsnių rinkinys, Šiauliai: 1996, p.192
14. REMIGIJUS ČIEGIS, VIDMANTAS JANKAUSKAS, DAINORA GRUNDEY, RIMANTAS PAREIGIS, DALIA ŠTREIMIKIENĖ, Aplinkos ekonomika : mokomoji knyga, Vilniaus universitetas. Kauno humanitarinis fakultetas 2003, p.238
15. REMIGIJUS ČIEGIS, Tolydžios ekonominės plėtros alternatyvios teorijos : monografija , Vilniaus universitetas. Kauno humanitarinis fakultetas. Sociokultūrinių tyrimų institutas, 2002, p.239
16. REMIGIJUS ČIEGIS, Ekonomika ir aplinka : subalansuotos plėtros valdymas : monografija, Vytauto Didžiojo universitetas, Vilniaus universiteto Kauno humanitarinis fakultetas, 2004, P.551
17. LEENA HAANPÄÄ *Consumers' green commitment: indication of a postmodern lifestyle?* International Journal of Consumer Studies 2007 31 (5), p. 478–486.
18. CLARE D'SOUZA, MEHDI TAGHIAN, PETER LAMB, ROMAN PERETIATKO (2007) *Green decisions: demographics and consumer understanding of environmental labels* International Journal of Consumer Studies 31 (4), 371–376.
19. LARS H. GULBRANDSEN *Creating markets for eco-labelling: are consumers insignificant?* International Journal of Consumer Studies 2006 30 (5), 477–489.
20. CELSO AUGUSTO DE MATO, CARLOS ALBERTO VARGAS ROSSI. (2007) *Consumer reaction to product recalls: factors influencing product judgement and behavioural intentions*. Department of Marketing, Federal University of Rio Grande do Sul (UFRGS), School of Management (PPGA-EA), Porto Alegre, Rio Grande do Sul, Brazil. International Journal of Consumer Studies Nr.31 p. 109–116
21. ELKINGTON J. (1998) *Cannibals with forks: the triple bottom line of 21st century business*. Gabriola Island BC: New Society Publishers, p. 407 ISBN – 0865 7139 28
22. GENEVIČIŪTĖ, Nijolė; VASILJEVAS, Aleksandras. (2003) *Vartotojų elgsenos pokyčiai verslo etikos kontekstuose: nauji epochos iššūkiai įmonėms. „Tilta“ priedas Nr.13 Transformacijos Rytų ir Centrinėje Europoje*. ISSN 1648-3979 p. 152 -163
23. Lietuvos Respublikos Ūkio Ministerija. (2006) *Ekoženklavimo bei Europos bendrijos aplinkosaugos vadybos ir audito sistemos (EMAS) galimybių studija*.
24. LOHRIE, A.; MERCAS, J. *Socialinė atsakomybė prekyboje – praktinė Otto Versand patirtis, ypač atsižvelgiant į SA8000*
25. WEIBMANNAS, N., (2002) *Nuo prekių ženklavimo kompanijos į socialinės vadybos sistemą – etinių tikslų operacionalizavimas įmonėms ir vartotojams. Įmonių etika verslo praktikoje*. Vilnius: VUKhf Verslo etikos centras.

