

TDK-DOLGOZAT

2023



Pannon Egyetem
Gazdaságtudományi Kar
Tudományos Diákköri
Konferencia
2023



**A CSOMAGOLÁS JÖVŐJE, AVAGY LÉTEZIK-E JÖVŐ A
HAGYOMÁNYOS CSOMAGOLÁSOK SZÁMÁRA?**

Készítette: Jónás Réka

Témavezető: Bedő Evelin, Dr. Palányi Ildikó

GKZ, Pannon Egyetem Zalaegerszegi Egyetemi Központ

2023.11.10.

Tartalomjegyzék

1. Bevezető	1
2. Mi is az a csomagolás?	3
2.1 Történelmi áttekintés	3
2.2 Kormányrendelet által meghatározott fogalma, funkciói	4
2.3 A csomagolás különböző környezetekben életciklusa során	5
2.4 A csomagolás funkciói	6
2.5 Csomagolások fajtái logisztikai szempontból.....	7
2.6 Csomagolás vizsgálata marketing szempontok alapján.....	9
2.6.1 A színhasználat fontossága a marketingben.....	9
2.6.2 Esztétikum.....	12
2.6.3 Emlékezetes/ szimbolikus forma	12
2.6.4 Arculat és a csomagolás kapcsolata	13
2.7 Csomagolások anyag szerinti típusai.....	13
2.7.1 Papír/ hullámpapír csomagolóeszközök	13
2.7.2 Fa csomagolóanyagok.....	14
2.7.3 Textil alapanyagú csomagolók.....	15
2.7.4 Üvegek	15
2.7.5 Fém csomagolóanyagok.....	16
2.7.6 Műanyagok	16
3. A csomagolóanyagok és a környezetszennyezés	17
3.1 Mi történik a csomagolóanyagokkal miután a szemetesbe kerülnek?	17
3.2 Csomagolási statisztika (energiafelhasználási- és hulladék statisztika)	18
4. Az optimális csomagolóanyagok jellemzői.....	21
5. Napjainkban ismert csomagolási alternatívák.....	22
5.1 Hínár alapú csomagolóanyag.....	23
5.2 A Mars áttér a papírcsomagolásra.....	23
5.3 Környezetbarát vízben oldódó műanyagok	24
6. Opciók a csomagolás csökkentésére	25
6.1 A csomagolásmentes boltok. Nyitott a társadalom erre?	25
6.2 Díjszabályozás a csomagolóanyagoknál.....	26

7. Kutatás és eredmények	27
7.1 Primer kutatás	27
7.1.1 Kvantitatív kutatás	28
7.1.2 Kvalitatív kutatás-mélyinterjú	37
7.1.3 Eredmények	41
8.Összegzés	44
9. Irodalomjegyzék	47

Ábra- és táblázatjegyzék

1. ábra Csomagolások típusai.....	5
2. ábra Életciklus modell.....	5
3. ábra 9-M elve	7
4. ábra Kozmetikum példa a piros színre	9
5. ábra: Piros márka jelzés példa.....	9
6. ábra Csomagolás példa a sárga színre	10
7. ábra Sárga Logo példa.....	10
8. ábra Zöld csomagolás példa	10
9. ábra Lila Csomagolás példa	10
10. ábra Kék csomagolás példa	11
12. ábra Csomagolás példa a fekete-fehér kombinációra.....	11
11. ábra Fekete csomagolás példa	11
13. ábra Csomagolás fajták anyag szerint	13
14. ábra Papír csomagolások.....	14
15. ábra Fa csomagolások	14
16. ábra Textil csomagolások	15
17. ábra Üveg csomagolás.....	15
18. ábra Fém csomagolás	16
19. ábra Műanyag csomagolás	16
20. ábra Műanyag csomagolás	16
21. ábra A csomagolási hulladékok kezelésének lehetőségei.....	17
22. ábra Energiafelhasználás csomagolástípusok szerint.....	19
23. ábra Egy főre jutó csomagolási hulladék az EU-ban	19
24. ábra Egy főre jutó csomagolási hulladék MO. és EU	20

25. ábra A csomagolási hulladék hasznosítási arányának változása Mo. és EU	20
26. ábra Felesleges csomagolóanyag használat.....	22
27. ábra Hínár alapú csomagolások.....	23
28. ábra Vízben oldódó műanyagok.....	24
29. ábra Kérdőív válaszadóinak korosztályos bontása.....	28
30. ábra Milyen lépéseket tesz a környezetvédelem érdekében?	29
31. ábra Fontosnak tartja a környezetvédelmet?	29
32. ábra Járt már csomagolásmentes üzletben?.....	30
33. ábra Melyik üzletet preferálja?.....	31
34. ábra Aki járt már csomagolásmentes üzletben melyiket preferálja?	31
35. ábra Jó dolognak tartja-e, hogy a legtöbb üzletben csak díj ellenében kaphat zacskót?	32
36. ábra Bevásárlások alkalmával saját csomagolóanyagot használ?	33
37. ábra Milyen termék esetén használ saját csomagolóanyagot?	34
38. ábra Ismer alternatív csomagolást?	34
39. ábra Le lehet cserélni a csomagolóanyagokat?	35
40. ábra Befolyásolja-e a csomagolás megjelenése?.....	36
1. táblázat Kutatás általános jellemzői	28

1. Bevezető

Mottó: „a csomagolás akkor jó, ha a jelenleginél erősebb, olcsóbb, nem foglal helyet és használat után magától eltűnik.”/ Böröcz Péter és Mojzes Ákos A csomagolás jelentősége a logisztikában¹

TDK kutatásom témájának a napjainkban nagyon felkapott témát választottam, ami a csomagolások időszerűségén alapszik. Van-e jövője, avagy kiveszőben vannak-e a hagyományos csomagolások? Valamint arra is kíváncsi voltam, hogy a csomagolások jövője esetén a gazdasági, avagy a fenntarthatósági szempontok kerülnek előtérbe? Különböző szempontok alapján vizsgáltam a csomagolások tulajdonságait, köztük kiemelt módon a marketing szempontokat is. A marketing szempontok vizsgálatakor, nagyon érdekes eredményeket kaptam a csomagolásokkal kapcsolatba hozható befolyásolhatóságra a vásárlók esetén. Kvantitatív és kvalitatív módszereket is alkalmaztam kutatásom során, amiben minden korosztály véleményére kíváncsi voltam. Amellett, hogy létezik-e jövő a csomagolások számára, érdeklődöm afelé is, hogy miért is szükségesek és milyen igényeket elégít ki egy-egy csomagolóanyag? Mi az, ami miatt annyira ragaszkodunk hozzá, akkor is amikor tisztában vagyunk vele, hogy mennyire haszontalan sok esetben és emellett nem is fenntartható? Fontosnak tartom, hogy olyan témákkal foglalkozzunk, ami a mindennapi életben előnyünkre válhat, egyre gyakrabban találjuk magunkat szemben a környezetszennyezés káros hatásaival, amihez a csomagolóanyagok felelőtlen használata sem segít hozzá. Ezért is kerestem olyan témát, ami napjainkban nagyon aktuális, de még sincs rá elegendő hangsúly fektetve. A közösségi médiában, tv-ben, plakátokon egyre többet hallunk a fenntarthatóságról, melynek része a csomagolás hatékony használata is. A környezetvédelem kapcsán rengeteg kérdés felmerülhet azzal kapcsolatban, hogy hogyan lehetne a csomagolóanyagok mennyiségét csökkenteni, kivonni mindennapjainkból? Elsőre nem tűnik túl bonyolultnak, azonban, ha jobban belegondolunk, rengeteg csomagolóanyagot használunk nap mint nap és legtöbb esetben csak megszokásból, teljesen feleslegesen. Ezek a számok könnyen redukálhatóak lehetnének, ha mindenki kicsivel jobban odafigyelne a mindennapokban, valamint a jelenleg egyre felkapottabb alternatívákat használná. Valószínűnek tartom, hogy elsőre, ha a

¹ Transpack csomagolási anyagmozgatási magazin 8:(2) pp. 28-32. (2008)

környezetvédelemre gondolunk, akkor nem az jut eszünkbe, hogy túl sok csomagolóanyagot használunk, pedig, ha csak a csomagolóanyagokat zárnánk ki életünkéből, már akkor nagyban hozzájárulnánk a Föld élhetőbbé tételéhez és véleményem szerint ez csupán egy elhatározáson, megszokáson múlik. Kutatásom során külön kitérek a jelenleg legnépszerűbb opciókra, valamint megvizsgálom a társadalmi szokásokat is ebben a témában. Úgy gondolom minél többet foglalkozunk az aktuális témákkal, annál több emberhez jut el és talán egyre többen is fognak vele foglalkozni. Fontos, hogy odafigyeljünk a környezettudatosságra, hogy ne pazaroljuk el a Föld erőforrásait. Sokan nem is ismerik a különböző alternatívákat, nem nyitnak az új dolgok fel, pedig minden kis lépés előbbre visz minket. Különböző kampányok is létrejöttek már ennek elősegítésére, megoldására. Azonban ahogy az éremnek, úgy ennek a témának is két oldala van, az egyik oldal, akik csökkenteni vagy megszüntetni szeretnék a csomagolásokat, a másik oldal pedig akiknek a csomagolások által nagyobb bevételük származik a csomagolóanyaggyártók és az eladók, akiknek a célja a minél nagyobb mennyiségű bevétel megszerzése, amihez a csomagolások is nagymértékben hozzájárulnak. Kutatásom során a csomagolóanyaggyártók szemszögét is mélyinterjú keretében vizsgálom, olyan szempontok alapján, amelyből szeretnék következtetéseket levonni, hogy milyen mértékű a visszaesés, érzékelhető-e, milyen kilátások vannak, van-e számukra „B” opció, amire átállnak, ha lecsökken a kereslet mértéke? Vagy egyáltalán számítanak-e visszaesésre? Alkalmaznak-e valamiféle fenntartható megoldást, valamint a vásárlói igényekre is kitérek. A csomagolások mindig is szükségesek voltak és a jövőben is nélkülözhetetlenek lesznek, különböző, de annál fontosabb indokok miatt, mint például a szállíthatóság, védelmi szempontok, információ hordozás és marketing szempontok miatt is.