26. STASILĖ ZNUTIENĖ, ES ir Lietuvos aplinkos apsaugos prioritetai, Europos informacijos centre surekto seminaro pranešimams.
27. ULRICH WIELAND, ULF JOHANSSON, Environmental protection expenditure in accession countries ( 1996 – 2000) Luxembourg: Office for Official Publications of the European Communities, 2002, p. 98, ISBN 92-894-4372-3
28. LARS H. GULBRANDSEN, Creating markets for eco-labelling: are consumers insignificant? *The Fridtjof Nansen Institute, Lysaker, Norway*. International Journal of Consumer Studies, 30 , 5, September 2006, p477–489
29. RASA USELYTĖ, Europos Sąjungos integruotos gaminių politikos reikšmė Lietuvai, *KTU Aplinkos inžinerijos institutas, Aplinkos tyrimai, inžinerija ir vadyba*, 2001.Nr.2(16), P.86-89
30. GODA KULIEŠYTĖ, KĘSTUTIS NAVICKAS, Žaliųjų pirkimų gairės, prekių ir paslaugų kriterijai, „Europos namai“, 2007, ISBN 978-9955-696-03-2
31. VIDA RUTKOVIENĖ, GERDA GARLIAUSKIENĖ, Ekologiškų maisto produktų paklausą lemiantys veiksniai, *Žemės ūkio mokslai*, T 14, Nr.2, 2007, p.66-71
32. ALEKSANDRAVIČIUS A., Ekologiškai švarių žemės ūkio produktų rinkos plėtros perspektyvos, Lietuvos integracija į Europos Sąjungą: žemės ūkio uždaviniai ir mokslo vaidmuo. Vilnius, 1999, p.96-97
33. DAIVA KŠIVICKIENĖ Ekologiški produktai. Vartotojų vertinimai, *Žemės ūkis*, 2006 06 01, p. 24-25
34. LR Vyriausybės nutarimas Nr.692, 2005m. 06 23d. *Dėl ilgalaikės (iki 2025 metų) Lietuvos transporto sistemos plėtros strategijos patvirtinimo*.
35. LR aplinkos ministro įsakymas Nr. D1-317, 2004 m. birželio 8 d *Informavimo apie aplinką ir lietuvių gyventojų aplinkosauginio švietimo skatinimo programa*
36. 2007–2013 m. Ekonomikos augimo veiksmų programa. Vilnius, 2006 m. spalio 5 d.
37. Statistikos departamentas prie Lietuvos Respublikos Vyriausybės. Gamtos išteklių ir aplinkos apsauga 2005. Vilnius, 2006. Psl. 54-59;
38. Antrinių žaliavų perdirbimo plėtros prioritetų ir priemonių 2009–2013 metams studija.
39. „Ekologiškų žemės ūkio ir maisto produktų ženklinimo ir ekologiškų žemės ūkio ir maisto produktų ženklo naudojimo tvarkos aprašas Lietuvos Respublikos žemės ūkio ministro 2009 m. sausio 6 d. įsakymas Nr. 3D-2
40. The World Energy Book. Issue two, Section 4, Energy statistics: Coal and electricity usage per capita. United Kingdom, August 2006;  
(www.worldenergybook.com)



41. Europos Sąjungos gėlė [interaktyvus]. [žiūrėta 2008m. gruodžio 01]. Prieiga per internetą <<http://www.vartotojai.lt/lt/13/pbl123.html>>
42. Aplinkai naudingų pirkimų skatinimas kauno regione [interaktyvus]. [žiūrėta 2008m. gruodžio 01]. Prieiga per internetą <<http://www.krda.lt/eko/ekomarks>>
43. Nebandyta su gyvūnais [interaktyvus]. [žiūrėta 2008m. gruodžio 01]. Prieiga per internetą <[http://en.wikipedia.org/wiki/Animal\\_testing#Cosmetics\\_testing](http://en.wikipedia.org/wiki/Animal_testing#Cosmetics_testing)>
44. PETA [interaktyvus]. [žiūrėta 2008m. gruodžio 16]. Prieiga per internetą <<http://www.peta.org>>
45. Vandens lelija [interaktyvus]. [žiūrėta 2008m. gruodžio 15]. Prieiga per internetą <<http://www.vartotojai.lt/lt/13/pbl123.html>>
46. Mėlynasis angelas [interaktyvus]. [žiūrėta 2008m. gruodžio 15]. Prieiga per internetą <<http://www.bleuer-engel.de>>
47. Žaliasis taškas [interaktyvus]. [žiūrėta 2008m. gruodžio 15]. Prieiga per internetą <<http://www.zaliastaskas.lt>>
48. AccountAbility 1000 standard [interaktyvus]. [žiūrėta 2008m. kovo 22] Prieiga per internetą <<http://www.accountability21.net/aa1000/default.asp?pageid=286#>>
49. SocialAccountAbility 8000 standard [interaktyvus]. [žiūrėta 2008m. kovo 22]. Prieiga per internetą <<http://www.dnv.lt/certification/corporatesocialresponsibility/socialaccountability/SA8000.asp>>.
50. Eco-labeling [interaktyvus]. [žiūrėta 2008m. balandžio 20]. Prieiga per internetą <<http://www.eco-label.com/lithuanian>>
51. Eco-labeling [interaktyvus]. [žiūrėta 2008m. balandžio 20]. Prieiga per internetą <<http://www.pe-international.com>>
52. Eco-labeling [interaktyvus]. [žiūrėta 2008m. balandžio 20]. Prieiga per internetą <<http://europarl.europa.eu>>.
53. Global recycling network [interaktyvus]. [žiūrėta 2008m. balandžio 20]. Prieiga per internetą <<http://grn.com>>
54. „Ekologiškų produktų kainos Lietuvoje didėja“ [interaktyvus]. [žiūrėta 2009m. kovo 3]. Verslo Žinios 2009.02.17 Prieiga per internetą <http://www.vz.lt>
55. Ekologinis žemės ūkis [interaktyvus]. [žiūrėta 2009 02 15]. Prieiga per internetą <<http://www.zum.lt/lt/teisine-informacija/isakymai/4452/>>

## Lietuvos aplinkosauginės politikos SSGG analizė

Stiprybės	Silpnybės	Galimybės	Grėsmės
<p>1. Teikiama finansinė parama aplinkosauginiams investiciniams projektams;</p> <p>2. Tobulinama teisinė aplinkosaugos bazė.</p> <p>3. Susiformavo patirtis ir išaugo kompetencija.</p> <p>4. Ilgalaikėje Lietuvos transporto sistemos plėtros strategijoje patvirtinta darni transporto plėtra suderinta su aplinkosaugine Lietuvos politika.</p> <p>5. Sukurta sistema informuojanti vartotojus apie ekologiškus produktus.</p> <p>6. Remiant aukštų technologijų sektorių vystymąsi bei skatinant tradicinių sektorių įmones diegti inovacijas ir įsigyti naujas technologijas, tikimasi sumažinti energijai imlių ir aplinką teršiančių pramonės sektorių dalį.</p> <p>7. Pradėta diegti antrinių žaliavų surinkimo iš gyventojų konteinerinė sistema.</p> <p>8. Nustatytas pakuočių atliekų naudojimo ir perdirbimo užduotis, Lietuvoje gamintojams ir importuotojams nustatyta pareiga tvarkyti pakuočių atliekas.</p>	<p>1. Valstybiniu mastu nėra vienos institucijos atsakingos už gamintojo atsakomybės sistemos efektyvumo analizę bei sistemos tobulinimą.</p> <p>2. Turi būti sudaryta galimybė maždaug 15 procentų transportui skiriamų degalų poreikio tenkinti gaminant biodyzeliną ir bioetanolį.</p> <p>3. Lietuvoje mažai nuosavų gamtinių išteklių, trūksta galimybių apsirūpinti pigiais ištekliais, o pagrindinė silpnybė - didelė priklausomybė nuo energijos išteklių, gaunamų iš vieno šaltinio.</p> <p>4. Lietuvoje energijos gamyba, tiekimas ir vartojimas yra nepakankamai efektyvūs, būdingas aukštas energijos intensyvumas.</p> <p>5. Dabartinė pakuočių atliekų tvarkymo sistema reikalauja griežtos kontrolės.</p> <p>6. Ekologiškų produktų įsigyti tampa vis brangiau.</p> <p>7. Nepakankamai efektyviai informuojama ir šviečiama visuomenė.</p>	<p>1. Visuomenės ekologinio sąmoningumo augimas.</p> <p>2. ES ekologinės gamybos logotipas suteikia vartotojams galimybę pasitikėti jų vartojamo maisto ir gėrimų kilme bei kokybe.</p> <p>3. Patvirtintas dokumentas, kuris leis Europos Sąjungos ekologiniam ūkininkavimui padaryti didelį šuolį į priekį.</p> <p>4. Lietuvai būtina pasinaudoti savo geografine padėtimi, kuri yra labai palanki energijos srautų tranzitui, ir integruoti savo energetines sistemas į Skandinavijos ir/arba Vakarų Europos energetines sistemas.</p> <p>5. Be anglies emisijų ribojimo mažinti anglies sunaudojimą galima įvedant anglies mokesčius, skatinant taupyti energiją, kontroliuojant žmonių populiaciją, gerinant anglies dioksido surinkimo saugyklas.</p> <p>6. Lietuvos gyventojai galėtų padėti spręsti globalinio atšilimo problemą savo gyvenvietėse įsirengdami mikro elektros jėgaines ir šildymo sistemas, kurių veikimo</p>	<p>1. Pasaulinė ekonominė krizė, verčia vartotojus rinktis pigesnius, nors ir ne tokius sveikus produktus.</p> <p>2. Mažiau rūpinamasi produktų atitikimu aplinkosauginiams standartams, nes svarbiau patenkinti pagrindinius žmogaus poreikius.</p> <p>3. Investicinių projektų finansavimo iš komercinių bankų trūkumas.</p> <p>4. Gresiančios baudos valstybei už aplinkosauginės politikos užduočių neįvykdymą;</p> <p>5. Svetainės eko.laei.lt populiarumas ir jos naudingumas priklausys nuo informacijos atnaujinimo bei papildymo.</p> <p>6. Atominė energetika yra priklausoma nuo importuojamo branduolinio kuro urano, panaudotų atliekų saugojimo šimtus metų būtinumo, taip pat visada išlieka avarijos, kurios pasekmės dėl radiacinio teršimo būtų žalingos Lietuvos populiacijai, galimybė.</p> <p>7. Jeigu savivaldybės nekels komunalinių atliekų tvarkymo įkainių, tada atsiranda</p>