2. Mi is az a csomagolás?

A csomagolás multidiszciplináris terület, mely több vállalati divízió együttes munkája során alakítható ki. (Paine, 1990) A csomagolást több szempont alapján határozzuk meg, emiatt nehéz meghatározni konkrét módon a fogalmát, mi is az valójában, minden terület más-más szempont alapján értelmezik és tekintenek rá. Ha megemlítjük azt a szót, hogy csomagolás az emberek többségének csupán a műanyagok, kartondobozok, zacskók jutnak eszünkbe, maga a fizikai termék, azonban ez annál sokkal többet jelent. A csomagolások az élet minden területén jelen vannak, csak jobban végig kell gondolni funkcióit, tulajdonságait, megjelenési helyeit tekintve. A csomagolások elemzése nem egyszerű feladat mert nagyon sok szempontot kell figyelembe venni vizsgálatuk esetén.

Különböző fajtákat különböztetünk meg logisztikai szempontból, anyag alapján, környezetvédelmi szempontból, valamint funkcióit tekintve is. Egy-egy terméket különféle módon szükséges becsomagolni, így nem kezelhetjük őket egyformán. Egy csomagolásnak, ami a boltok polcaira kerül, szigorú törvényeknek, előírásoknak is meg kell felelniük.

2.1 Történelmi áttekintés

7000 évvel ezelőtt is már jelen voltak a csomagolások, ha ez elsőre hihetetlennek is tűnik, mégpedig Egyiptomban. Mégpedig a fahordókat Egyiptomban találták fel a középkorban különféle élelmiszerek tárolására. Könnyen hasznosítható volt mind szilárd, mind pedig folyadékok esetén is. Az első fém doboz a csomagolások körében 1866-ban készült el az Egyesült Államokban. A flexibilis, valamint a további fém anyagból készült csomagolásokat elsősorban fogkrémek tárolására kezdték hasznosítani 1890- es évektől, ekkor még nem alkalmazták őket ételek tárolására, ez csupán az 1960-as évektől jelent meg az ételek esetén, a maihoz hasonló konzervdobozok képében. Az ipari forradalom hatásaként, a tömegtermelés következtében egyre nagyobb szükség volt a csomagolóanyagokra, olyanra, ami rövid időn belül előállítható és használatra kész. Az 1870-es években rájöttek a papírzacskók szükségességére, praktikusságára, ezért létre is hoztak egy ehhez szükséges gépsort. A papírzacskót egy speciális ragasztási technológia segítségével állították elő, majd ezt továbbfejlesztve egy brooklyni gyártó feltalálta a kartondobozokat is. Ez a találmány az akkori korban rendkívüli előretörésnek számított, nagyban elősegítette a termelést. A 20. század is tartogatott még más csomagolástípusokat. Ekkor jelentek meg a celofánok is, amik a műanyagok korának kezdetét jelentették. Az amerikai polgárháború idején találták fel az

ügynevezett celluloidot, egy pályázati kiírás miatt, mégpedig az elefántcsont hiánya miatt. Az Egyesült Államokban egy cég 10 000 dolláros jutalmat ajánlott fel, aki kitalál valami alternatívát az elefántcsont helyettesítésére. Ez a pályázat sikeresnek bizonyult egy New York-i testvérpár bemutatták a felfedezett anyagukat. Az első műanyagot Londonban mutatták be, mégpedig 1862-ben a Nagy Nemzetközi Vásáron. 1933-ban fedeztek fel egy olyan anyagot (polietilént), ami később a műanyag zacskók, fóliák előállításában nagy szerepet játszott. A csomagolások felfedezése során, olyan felfedezések is születtek, amik Nobel-díjat érdemeltek, mint például 1953-ban Staudiger textil és műanyag előállítása, ami nagyon praktikus, könnyen kezelhető csomagolóanyagot biztosított.

2.2 Kormányrendelet által meghatározott fogalma, funkciói

A csomagolásokra termékkategóriánként külön-külön alkalmaznak szabályozásokat, jogszabályokat, törvényeket, kormány- és minisztériumi rendeleteket, mint például külső megjelenésre, anyagra és információ hordozásra vonatkozóan is.

Itt kiemelném az alábbi kormányrendeletet, ami meghatározza a csomagolás általános fogalmát és azt is, hogy mire terjed ki a rendelet hatásköre szabályozás tekintetében.

„442/2012. (XII. 29.) Korm. rendelet

1. § (1) A rendelet hatálya kiterjed

- a) a Magyarország területén forgalmazott termék csomagolására és a csomagolási hulladékra,*
- b) a csomagolás visszavételére, valamint*
- c) a csomagolási hulladék átvételére.*

A kormányrendelet által meghatározott fogalom a csomagolásra: valamennyi olyan, bármilyen tulajdonságú anyagból készült termék, amelyet áru tartására, megóvására, átadására, átvételére, szállítására, valamint bemutatására használnak, beleértve minden árut a nyersanyagoktól kezdve a feldolgozott árucikkéig, továbbá az ugyanilyen célra használt egyutas árucikkéig; csomagolás lehet: fogyasztói vagy elsődleges csomagolás, gyűjtő- vagy másodlagos csomagolás, szállítási vagy harmadlagos csomagolás. (A kormányrendelet teljes egészében a mellékletben olvasható.) A harmadlagos csomagolás mellett egy negyedleges csomagolást is megkülönböztetünk, ami pedig maga szállító eszköz. Negyedleges csomagolás leginkább nemzetközi kereskedelem során jelenik meg, ezért talán a leggyakoribb példa a tengeri szállítás során használt konténerek.”² (1.ábra)

² <https://net.jogtar.hu/jogszabaly?docid=a1200442.kor> Letöltés: 2023.11.06. 17:10

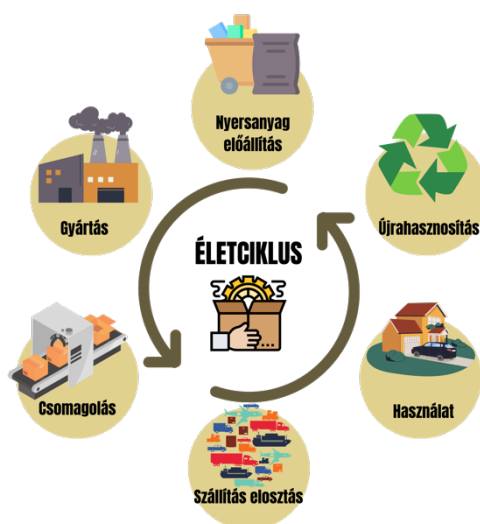


1. ábra Csomagolások típusai
 Forrás: saját szerkesztés

2.3 A csomagolás különböző környezetekben életciklusa során

A csomagolás életciklusa talán a nyersanyagoknál indul, amiből csomagolási alapanyag készül, azán maga a csomagolás és ideális esetben újra nyersanyaggá válik. Azonban ezalatt több esetben is meg kell, hogy feleljen az elvárt minőségnek.

Az életciklus-elemzés a menedzserek segítik munkájukban, hogy a legoptimálisabb típusát válasszák a csomagolásoknak, környezeti szempontból, azonban nem elég a jelenlegi helyzetet tekinteni, hanem a használat utáni életét is meg kell figyelni, szem előtt kell tartani a választás során. (2.ábra)



2. ábra Életciklus modell
 Forrás: Saját szerkesztés

Technikai, fizikai, emberi és klimatikus környezetről sem szabad megfeledkezni a tervezés során, mivel abban az esetben, ha bármelyik kihagyásra kerül a termék tervezésénél akár többletköltségek, minőségi hibák vagy a fogyasztók részéről negatív visszajelzés is születhet. A klimatikus környezet alatt az időjárást, hőmérsékletet, mikroorganizmusokat értjük, amiktől meg kell óvnia. terméket. Az emberi környezet a csomagolás életciklusa elejétől végig kíséri,

mivel nagy mértékben ők kezelik azokat. Emellett a kettő környezeti tényezőn kívül a technikai környezet is szerepet játszik, mivel eleget kell tenni gépesítés esetén is a feltételeknek. Felsorolásomban az utolsónak a fizikai környezetet hagytam, mivel talán itt található a legtöbb kockázati tényező, amire szükséges odafigyelni. Példának itt a terméket érő ütések hoznám fel, ami főként szállítás során érkezik, de ugyanúgy jelen lehet az előállítási és raktározási lépéseknél is. Továbbá az anyagkifáradás is nagyban hozzájárulhat a termék károsításához, ha nem megfelelő hangsúlyt fektetnek rá. A csomagolás életciklusa nem onnan kezdődik, amikor először a fogyasztókkal találkozik, ez már sokkal korábban elkezdett folyamatok eredményeképp jön létre. A tervezési folyamata egy terméknek, nem olyan egyszerű mint, ahogy az előre tűnhet.

2.4 A csomagolás funkciói

Az alábbiakban a csomagolás funkcióit mutatom be:

- Védelmi funkció: A terméket a minőségmegőrzés érdekében védeni kell a külső behatásoktól, környezeti hatásoktól. A termékvédelem mellett a környezet védelmét is a védelmi funkciókhoz sorolhatjuk. Tehát a csomagolásnak ezeket a szerepeket is betölteni szükséges.
- Logisztikai, kezelési funkció: Logisztikai szempontból rengeteg szempontrendszer különböztetünk meg. A logisztika a termékek életének kezdetétől jelen vannak és a csomagolások esetén is minden szegmensben szükség van rá különböző funkciók miatt. A csomagolásnak könnyen kezelhetőnek, mozgathatónak és raktározhatóknak kell lenni.
- Marketing funkció: A marketingnek talán az eladhatóság esetén van a legnagyobb szerepe, mivel a jó marketing hozzásegíti a terméket az eladási szám növeléséhez, azonban ez is elég bonyolult folyamat, sok tervezést igényel. A csomagolásnak olyannak kell lenni, ami egyedi, figyelemfelkeltő, megragadja a fogyasztók figyelmét.
- Információt közlő funkció: A csomagolásoknak különböző információkat is tartalmaznia kell, amik rendeletekben is meg vannak fogalmazva, mint például a tartalom, összetevők, minőség megőrzési idő.