		<p>mechanizmas pagrįstas ne iškastinio kuro, o atsinaujinančių energijos išteklių naudojimu.</p> <p>7. Kadangi Lietuvos Vyriausybė yra linkusi plėtoti atominę energetiką, tikėtina, kad iki 2010 m. 7% elektros energijos gaminti iš AEI, tačiau neviršys šio skaičiaus.</p>	<p>tikimybė, kad antrinės žaliavos iš gyventojų visai nebus surenkamos.</p>
--	--	---	---

Esu Vilniaus Universiteto magistro studentė. Rašau baigiamąjį magistrinį darbą ekologinio ženklavimo tema. Atlieku tyrimą, kuris man padės nustatyti, ekologinių ženklų panaudojimo perspektyvas ir kliūtis Lietuvoje. Lietuvoje toks tyrimas dar nėra atliktas, tad man svarbi Jūsų nuomonė. Tyrimas yra anoniminis, jo duomenys bus naudojami tik magistriniam darbui.

Ačiū už Jūsų laiką ir bendradarbiavimą!

1. Kas Jums būtų svarbiausia renkantis produktą? (kiekvieną savybę įvertinkite pagal svarbumą 4 balų sistemoje)

Savybės	Labai svarbu	Svarbu	Nesvarbu	Visiškai nesvarbu
Produkto kaina	4	3	2	1
Produkto kokybė	4	3	2	1
Produkto ekologiškumas	4	3	2	1
Produkto populiarumas	4	3	2	1
Kita.....	4	3	2	1

2. Kokiems produktams teikiate pirmenybę? (pažymėkite tinkantį atsakymą)

- Ekologiškai švariems (pereikite prie 3 klausimo)
- Pigiems (pereikite prie 4 klausimo)
- Neskirstau produktų, perku tai, ko reikia ir ką randu (pereikite prie 4 klausimo)
- Kokybiškiems (pereikite prie 4 klausimo)
- Garsių firmų (pereikite prie 4 klausimo)

3. Kokius ekologiškus produktus perkate? (pažymėkite visus tinkančius atsakymus)

- vaisius ir daržoves išaugintas ekologiškuose ūkiuose
- natūralių audinių drabužius
- produktus, pagamintus iš surinktų atliekų (popierių bilietams, sienų apmušalams, antrinio įpakavimo tarai, statybinėms medžiagoms ir kt.)
- produktus, kurie mažiau kenkia aplinkai (tyliai veikiančius elektros variklius, šaldymo agregatus be halogeno, mašinų movas be asbesto)
- produktus, kurie užtikrina energetinių išteklių taupymą, o tuo pačiu mažina atmosferos ir kitą aplinkos taršą (gerai šilumą sulaikančius daugiasluoksnius langų paketus, el. energijai neimlias lempas)
- kita.....

4. Ar pastebėjote aplinkosauginius ženklus rinkdamiesi prekes Lietuvoje? (pažymėkite visus tinkančius atsakymus)

- Nepastebėjote jokių aplinkosauginių ženklų
- „Europos Sąjungos gėlė“  „Ekoagros“  „Mėlynasis angelas“  „Žalioji taška“



5. Ar Jums užtenka informacijos apie ekologiškus produktus ir jų naudingumą?

Taip  Ne

7. Jūsų lytis  Vyras  Moteris

8. Jūsų amžius  iki – 18m.  19 – 25m.  26 – 40m.  41 – 60m.  61m. – ir daugiau

9. Jūsų išsilavinimas  vidurinis  profesinis  aukštesnysis  nebaigtas aukštasis  aukštasis

10. Kokios yra pajamos vienam šeimos nariui per mėnesį (NETO)?

iki 500Lt  501 – 1000Lt  1001 – 2000Lt  2001Lt ir daugiau

Ačiū už bendradarbiavimą!