2.5 Csomagolások fajtái logisztikai szempontból

A csomagolásnak, ahogy az előző részekben már említettem több formája létezik, de most jelen pontban logisztika szempontjából vizsgálom jobban meg. A csomagolási logisztikában létezik egy úgynevezett 9M-elv, ami a csomagolási logisztika legfontosabb elemeit tartalmazzák, amire odakell figyelni a tervezés során. (3.ábra) Ezek együttes vizsgálata szükséges a logisztikában.



3. ábra 9-M elve
Forrás: Saját szerkesztés

Valamint ezeken felül logisztikában is megkülönböztetünk különféle folyamathoz kapcsolódó eseteket, például: beszerzési-, termelési-, elosztási-, közlekedési-, környezetgazdálkodási- és hulladékgazdálkodási- logisztikát.

A beszerzési logisztikánál különböző tényezők játszanak szerepet a csomagolás kiválasztásánál, mint például az áru halmazállapota, méretei, mennyisége, tömege, fajtája alapján hova sorolható alapanyag, félkész vagy esetleg késztermék, valamint raktározási módja.

A csomagolás jelentősége a termelési - elosztási logisztikában legfőképpen az játszik szerepet, hogy az adott termék könnyen mozgatható, rakodható, szállítható legyen, a lehető legkisebb energiáfordítással, tehát, hogy ezek érvényesülni tudjanak, már a termékek tervezésénél nagy hangsúlyt kell fektetni rájuk. Fontos szem előtt tartani azonban, hogy a csomagolás ne legyen olyan értékű legyen, hogy az áruvédelem a végén meghaladja, a csomag összértékét, emiatt eladhatatlanná válik. Az alábbiak értelmében biztosak lehetünk abban, hogy a termelési-

elosztási logisztikában a csomagolás jelentősége hatalmas és nem elhanyagolható, valamint olyan logisztikát igényel, ami több szakterületet átfog.

A közlekedési logisztika szintén egy újabb területet jelent, ahol szükséges a csomagolások vizsgálata. Itt a legfőbb szempont, amire a legnagyobb hangsúly kerül az a környezeti hatások. A csomagolástervezésnél ügyelni kell arra, hogy a csomagok épségben odaérjenek a célhelyükre a termelési helyről, mindenféle külső vagy belső sérülés nélkül olyan minőségben, hogy az értékesítést ne gátolja meg az esetleges probléma.

A környezetgazdálkodási és hulladékgazdálkodási logisztika számomra a legfontosabb a kutatási témám miatt. Ennél a logisztikai ágánál a legjelentősebb szempont a környezetterhelés csökkentése, ezért a tervezésnél már nagy hangsúlyt kap a csomagolóanyag mennyisége, újrahasználhatósága, veszélyes hulladékok redukálása. Napjainkban olyan csomagolási módszereket próbálnak a gyakorlatban modellezni, mint például a többutas csomagok, azonban ez elsőre nagyon innovatívnak hangozhat, de közel sem olyan egyszerű, mint ahogy tűnik. Maga a fogalom sem mindennapi még számunkra, mivel Magyarországon még igen kezdetleges, próbaüzemmódban találkozhatunk csak vele. De mit is jelent ez valójában? A többutas csomagolóanyagok használati elképzelése azon alapul, hogy az egyszer már használt, kiszállított csomagolást visszaszállítják, majd újra használva más is ebben kapja a csomagját. Ha jobban belegondolunk mit is jelent ez valójában, nem is biztos, hogy a legjobb megoldások közé sorolnám, mivel ebben az esetben az üres csomagolóanyagot is vissza is kell szállítani, ami külön logisztikát jelent, valamint a jármű üzemanyagkibocsátása is igen környezetszennyező. Valamint a begyűjtés költsége könnyen meghaladhatja, az új csomagolás értékét is, emellett az ilyen fajta csomagolóeszközök sem örökéletűek, megsérülhetnek szállítás közben, szennyeződnek, előre nem meghatározható az élettartamuk, de nem biztos, hogy megéri őket begyűjteni, majd újra felhasználni azokat, itt is nagyban függ a csomagolások anyagától, típusától, hogy milyen módon érdemes velük továbbra is foglalkozni.

Összességében tehát itt is elmondható, hogy a törekvések megvannak, azonban, hogy ez a valóságban is elérhetővé tudjon válni és valóban környezetkímélőbb is, ahhoz még további fejlesztésekre van szükség ezen a téren, meg kell vizsgálni külön anyag és típus szerint, melyik milyen módon reagál, hogyan lehet őket a leghatékonyabb módszerekkel környezetkímélőbbé tenni. Azonban az is nagy előrelépés lehet, hogy vannak efelé próbálkozások, kutatások.

2. 6 Csomagolás vizsgálata marketing szempontok alapján

Napjainkban egyre több figyelmet kap egy termék esetén a csomagolás minősége, megjelenése. A megjelenés nagy szerepet játszik a marketingben, ami elősegíti az eladás eredményességét. Egy jó csomagolás felkelti a vásárlók figyelmét, kiemelkedik a többi termék közül. Ezeket a szempontokat a színhasználattal, formavilággal, valamint anyag használatával lehet befolyásolni. A szakirodalom nem egységes abból a szempontból, hogy a csomagolás egyszerre, vagy egyes elemei külön-külön befolyásolják-e a fogyasztókat. (Bloch, 1995) Természetesen minden termék esetén más-más elvárásokat helyezünk előtérben a csomagolással kapcsolatban egy pékáru, egy ruha vagy egy vegyi áru esetén is. Tapasztalataim alapján, az embereket nagyban lehet befolyásolni egy csomagolással is, ez kiderült a kérdőív válaszaiból is. Többen is azt a választ adták, hogy a parfüm vásárlásakor is hatást gyakorol a csomagolás külső megjelenése, holott egy parfüm esetén, az illatnak kellene dominálni, de mégis előbb levesznek a polcra egy igényesebb csomagolású terméket. A csomagolást szokták úgy is nevezni szakirodalomban is, hogy egy kommunikációs eszköz. Személyes tapasztalataim is azt bizonyítják, hogy gyakran a csomagolás külső megjelenése miatt döntök egy adott termék mellett, még ha az drágább is a másik, ugyanolyan típusú termékénél. Egy kutatás szerint a marketingmenedzserek 60 százaléka hiszi, hogy a dizájn egy új termékbevezetés legfontosabb eleme, míg az árat mindössze 17 százaléka tartotta a legfontosabb faktornak. (Bruce&Whitehead,1988)

2.6.1 A színhasználat fontossága a marketingben

A vizuális harmónia egyik eleme a színhasználat. A színhasználat során figyelembe kell venni az erősséget, árnyalatokat. Minden színnek megvan a maga jelentése, hogy milyen érzelmet vált ki az emberekből. Például befolyásolják a hangulatot, közvetlenül hatol a tudatunkba, élénkít és ingerel, a színek keltette benyomás tartós, valamint közvetlen asszociációt kelthet.

Néhány példa a színek jelentésére:

Piros: A figyelemfelkeltés legfőbb ismérve, erős érzelmeket vált ki, figyelmeztetések, tiltó táblák és akciók esetén is a piros szín dominál. Ha pirost színt látunk sürgetést érzünk magunkban.



4. ábra Kozmetikum példa a piros színre
Forrás: <https://shop.rossmann.hu>



5. ábra: Piros márka jelzés példa
Forrás: <https://www.coca-cola.com>

Sárga: Szintén figyelemfelkeltő, ezért több vállalat logójában is használatos, erőt ad, jókedvet, fiatalságot sugároz. Azonban ennek ellenére exkluzív és drága dolgok csomagolásához nem ajánlatos, nem illik hozzájuk.



6. ábra Csomagolás példa a sárga színre
Forrás: <https://ecofamily.hu>



7. ábra Sárga Logo példa
Forrás: <https://www.mcdonalds.com>

Zöld: Nyugalmat, békét sugároz. A természettel, egészséggel kapcsoljuk össze. Általában bio termékek esetén előszeretettel használják.



8. ábra Zöld csomagolás példa
Forrás: <https://www.kifli.hu/c300115480-bio-termek/akce/ano>,
<https://www.groby.hu/specialis-etrend/bio-termek>

Lila: A szín gazdagságot, bölcsességet szimbolizál, gyakran csomagolják lilába a kozmetikumokat, parfümöket, nemes és királyi szín is egyben.



9. ábra Lila Csomagolás példa
Forrás: <https://www.milka.hu/>, <http://parfumblog.hu/10-illat-a-lila-szin-jegyeben/>

Kék: Biztonságérzetet nyújt, viszont hideg színnek számít, a világosabb kék optimizmust, a sötétebb bölcsességet tudást szimbolizál.



10. ábra Kék csomagolás példa

Forrás: <https://www.spar.hu/onlineshop/bounty-kokuszos-szeletek-tejcsokoladeba-martva-2-x-285-g-57-g/p/1821000>, <https://www.nivea.hu/>

Fehér: A tökéletességet, tisztaságot jelképez. A minimalista stílus kedvelői gyakran használják weben, papíron vagy bútorban, valamint fehér köpenyben dolgoznak az orvosok, higiéniai termékeket előállítók is mivel a tisztaság jelentését hordozza magában.