**Ekologiškų produktų kainos Lietuvos mažmeninės prekybos centruose 2008 m. sausio – 2009 m. sausio mėn. Lt**

Produktas	Matavimo vnt.	2008		2009	Pokytis %	
		sausis *	gruodis	sausis	mėnesio **	metų ***
Pienas (2,5%)	1 l	3,99	3,99	4,33	8,52	8,52
Grietinė (25%)	200 g	-	2,31	2,27	-1,73	-
	350g	-	3,43	3,50	2,04	-
Natūralus jogurtas (4,2%)	350 g	2,49	2,49	2,55	2,41	2,41
	130 g	1,14	1,14	1,14	0,00	0,00
Jogurtas su priedais (3,5%)	130 g	1,19	1,19	1,24	4,20	4,20
	350 g	2,99	2,99	3,02	1,00	1,00
Puskietis sūris	1 kg	35,24	35,24	38,45	9,11	9,11
Jautienos kumpis be kaulo	1 kg	-	32,99	34,89	5,76	-
Jautienos vidinė išpjova	1 kg	-	73,32	86,99	18,64	-
Malta jautiena	1 kg	-	16,99	18,66	9,83	-
Juoda duona	1 kg	6,58	6,93	7,24	4,47	10,03
Balta duona	1 kg	-	7,07	7,22	2,12	-
Batonas	1 kg	-	5,47	5,83	6,58	-
Avižių kruopos	1 kg	3,80	4,86	5,23	7,61	37,63
Manų kruopos su selenėlėmis	1 kg	4,00	3,88	4,45	14,69	11,25
Grikių kruopos	1 kg	4,99	5,60	5,60	0,00	12,22
Kvietinės kruopos	1 kg	2,55	3,61	3,71	2,77	45,49
Miežių kruopos	1 kg	2,74	3,42	3,44	0,58	25,55
Perlinės kruopos	1 kg	2,55	4,11	3,82	-7,06	49,80
5 grūdų košė	1 kg	2,66	3,49	3,38	-3,15	27,07
Žirniai	1 kg	2,86	3,15	3,38	7,30	18,18
Kakaviniai javainiai	150 g	-	2,87	2,87	0,00	-
Bulvės	1 kg	2,99	3,43	3,30	-3,79	10,37
Morkos	1 kg	-	4,10	4,05	-1,22	-
Burokėliai	1 kg	3,24	3,21	3,47	8,10	7,10

\* reprezentacinės Kauno m.

\*\* lyginant 2009 m. sausį su 2008 m. gruodžiu

\*\*\* lyginant 2009 m. sausį su 2008 m. sausiu

Miestai	Darbingo amžiaus gyventojų skaičius
Vilnius	356789
Kaunas	240206
Kliaipėda	124079
Šiauliai	85177
Panevėžys	74940

#### 4 PRIEDAS

Esu Vilniaus Universiteto magistro studentė. Rašau baigiamąjį magistrinį darbą ekologinio ženklavimo tema. Atlieku tyrimą, kuris man padės nustatyti, ekologinių ženklų panaudojimo perspektyvas ir kliūtis Lietuvoje. Lietuvoje toks tyrimas dar nėra atliktas, tad man svarbi ekspertų nuomonė. Tyrimas yra anoniminis, jo duomenys bus naudojami tik magistriniam darbui.

Ačiū už Jūsų laiką ir bendradarbiavimą!

1. Kokie veiksniai skatina ūkio subjektus taikyti ekoženklimą? (kiekvieną savybę įvertinkite pagal svarbumą 4 balų sistemoje)

Veiksniai	Labai skatina	Skatina	Neskatina	Visiškai neskatina
Darnaus vystymosi pokyčiai, vykstantys visuomenėje	4	3	2	1
Griežtėjantys teisiniai reikalavimai	4	3	2	1
Didėjantys verslo partnerių aplinkos apsaugos reikalavimai	4	3	2	1
Galimybė gerinti įmonės įvaizdį	4	3	2	1
Galimybė mažinti žaliavų ir energijos sąnaudas	4	3	2	1
Galimybė mažinti atliekų tvarkymo išlaidas	4	3	2	1
Didėjanti ekologiškų gaminių paklausa	4	3	2	1
Padidėjęs konkurencingumas	4	3	2	1
Inovacijų skatinimas	4	3	2	1
Darbo sąlygų gerinimas ir nelaimingų atsitikimų mažinimas	4	3	2	1
Vyriausybės ir vietos valdžios institucijų rengiami „žalieji“ pirkimai	4	3	2	1
Kita.....	4	3	2	1

2. Kokie veiksniai stabdo ūkio subjektus taikyti ekoženklimą? (kiekvieną savybę įvertinkite pagal svarbumą 4 balų sistemoje)

Veiksniai	Labai stabdo	Stabdo	Nestabdo	Visiškai nestabdo
Patirties stoka	4	3	2	1
Griežtėjantys teisiniai reikalavimai ekoženklimui	4	3	2	1
Visuomenės informuotumo stoka apie ekoženklimą	4	3	2	1
Teisinės ir institucinės bazės trūkumai	4	3	2	1
Ekologiškų produktų asortimentas Lietuvoje didėja	4	3	2	1
Ekologiški produktai yra brangesni	4	3	2	1
Pasaulinė ekonominė krizė	4	3	2	1
Investicinių projektų finansavimo iš komercinių bankų trūkumas	4	3	2	1
Kai reikalingi pastovūs bandymai ir matavimai, reikia vesti žurnalą su bandymų rezultatais ir atitinkamais dokumentais.	4	3	2	1
Nėra jungiamosios grandies tarp augintojų, perdirbėjų ir vartotojų	4	3	2	1
Visos su aplinkosauginių įstatymų įgyvendinimu susijusios priemonės didina įmonių išlaidas	4	3	2	1
Kita.....	4	3	2	1

3. „Žaliojo taško“ kaip ekologinio ženklo privalumai (įvertinkite balais nuo 6 – didžiausias privalumas iki 1- mažiausias privalumas)

- sukurta visa reikalinga teisinė bazė
- veikia visa šio ekoženklavimui suteikimo sistema
- vartotojai informuoti apie šį ženklą
- ženklo naudojimas mažina atliekų tvarkymo išlaidas
- ženklo naudojimas gerina įmonės įvaizdį
- ženklo naudojimas mažina žaliavų ir energijos sąnaudas

4. „Žaliojo taško“ kaip ekologinio ženklo trūkumai (įvertinkite balais nuo 6 – didžiausias trūkumas iki 1- mažiausias trūkumas)

- ženklo žinomumas tarp vartotojų dar yra nepakankamas.
- mokamas įnašas nacionalinei pakuočių tvarkymo bendrovei
- ženklas nedidina produkto pardavimų
- ženklo naudojimas brangina prekę
- Patirties stoka
- Kita.....

5. Kokie svarbiausi švietimo apie Ekologinį ženklimą principai? (įvertinkite balais nuo 7 – svarbiausias iki 1 – mažiausiai svarbus)

- Subalansuotos plėtros – politika turi būti integruota į visų ūkio šakų, teritorijų, bendruomenių plėtotės programas
- Prevencijos – visuomenės aplinkosauginis švietimas nuo mažumės
- Valstybės išsipareigojimo – inveticinė sritis
- Informacijos viešumo – laiku pateikta, objektyvi, moksliška informacija apie produktus
- Nenutrūkstumumo – informacija pateikiama nuolat, ji atnaujinama
- Teisių ir pareigų vienybė – vartotojai turi ne tik pasinaudoti ekologiškų produktų privalumais, bet ir atlikti pareigas (pvz. Perdirbamas pakuotes mesti į specialius konteinerius)
- Partnerystės ir bendradarbiavimo – švietimas turi būti demokratiškas, bendradarbiaujant visuomenei, valstybei ir suinteresuotoms šalims.

6. Kodėl ekologiniai ženklai nėra populiarūs Lietuvoje?

---

---

---

---

---

---

---

---

7. Ar valstybė galėtų prisidėti prie ekologinių ženklų populiarinimo, kaip?

---

---

---

---

---

---

---

---

8. Kaip manote, kokios sritys yra problematiškiausios diegiant ekologinius ženklus? (įvertinkite balais nuo 6 – didžiausia problema iki 1 – mažiausia problema)

- informacijos stoka
- lešų stoka
- įmonių nesuinteresuotumas
- teisinės ir institucinės bazės trūkumai
- Kita.....
- Kita.....

9. Kokius galėtumėt pateikti ekologinių ženklų diegimo ir populiarinimo pasiūlymus?

---

---

---

---

---

---

---

---

10. Kokios ekologinio ženklavimo perspektyvos Lietuvoje?

---

---

---

---

---

---

---

---

11. Kokią organizaciją atstovaujate?

- LR Aplinkos ministerija
- Lietuvos žaliųjų judėjimas
- Aplinkos apsaugos agentūra
- Ozonas – ekologiškas gidas
- Kita.....

Ačiū už Jūsų laiką ir bendradarbiavimą!