Fekete: Eleganciát, ridegséget és erőt sugall. Gyakran kombinálják más színekkel például a piros-fekete kombináció erőt és tiszteletet mutat, fekete és fehér kombinációja az időtlen klasszikust jelenti, nagyon gyakran használják együtt arannyal vagy ezüsttel, ami pedig a luxust jelképezi.



12. ábra Fekete csomagolás példa

Forrás: <https://tisztashop.hu/product/perwoll-renew-repair-black-mosasz-45-mosas-27l/>



11. ábra Csomagolás példa a fekete-fehér kombinációra

Forrás: <https://benu.hu/shop/ultrablanc-fogkrem-feherito-75ml>

Ha figyelemfelkeltésre gondolunk a színek terén, akkor elsősre a harsány, élénk színek juthatnak eszünkbe. Azonban a csomagolás terén nem biztos, hogy ugyanez a jó megoldás, ha ki szeretnénk emelkedni vele a többi körül és vonzónak, esztétikusnak szeretnénk készíteni. Napjaink elvárásai alapján a letisztultabb, minimalista hatás sokkal eladhatóbb/ népszerűbb, mint a színekkel teli csomagolások. Gyakran használt csomagolóanyag a kartonpapír, papír csomagolók egy egyszerűbb madzaggal, nyomdával, pecséttel rajta (pl. logó, szlogen), és természetesen néhány csomaginformációval. Nagyon fontos tulajdonsága a csomagolásoknak, hogy információt is közöljenek.

2.6.2 Esztétikum

Nem lehet elégszer hangsúlyozni, hogy a csomagolásoknak nem elég egy szempontban megfelelnie, nagyon fontos szempont a szállíthatóság szem előtt tartása a marketing szempontjai alapján is, hogy védjenek külső behatásoktól. Ezek mellett a csomagolásnak azt kell sugározni, hogy „szép”, jó ránézni és ez sokszor többet ér a termék tartalmánál is. Ha egy dobozban egy vagy több terméket szükséges elhelyezni, akkor sem mindegy milyen kép fogadja a vásárlót, amikor felnyitja a dobozt. Nagyon fontos szempont, hogy ne legyen sokkal nagyobb a terméknel, minél helytakarékosabb módon, de mégis esztétikusan nézzen ki, ne legyen aránytalan a termékhez képest a térkitöltő anyag sem, azaz törekedjen az optimális megjelenésre. Sajnos találok már nagyon rosszul kiválasztott csomagolás mennyiséggel, erről a későbbiekben lesz is szó, mivel számomra meghökkentő, hogy egy új, napjainkban piacra került termék ilyen mértékű pazarlást megengedhet magának, csupán a marketing eszközök kihasználása érdekében. Úgy gondolom, a kevesebb néha több. Az esztétika az emberek érzelmére hat és képes befolyásolni minket. Egy szép csomagolás, egy jó minőségű terméket sejtet magában.

2.6.3 Emlékezetes/ szimbolikus forma

A csomagolások formája alapján is meg tudunk különböztetni termékeket, ezáltal arra is fontos odafigyelni, milyen formavilágot adunk egy termék csomagolásának. A marketingszempontok között ez is szerepet kap, hogy emlékezetes, viszont emellett, a termék szempontjából uniós előírásoknak megfelelő és termékhez passzoló forma legyen. Figyeljünk arra, hogy a csomagolás formája az adott termékre jellemző és egyedi, saját jelentéstartalommal rendelkező legyen. Amellett, hogy odafigyelünk a szabályokra, arra is figyelmet kell fordítani, hogy raktározás és szállítás szempontjából is könnyen kezelhető maradjon. Hiába találunk ki egy nagyon figyelemfelkeltő, emlékezetes formát, ha az a többi szempontunknak nem felel meg. Itt is jól látható, hogy a csomagolások előállítás sem olyan egyszerű feladat, amilyennek elsőre tűnhet, ez egy igen komplex folyamat. Minden szempontból optimális csomagolást nehéz találni, azonban törekedni kell rá. A formavilág, ha jól megkülönböztethető, akkor érhetjük el legkönnyebben, hogy felkeltsük a vásárlók figyelmét a versenytársak termékeivel szemben, fontos, hogy a mi termékünk jusson előbb eszükbe. A potenciális vevőkben felébred valamiféle belső késztetés, ha felkelti az érdeklődésüket a csomagolás és nagyobb értéket tulajdonít a terméknek ezáltal, mielőtt bármi tapasztalata lenne is vele, mivel felkelti a termék formája, színe.

2.6.4 Arculat és a csomagolás kapcsolata

Amit már az elején leszögezhetünk, hogy a csomagolás és arculat az, ami az első benyomást kelti a fogyasztókban. Ha ebben a kettőben nincs meg az összhang az zavart okozhat a vásárlóban, hogy miért különbözik a stílus vagy a formavilág, ezért nagyon fontos, hogy vállalkozásunk arculata és a termék csomagolás egységet képezzen és a vásárló érezze az összhangot. Nagyon jó, ha egy termék csomagolása szimbolikus csak úgy, mint az arculata, amikor a vásárlónak a színről, a formáról vagy az anyagról egyből csak az adott vállalat/ termék jut eszébe.



13. ábra Csomagolás fajták anyag szerint
Forrás: <https://zebrapack.hu/>

2.7 Csomagolások anyag szerinti típusai

A csomagolásokat, ahogy eddig is látni lehetett rendkívül sokféle módon csoportosíthatjuk, azonban véleményem szerint, ami nagyban szerepet játszik minden egyéb terület estén is az a csomagolások anyaga. Minden további terület estén szembetalálkozunk azzal a kérdéssel, hogy milyen anyag a legideálisabb, hiszem mindegyiknek lehet előnye és emellett hátránya is. Multiszenzoros eleme a csomagolásnak az anyaga. Az alapanyag fajtáját már a csomagolástervezés kezdeti fázisában el kell dönteni. A csomagolóanyag kiválasztásakor figyelembe kell venni a csomagolóanyag relatív nedvesség tartalmát, fényre gyakorolt hatását és a tárolási hőmérsékletet is. (Dörnyei, 2019) Legtöbb esetben a kiválasztás során azonban mégis a bőség jelentheti.

2.7.1 Papír/ hullámpapír csomagolóeszközök

Papírból készült csomagolóanyagokkal gyakran találkozunk, mivel viszonylag olcsóak, könnyen kezelhetők, egyszerű technológiával megmunkálható, könnyű a súlyuk, legtöbbjük környezetkímélő, újrahasznosítható, megújuló energiaforrásból származik és vegyileg

kezelhető. A papír csomagolóeszközök, rendkívül népszerűek, könnyen testre szabhatóak, egyedivé varázsolhatók, ez is az egyik oka, hogy rengeteg helyen megtaláljuk őket. Vállalkozások, cégek saját logójukkal látják el, ami még népszerűbbé teszi a termékeket és nem utolsósorban a vállalkozásokat is. Azonban, mint minden másnak is ebben az esetben is találkozunk hátrányaival is. Hátrányként az említhetjük meg, hogy nem bírják a nedvességet, könnyen eláznak, nem tárolhatunk bennük folyékony anyagot. Mindennapjainkban is gyakran találkozunk ezekkel a módszerekkel, mivel a műanyagnál jóval környezetbarátabb megoldást jelenthet. Újrahasznosítási arányuk 60%, valamint elmondható róla, hogy a flexibilis csomagolások közé sorolódik.



14. ábra Papír csomagolások

Forrás: <https://sanitech.hu/eldobhato-papir-termekek-es-kornyeztbarat-oko-csomagolas>

2.7.2 Fa csomagolóanyagok

Itt elsőként, ebben a kategóriában a ládákat említeném, főként gyűjtőcsomagolás esetén. Nem olyan gyakori, hogy egyesével helyeznek el terméket ládában, inkább több terméket, mint például gyümölcsöket, zöldséget egyéb egyesével csomagolást nem igénylő termékeket legtöbb esetben. Ezek a fából készült ládák rendkívül strapabíróak, kisebb fajtáit egymásra helyezve sem sérülnek a benne található termékek, erős védelmet nyújt. Ebben az esetben is hátrányként az említeném, hogy folyékony anyagokat nem alkalmazhatunk, mivel a fa megduzzad, deformálódik, viszont ezekkel szemben nagyon időtálló tud lenni, mivel kis mértékben sérülékeny csupán.



15. ábra Fa csomagolások

Forrás: <https://www.pawel.at/hu/csomagolastipusok/fa-csomagolasok/>

2.7.3 Textil alapanyagú csomagolók

Ezekről az anyagokról elsősorban a len, a kender és a pamut csomagolóanyagok jutnak eszünkbe. Ezek nagyon jó megoldást jelentenek egy bevásárlás alkalmával. Gyűjtőcsomagolásnak kiváló szatyor, ami többször is használható. Egyre elterjedtebb a fiatalok körében is az egyedi igényre szabható, színes vászontáskák. Könnyű, kis helyen is elfér, bárhova magunkkal vihető és az elsődleges szempont, hogy környezetbarát megoldást jelent.



16. ábra Textil csomagolások

Forrás: <https://judelka.hu/termek/textilsak-s-m-l-garnitura/>

2.7.4 Üvegek

Az üveg csomagolás is nagyon elterjedt mindennapjainkban. Rendkívüli előnye, hogy nem engedi át a folyadékokat sem, azonban hátránya a műanyaggal szemben, hogy törékeny. Az üveg mellett szülő érvek közé tartozik, hogy könnyebben tisztítható, fertőtleníthető, többszöri használatra is alkalmasak. Ha kellő odafigyeléssel vannak tisztítva, tárolva, szállítva, akkor számtalanszor használhatjuk őket, akár más-más dologra is. Azonban sajnos szállítási szempontból, nem egyszerűek, törékenységük miatt kiemelt figyelmet igényelnek, emiatt kellő figyelmet igényelnek, de napjainkban ez már könnyen kiküszöbölhető probléma. A műanyagnál jóval környezetvédeőbb megoldás és nagyban hozzájárul a körforgásos gazdasághoz, ha megfelelő módon használjuk őket. Megtaláljuk a háztartásban, a gyógyszer-, vegyiparban, élelmiszeriparban és elmondható, hogy az élet minden területén jelen levő anyag tulajdonságai miatt felhasználása, sokrétű.



17. ábra Üveg csomagolás

Forrás: <https://www.glasimpex.hu/uvegpalackok>

2.7.5 Fém csomagolóanyagok

Fém csomagolóanyagokkal leggyakrabban konzervdobozok, üdítődobozok, fémfóliák, lemezek esetén találkozunk. A fémek jól védik a terméket, vízállóak, jól szigetelnek, a szagokat sem engedik át, valamint elég strapabíróak, mechanikai hatások ellen is nagyobb védelmet nyújtanak. Gyakran találkozhatunk velük a boltok polcain, népszerűek a csomagolóanyagok között. Azonban inkább egyszer elfogyasztható termékeket csomagolnak bele, mivel általában nem visszazárhatóak, ha az élelmiszeriparra gondolunk (konzervek, üdítők).



18. ábra Fém csomagolás
Forrás: <https://www.techmonitor.hu>

2.7.6 Műanyagok

A műanyagok a környezet számára nem a legelőnyösebb megoldást jelentik, mivel nem megújuló erőforrásokból készül, elégetése káros, mivel rengeteg mérgező anyag szabadul fel és legfőképp a nem megfelelő használatuk miatt. A műanyag csomagolóanyagok is újra használhatóak lennének, azonban legtöbb esetben csak kidobjuk a szemétkukába őket, újabb használat nélkül, mellyel rendkívül nagy mértékben szennyezzük a természetet. Ezek mellett azonban mégis nagyon népszerű napjainkban ez a fajta csomagolási megoldás, mivel tartós, súlya is elenyésző, valamint költséghatékonyság szempontjából is olcsónak mondható. Legtöbbször ezekkel a csomagolóanyagokkal folyadékok tárolásakor találkozunk, megtaláljuk őket a joghurtos polcokon, szépségiparban, kozmetikumok esetén, de a vegyi iparban is, mivel tartósak és nem eresztik át a bennük található anyagokat.



19. ábra Műanyag csomagolás
Forrás: <https://nlc.hu/eletmod>



20. ábra Műanyag csomagolás
Forrás: <https://365.reblog.hu/muanyag-csomagolas-ellen-tablettas-tisztitoszer-kozmetikum>

3. A csomagolóanyagok és a környezetszennyezés

A csomagolások fenntarthatóbbá tétele napjaink nagy kihívását jelenti. Rengeteg próbálkozás van arra, hogy a hagyományos csomagolások helyett valami új környezetkímélőbb megoldás legyen elérhető.

3.1 Mi történik a csomagolóanyagokkal miután a szemetesbe kerülnek?

Mint minden más szemét, attól függően milyen anyagból készültek különbözőképpen kerülnek feldolgozásra. A legtöbbjük azonban olyan anyagból készül, ami egyáltalán vagy hosszú évek után képes csak részben, vagy jobb esetben teljesen lebomlani. Rengeteg a pazarlás napjainkban, a mérhetetlen túltermelés miatt, aminek következtében pedig számtalan csomagolási hulladék keletkezik, ami el sem jut a felhasználóig, az elkészülés után, egyből a megsemmisítőbe kerülnek. „Az Európai Unió statisztikája szerint 2017-ben az „átlag” uniós polgár évente 174 kg csomagolást használt el. Ez döbbenetes szám, főleg, ha azt is tudjuk, hogy ebből 32 kg-ot sehogy sem forgatunk vissza, azaz nem használjuk újra és nem is hasznosítjuk sehogy. „³ Én személy szerint is nagyon próbálok arra odafigyelni, hogy a lehető legkevesebb szemetet, hulladékot termeljem.

Napjainkban elmondható, hogy a csomagolás és a környezet közötti kapcsolatot, a háztartási hulladékok mennyisége határozza meg nagyrészen. (Csomagolóanyagok környezeti hatásvizsgálata Horváth Anikó, Stipta József) Ahhoz, hogy újra fel lehessen használni a már használt, feleslegessé vált csomagolóanyagokat, ahhoz vissza kell gyűjteni és újrahasznosítani azokat. (20.ábra)



21. ábra A csomagolási hulladékok kezelésének lehetőségei
Forrás: Saját szerkesztés

³ <https://munch.hu/2020/11/27/automatikus-vazlat-3/> letöltés: 2023.08.08. 13:46

Három módon van lehetőség az újabb felhasználásra:

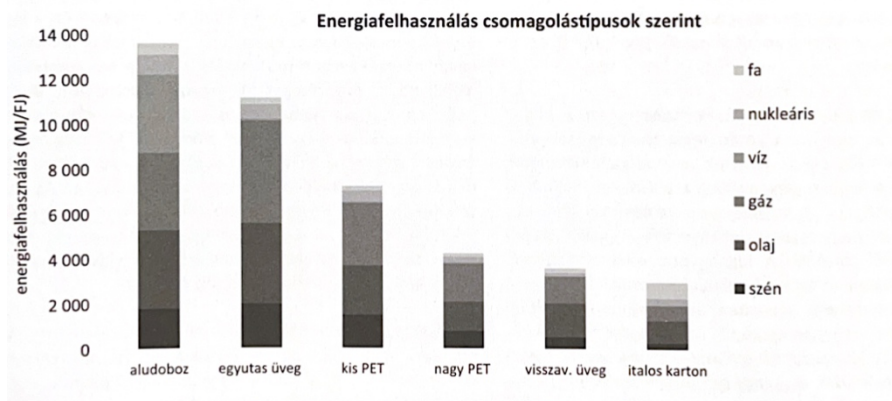
- ismét feldolgozásra kerül
- energiát nyernek belőle, elégetéssel hőt termel
- vegyipari alapanyagként részleges lebontás után újrahasznosítható

A jövőbeni legnagyobb cél, hogy minél kevesebb olyan csomagolóanyagot alkalmazzunk, ami szennyezi a környezetet, azaz minél több olyat, ami újrahasznosítható, vagy természetes módon könnyen lebomló anyag. A szelektív hulladékgyűjtés is nagyban hozzájárul a szennyezés csökkentéséhez, azonban ez is még gyerekcipőben jár. Több családban már megszokott, hogy külön gyűjtik a szemetet, azonban rengetek olyan is akad, akik nem foglalkoznak ezzel és mindent összeraknak, ami utána már nem újrahasznosítható.

3.2 Csomagolási statisztika (energiafelhasználási- és hulladék statisztika)

Energiafelhasználási statisztika:

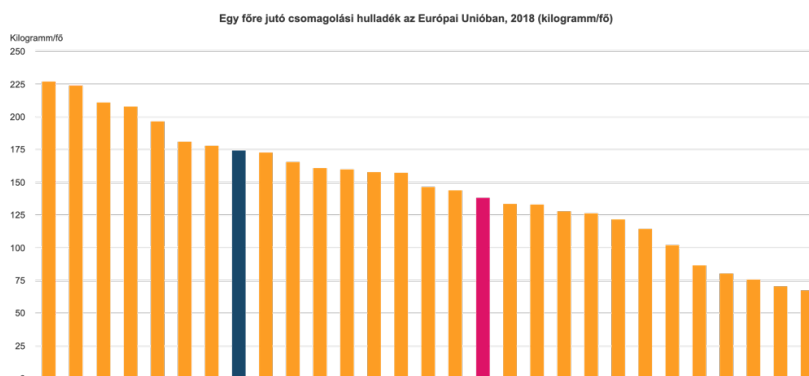
Az energiafelhasználás elemzés első körében meg kell vizsgálni, hogy a csomagolás előállítása során, milyen anyagok kerülnek felhasználásra. Forrás- és hatáselemzésre is szükség van. Forráselemzésnél figyelembe kell venni az energiafelhasználást, nyersanyag-felhasználást, a vízfelhasználást és a hulladék mértékét is. Az energiafelhasználás nyersolaj, földgáz vagy szén felhasználásából történik. A csomagolások közül az alumíniumdobozok igénylik a legnagyobb energiafelhasználást, majd ezt az egyutas üvegek követik. Ami a kettő anyag előállítása esetén eltér, az, hogy az alumínium esetén több megújuló energia kerül felhasználásra, az üveg esetén pedig nagyobb mértékben szént és olajat. Nyersanyag felhasználás esetén is az előbb említett két típus áll az élen, mivel az üvegek esetén sok mészre, homokra, vasra van szükség, az alumínium esetén pedig bauxitra. A vizsgálat végén nem szabad elfelejteni azt sem, hogy használatuk után milyen mennyiségű hulladékot termelnek. Sajnos ennél a szempontnál is a az eddig kiemelkedő anyagok járnak az élen. A forráselemzés után a hatáselemzés következik. Hatáselemzéskor a környezetre gyakorolt hatásokkal kell foglalkozni. Globális hatás a felmelegedés, amire a legnagyobb hatást az eldobható üvegpalackok, valamint PET-palackok gyakorolják. Ha ezeket mind végig vizsgáljuk, kiderülnek az összesített eredmények, miután fel tudjuk állítani a sorrendet a környezetkárosítás szembotjából. Legkisebb károsító hatástól a legnagyobbig: italos karton, újratölthető üvegpalack, nagy PET-palack, kis PET-palack, egyszer használatos üvegpalack, alumínium doboz. (Dörnyei, 2019)



22. ábra Energiafelhasználás csomagolástípusok szerint
 Forrás: Dörnyei Krisztina Rita Csomagolásmenedzsment 2019

Hulladék statisztika:

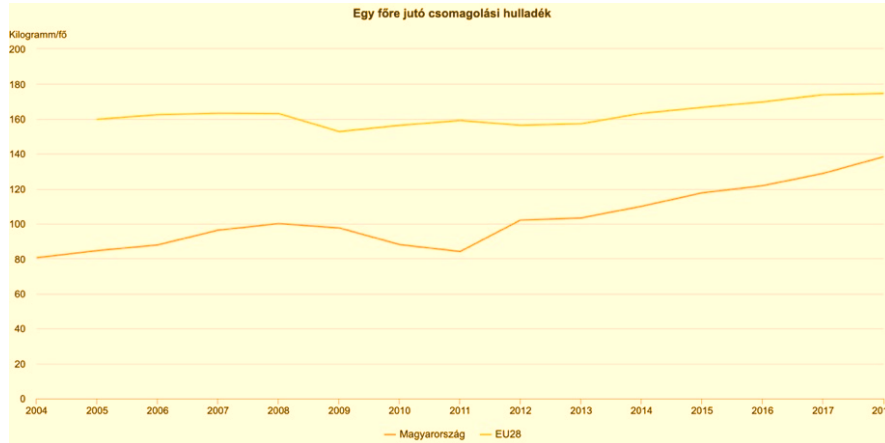
Ahogy az ábrákon is jól látható, rengeteg hulladékot termelünk a Földünk minden pontján, persze nem minden országban ugyanolyan mértékű a hulladéktermelés, de mindenhol a cél a hulladékok minimalizálása. Ennek érdekében gyakran felhívják a fogyasztók figyelmét a környezettudatosságra és vannak meghatározott irányelvek is. Magyarországon 2012-től sikerült teljesíteni, hogy a csomagolási hulladékok, legalább 60%-a újra legyen hasznosítva, amit a 2005/20/EK irányelv fogalmazott előtte meg. Azonban véleményem szerint a hulladék, amit termelünk egy főre bontva is rengeteg mennyiség, ami biztosan csökkenthető. A diagram az EU 2018-as egy főre jutó csomagolási hulladékát mutatja. 138 kilogramm/fő Magyarországon az egy főre jutó csomagolási hulladék mennyisége, ami szerencsére az Európai Unió átlaga alatt marad, viszont így sem mondható kevésnek, mivel a legalacsonyabb érték, amit pedig Horvátország mutat, fele a hazainak. A legmagasabb érték 89 kilogramm/fővel magasabb, mint a hazai az pedig Németországé. ⁴(22.ábra)



23. ábra Egy főre jutó csomagolási hulladék az EU-ban
 Forrás: KSH adatbázis <https://www.ksh.hu/sdg/3-30-sdg-13.html>

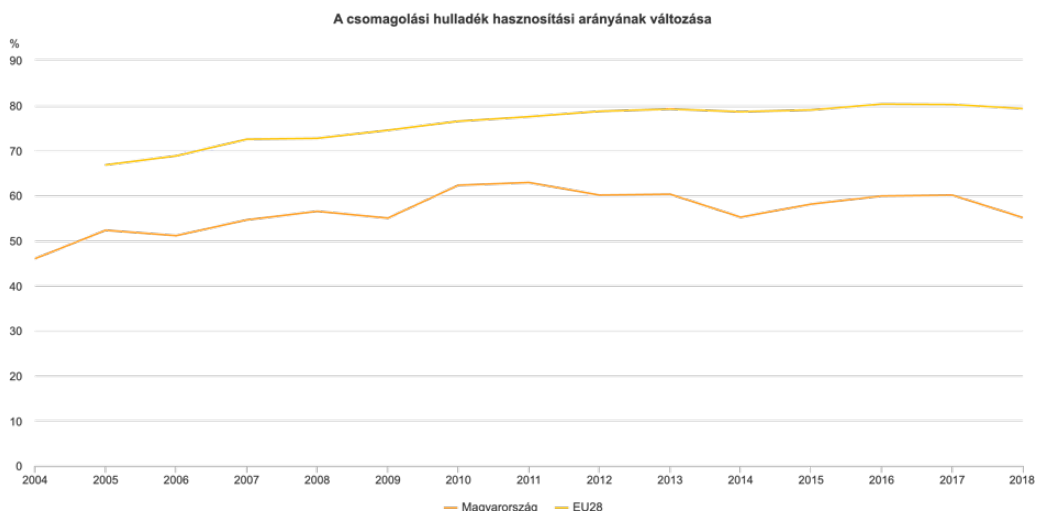
⁴ <https://www.ksh.hu/sdg/3-30-sdg-13.html> Letöltés: 2023.07.21. 18:18

2004-től 2008-ig Magyarországon folyamatosan nőtt az egy főre jutó csomagolási hulladék mennyisége, majd valószínűleg a gazdasági válság miatt jelentősen csökkent a 2009-es és 2011-es évek között, amit valószínűleg az idézett elő, hogy a fogyasztás mértéke is visszaesett.⁵(23.ábra)



24. ábra Egy főre jutó csomagolási hulladék MO. és EU
 Forrás: KSH adatbázis <https://www.ksh.hu/sdg/3-30-sdg-13.html>

A csomagoláspapír-hulladék megtermelt mennyisége jelentősen növekedett 2012-től újra. A csomagolási hulladék hasznosítási arányát is mérték, amit a diagram is szemléltet. Kettő év volt Magyarországon, ahol kis mértékben csökkent ez az érték, azonban a többi évről elmondható, hogy folyamatosan emelkedett, 2012 óta 60% körül mozog, szinte változatlanul. hazánk adataival szemben az Európai Unió átlaga 2005 óta folyamatosan növekedett, habár nem mindig ugyanolyan nagy mértékben, inkább lassuló tendenciában.⁶(24.ábra)



25. ábra A csomagolási hulladék hasznosítási arányának változása Mo. és EU
 Forrás: KSH adatbázis <https://www.ksh.hu/sdg/3-30-sdg-13.html>

⁵ <https://www.ksh.hu/sdg/3-30-sdg-13.html>

⁶ <https://www.ksh.hu/sdg/3-30-sdg-13.html>

4. Az optimális csomagolóanyagok jellemzői

Az optimális csomagolás fogalma több részből tevődik össze, vannak fontossági szempontok, aminek meg kell, hogy feleljen a csomagolóanyag, ezért sincs egyszerű dolog ennek a kérdésnek megválaszolásában. Az első és legfontosabb, a védelmi szerep, leglényegesebb tulajdonsága, mint az áruvédelem, mint pedig a környezetvédelmi szempontok alapján. A következő fontos szempont a szállíthatóság, tárolhatóság és az eladhatóság, amire nagy hangsúlyt kell fektetni. A csomagolások nagyrészenek mindemellett információt is kell tartalmazni az áuról, valamint sok esetben marketing funkciók miatt különböző marketing eszközöket is. Rengeteg szempont szerint elemezhetjük a csomagolóanyagokat is, mivel felhasználási módjaik rendkívül szerteágazóak, különbözőek. Vannak csomagolások, amiknek nem kell megfelelnie ezeknek a szempontoknak, mert otthoni saját használatra hoztuk létre, mégis csomagolás a fő funkciója, azonban, ha általánosan egy termék csomagolását vesszük alapul, akkor ezek szerint a szempontok szerint tudjuk elemezni az adott csomagolást. Összességében azt kell, hogy mondjam, hogy mindennek megfelelni nem lehet, kérdés az, hogy kinek a szemszögéből beszélünk optimális csomagolásról. Egy marketinges szemszögéből, akinek a mennyiség játszik elsődleges szerepet, vagy éppen egy környezetvédő, fenntarthatósági szakember szemszögéből, vagy a logisztikus szemszögéből beszélünk optimális megoldásról. Minden szakterület más szempontrendszer alapján állítja össze a fontossági sorrendet. Minden szempontnak lehetetlen egyszerre megfelelni, azonban mindenképp ki lehet hozni a legjobban, tehát minden termék számára meg lehet találni a legoptimálisabb megoldást, de nem tudunk csupán egy dolgot kiemelni, ami mindenhez ugyanolyan mértékkel hasznosítható.

Ha már az optimális csomagolóanyag tulajdonságait összeszedtem, úgy érzem itt nem hagyhatom ki egy saját példám, ami marketing szempontok alapján magas pontozást érne el nálam, azonban fenntarthatósági kérdések esetén elég alacsonyan szerepelne. Ezzel a mindennapjaimban szembesültem és amikor először találkoztam vele eléggé meghökkentett, hogy tényleg mennyi felesleges hulladékot termelünk. A mellékelt ábra is jól mutatja, hogy egy alapból is jól zárt műanyag üvegcsé is újból be van csomagolva nála jóval nagyobb dobozba is. Ráadásul a dobozban szükséges volt még egy emelvényt is hajtogatni mivel szemmel láthatóan „eltűnne” a dobozban a termék, felborulna, min mind egyre nagyobb karton pazarlás. Fenntarthatósági szempontból elég rosszul vizsgázott a termék, azonban vizsgáljuk meg marketing szempontok szerint is, mivel ezen szempontok alapján már nincsenek ekkora

problémák a csomagolással. Sőt mi több elmondható, hogy nagyon átgondolt csomagolás forma, minta. A termék egy laktáz bontó enzim, ehhez nagyon jól kapcsolódik a doboz mintája, színösszeállítása. Úgy gondolom, marketing szempontok játszottak fő szerepet akkor is, amikor a terméket még egy másik dobozba is belerakták, mivel maga a termék nagyon kicsi lenne, így pedig sokkal figyelemfelkeltőbb, jobban megragad az emberek tekintete rajta, mint egy kisebb terméken. Színeiben a mai divathoz igazodva kevés színt használ, letisztult csomagolás mégis vonzza a tekintetet. A laktáz a tejtermékekben található, ezért a csomagoláson megjelenő tehén minta jól kapcsolódik a termékhez, annak funkciójához. Információt is nagyon jól láthatóan közöl, a termék neve kitűnik a mintából, könnyen észrevehető és mindent megtalálunk a csomagoláson, ami az adott termék esetén szükséges lehet. Ami pozitívum, hogy a nagy csomagolás miatt az adagolás ráfér a termék dobozára, így nem volt szükséges mellékelni plusz hosszú leírást a csomagon belül.



26. ábra Felesleges csomagolóanyag használat
Forrás: Saját kép

5. Napjainkban ismert csomagolási alternatívák

Az elmúlt évek/évtizedek a csomagolóipar területén jelentős innovatív megoldásokat hoztak. A 60-as évek fejlesztéseire a marketing módszerek kifejlesztése jellemezte, majd a 70-es évekre az energiahatékonyra tett vált elsődleges szemponttá. A 80-as évekre a biztonság volt jellemző, azután a 90-es években pedig környezetvédelem került előtérbe, csak úgy, mint napjainkban is az ökológiai lábnyom csökkentése áll az elsődleges szempontok között. A környezetvédelmet elsősorban jelenleg nem a csomagolás megszüntetésével próbálják redukálni, hiszem a csomagolások védelmi szempontja nagyon kimagasló, hanem a természetes alapanyagok használatára fektetnek nagyobb figyelmet a csomagolások estén. A folyamatos kutatásoknak és fejlesztéseknek köszönhetően egyre több olyan alternatív megoldással találkozunk, amiről eddig egyáltalán nem hallottunk és nem is gondoltuk róla, hogy

csomagtolások helyett alternatívát jelenthet. Szabályozásoknak köszönhetően, egyre szükségesebbé válnak az alternatív megoldások, mivel a régi, jól megszokott csomagolások használatát korlátozzák, vagy betiltják egyes üzletekben, ágazatokban vagy teljesen minden területet lefedve. Több olyan opcióra találtam példát, amivel eddig még nem találkoztam, sokak számára ismeretlenek lehetnek, azonban innovatív megoldásnak találom őket. Vannak az alternatívák között ismertebb anyagok is, amik már kezdenek begyűrűzni mindennapjainkban, ide sorolhatom, mint alternatíva a vászontáskát is, de a vízben oldódó műanyagokat is, amiről a későbbiekben is említést teszek.

5.1 Hínár alapú csomagolóanyag

Az első alternatív megoldás, amit kiemelnék, az ehető és lebomló hínár alapú „papír” csomagolóanyag. (26.ábra) Elsőre elég furcsán hangozhat, hogy ehető és mégis csomagolás, de alapvetően nagyon hasznos és kreatív megoldási lehetőséget kínál a felhasználók számára. A hínár gyorsan nő, naponta akár három métert is képes fejlődni, valamint három hónap elegendő ahhoz, hogy felhasználhatóvá váljon, kifejlődjön. Ezen tulajdonságai mellett könnyen hozzáférhető, biológiailag lebomló, nincs szüksége vegyszerekre, műtrágyázásra sem és nem utolsó sorban az előállítás sem túl drága.



27. ábra Hínár alapú csomagolások

Forrás: <https://www.fespa.com/hu/hirek-es-media/blog/hinarbol-keszult-csomagolas>

5.2 A Mars áttér a papírcsomagolásra

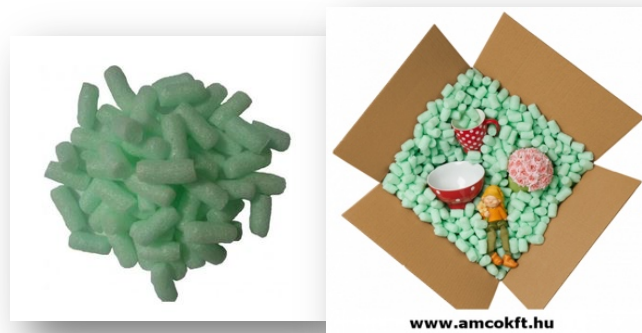
A nagy áttörést jelent a csomagolások esetén, hogy több csokoládégyártó cég is bejelentette, hogy áttér a régi műanyag csomagolásaikról újfajta papír alapú csomagolásokra. A népszerű termékek rendkívül sok emberhez eljutnak, rengeteg hulladékot termelve, viszont vannak cégek, akik próbálnak már erre megoldást találni. Az ismert csokoládé márkák esetén is megfigyelhető a fenntarthatósági törekvés, a műanyag csomagolások helyett papír alapút kezdtek el alkalmazni, ilyen például a Milky Way, a Mars, a Snickers. A 86 százalékban papíralapú

csomagolás csupán egy vékony műanyaggal lesz ellátva, csupán a termékvédelem és a minőségmegőrzés fenntartásának érdekében, de a csomagolás lecserélésének oka teljesül, hogy ezáltal újrahasznosíthatóvá válik.⁷ Ebben az esetben is tehát nem a csomagolás szűnik, meg csupán átalakul egy kevésbé szennyező formára.

5.3 Környezetbarát vízben oldódó műanyagok

„Egy 2018-ban megjelent cikk szerint Chilei kutatók feltaláltak egy a vízben lebomló, (27. ábra) 100% természetes műanyagot. A pontos összetétel nem ismert, de a szerzők állítása szerint a csomagolás anyaga polivinil alkohol, melyet nem kőolajból, hanem mészkőből állítanak elő. A termék biztonságos tulajdonságát prezentálták is azzal, hogy a pohár vízben feloldódott anyagot megitták. A termék szabadalmi oltalom alatt áll.”⁸

Az innovatív csomagolóanyagok közül úgy gondolom, ez az, amivel napjainkban már magánemberként is elég gyakran találkozhatunk, térkitöltő anyagként használják vállalatok csomagjaikban. Ez már napjainkban elég elterjedt formája lett a csomagoláskitöltőknek és előszeretettel használják is, mivel védi a terméket és emellett a környezetre sem káros lebomló képessége miatt. Víz hatására teljesen feloldódik, megsemmisül, nincs szüksége hosszú folyamatra a lebomláshoz.



28. ábra Vízben oldódó műanyagok

Forrás.: <https://www.fespa.com/hu/hirek-es-media/blog/hinarbol-keszult-csomagolas>

⁷ <https://dfi.univet.hu/fenntarthato-csomagoloanyagok-alkalmazasa-az-elelmiszerlancban/>

⁸ <https://dfi.univet.hu/fenntarthato-csomagoloanyagok-alkalmazasa-az-elelmiszerlancban/>

6. Opciók a csomagolás csökkentésére

A csomagolások csökkentésére vannak opcionális megoldások, azonban mint a legtöbb esetben a fogyasztók különbözőképp reagálnak. Így vannak a csomagolásmentes boltokkal is, valamint az árszabályozással is, amit a csomagolásokra vetettek ki, nem egyértelmű a támogatottsága, de az ellenkezője sem. Vannak akik, nyitnak az újítások felé, de vannak akiknek nehéz átszokni a régről megszokott dolgokról, azonban sok esetben a legfőbb ok a gazdasági helyzeten alapul.

6.1 A csomagolásmentes boltok. Nyitott a társadalom erre?

Egyre gyakrabban találkozunk a „zero waste” fogalommal akarva akaratlanul is, ami a csomagolásmentes boltokat is jellemzi. Ezen üzletek célja a fenntarthatóbb élet jegyében működni, céljuk a háztartási hulladékok mérséklése és a vásárlási szokások átalakítása. Minél nagyobb hangsúlyt szeretnének fektetni a csomagolások elhagyására. Ezek a törekvések nagyban megnehezíti a marketingesek dolgát, mivel kutatások is bizonyítják, hogy a csomagolás rendkívül jó marketineszköz, mivel nagyban befolyásolja a vásárlói döntéseket. Ezen üzletekben viszont pontosan ezekből a marketing eszközökből alig vannak. Az itt található termékek úgynevezett „kimérős” termékek, amiből súly alapján vásárolhatunk, saját tárolókba, táskákba, befőttesüvegekbe, kosarakba. Persze itt sem lehetetlenednek el a marketing eszközök, mivel valamiben el kell vinni a terméket otthonunkban, amit nem mindenki hoz magával, hanem lehet az üzletben szeretné megvásárolni. Itt ezek a termékeket is lehet vonzóbbá tenni, hatást gyakorolni vele a vásárlóra. A csomagolásmentes boltok próbálnak azzal előbbre törni, fölé kerekedni a hagyományos üzleteknek, hogy jobb minőségű-, környezettudatosabb, vegyszermentes, bio terméket árulnak és előnyben részesítik a kis-, helyi vállalkozásokat. Természetesen a csomagolásmentes boltoknak is vannak hátrányai, nem minden olyan egyszerű ebben az esetben sem. A minőségnek ára van, ezáltal ez a formája az üzleteknek valamivel drágábbak a hagyományos üzleteknél, valamint elég nagy tudatosságra is szükség van hozzá, hogy a régi megszokott gondolkodásunkat átállítsuk erre a formára, mivel ez tervezést igényel, hogy hazahozzuk a termékeket. Szükséges néhány kiegészítő, amiben szállítani tudjuk otthonunkig. Emellett nem elég csak a csomagolásnak vonzónak lenni. Itt a belső érték a fontos a vásárló számára, mivel minimális a csomagolóanyag, egyéb opcionális eszközökre lesz szükség, ami nem kis kreativitást igényel.⁹

⁹ https://greendex.hu/csomagolasmentes_bolt/

6.2 Díjszabályozás a csomagolóanyagoknál

A környezetvédelem ezen módja véleményem szerint jól működik, nem a környezetszennyező anyagokat zárja ki, hanem csupán mérsékli a pazarlást, ami a jövőre nézve jó ugródeszkát jelenthet. Sokan nem látják ennek a módszernek értelmét, azonban kutatások és megfigyelések alapján valóban visszatartó ereje van a díjszabásnak. Erre a kérdésre a kérdőívem kapcsán is kitértem, nagyrésztben jó dolognak tartották a válaszadók is, amiatt, hogy ez elgondolkodtatja az emberek többségét, hogy mennyi csomagolóanyagot vesz el. Sokat tud segíteni, mivel, ha csak pár forintot is kell fizetni a zacskókért, csomagolásért, akkor mindenki kicsit átgondolja mennyire is van valójában szüksége. Ha ingyen vannak ezek a csomagolóanyagok, nem gondolkodnak rajta, pazarló módon minél többet használnak szükségtelenül a vásárlók, rossz szokásukból adódóan. Véleményem szerint ez nagyon jó út a környezetvédelem felé, mivel ezek a csomagolások nem lettek magas árra beárazva, tehát ha szükséges, akkor sem kell érte nagy összegeket fizetne, de mégis hatalmas a visszataszító ereje annak, hogy fizetni kell érte még ha csak csekély összeget is. Voltak a válaszadók között olyanok is, akik úgy gondolják, kicsinyes dolog ezekért a csomagolásokért pénzt, díjat kérni, negatív tapasztalatként fogják fel. Természetesen ez is érthető indok, azonban van olyan helyzet, amikor más már nem jelent megoldást. Mivel csomagolóanyaga szükség van, jelenleg még nem megoldott azok teljes nélkülözése így valami más megoldást kellett találni, ami a díjszabás lett.

7. Kutatás és eredmények

Kutatásom során kérdőíves kutatási módszert, valamint mélyinterjúk eljárást alkalmaztam. A fogyasztói oldal vizsgálata a kérdőíves megkérdezéssel történt. A csomagolóanyag-gyártók helyzetének megismerésére pedig mélyinterjút készítettem.

7.1 Primer kutatás

A dolgozat eddigi részében a szekunder információkat gyűjtöttem össze és elemeztem, a továbbiakban pedig kvantitatív és kvalitatív módszerek alkalmazásával igyekeztem választ találni a kérdéseimre.

A témával kapcsolatban az alábbi hipotéziseket fogalmaztam meg:

H1: A fogyasztók nyitottak a környezet védelme érdekében lépéseket tenni vásárlásaik során is.

H2: Nem létezik jövő a csomagolások számára, a környezetvédelem miatt nagyobb hangsúlyt kap a csomagolásmentesség.

H3: Az idősebb (40 év feletti) korosztály nagyobb hangsúlyt fektet a csomagolások külsejére, mint a fiatalabb (40 év alatti) generáció.

H4: Magyarországon kevésbé elterjedtek az alternatív csomagolási megoldások és csomagolásmentes boltok.

H5: Az emberek többsége elítéli, hogy fizetni kell a boltokban a zacskóért.

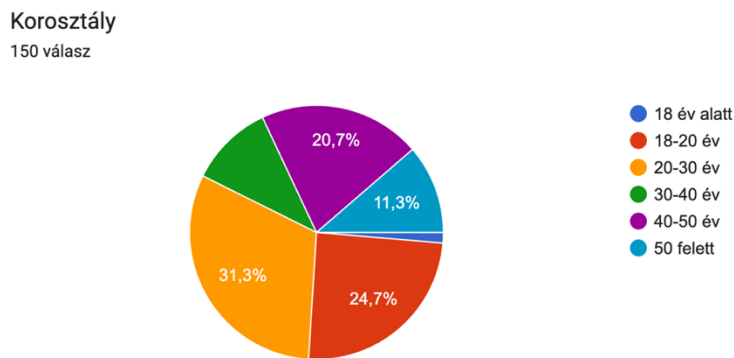
7.1.1 Kvantitatív kutatás

A kutatás általános jellemzői:

Megnevezés	Kérdőív
Az alapsokaság	Magyarország lakossága
A minta elemszáma	150 fő
A kiválasztás módszere	véletlenszerű
Az adatgyűjtés időtartama	2023. szeptember 14.-2023. november 6.
Az adatgyűjtés módja	Kérdőíves megkérdezéssel, online formában
A mintavétel jellege	Nem reprezentatív

1. táblázat Kutatás általános jellemzői
Forrás: Saját szerkesztés

A kérdőíves eljárás esetén minden korosztály véleményére kíváncsi voltam, a válaszok tehát mind a fiatalok, mind az idősebb korosztály köréből kerültek ki. (28. ábra) A kérdőívem kitöltése online formában történt google kérdőív segítségével, anonim módon. A kérdőívem 2023. szeptember 14-től vált aktívvá, főként a közösségi média segítségével értem el válaszadóimat, egészen 2023. november 6-ig. A kérdőívet 150 kitöltőnél zártam.



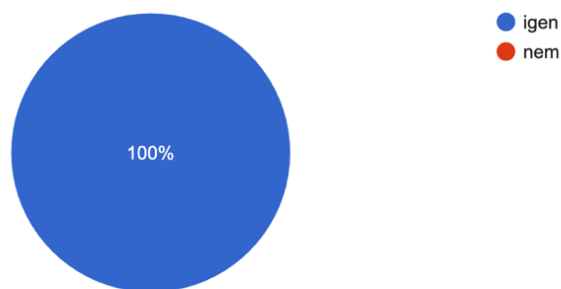
29. ábra Kérdőív válaszadóinak korosztályos bontása
Forrás: Google kérdőív

A kérdések főként a csomagolások változásain alapultak, hogy van-e lehetőség a hagyományos csomagolóanyag kiváltására, vagy ki milyen mértékben használ új módszereket. Mennyire nyitottak a fogyasztók egy-egy új megoldásra a műanyagok helyett, például a saját vászontáska használatára, a hagyományos csomagolás helyett, valamint hogyan értékelik a hagyományos csomagolóanyagra kivetett díjszabályozást.

A csomagolások jövője szerintem legnagyobb mértékben a fenntarthatóság kérdése miatt kérdőjelezhető meg, mivel a jelenleg forgalomban lévő termékek többsége nem ezt az irányt képviselik, rendkívül nagy mértékű csomagolási hulladékot termelünk a Földön. A csomagolások fenntarthatóbbá tétele, mindennapjaink egyik kihívását jelentik, rengeteg kutatás folyik velük kapcsolatban. A kérdőívem válaszadói is egytől egyig azt válaszolták, hogy mindenki fontosnak tartja a környezetvédelmet, azonban láthatóan mindenki más-más módon gondolkodik róla. (29-30.ábra)

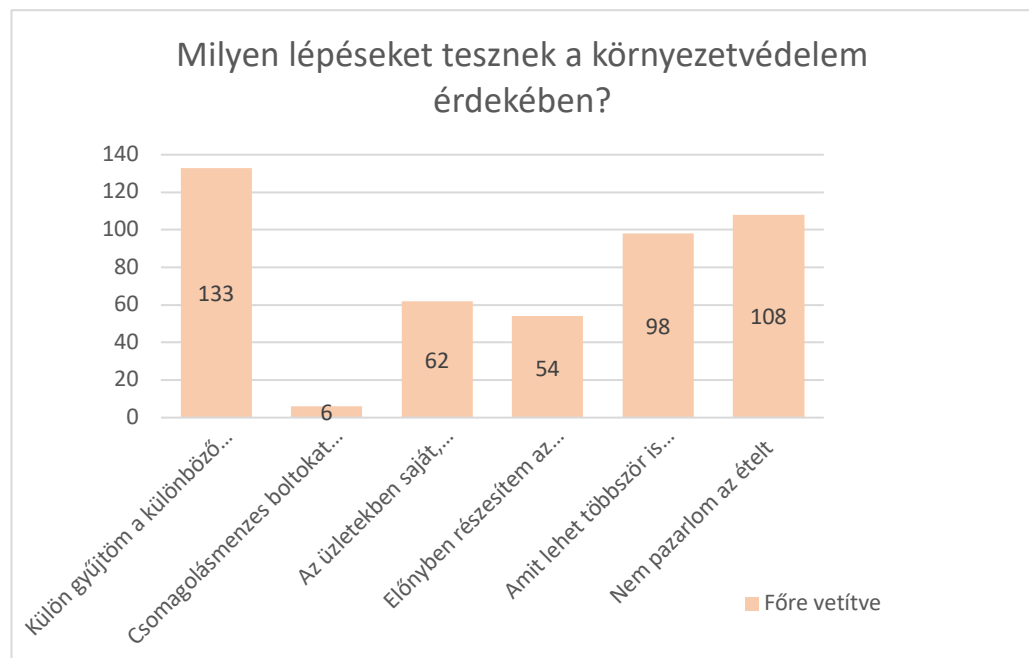
Fontosnak tartja a környezetvédelmet?

150 válasz



31. ábra Fontosnak tartja a környezetvédelmet?

Forrás: Google kérdőív



30. ábra Milyen lépéseket tesz a környezetvédelem érdekében?

Forrás: Google kérdőív

Nem mindenki ugyanazt a szempontot tartja szem előtt a fenntarthatóság témájában. Alapvetően arra voltam kíváncsi, hogy ki milyen mértékben ismeri a csomagolásokat, fenntarthatóság és marketingszempontról, valamint ki, hogyan látja a jövőjét a csomagolásoknak. A kvantitatív kutatásom résztvevői korosztály szempontjából a fiatal korosztálytól kezdve az idősebb korosztályig mindenkit megszólítottak, hiszen mindenki találkozott a csomagolásokkal, más-más formában, az adott életszakaszában. A csomagolások az élet legtöbb szegmensén jelen vannak, ezért minden korosztály számára mindennapi használatban van különböző formákban. A csomagolások esetén nem csupán a marketing és védelmi szerepek játszanak szerepet, hanem a fenntarthatóság is nagy szerepet tesz ki, ezért a kutatásom során arra is kíváncsi voltam, ki mennyire tartja azt fontosnak.

A válaszadók több mint 90%-os arányban válaszolták, hogy fontos számukra a fenntarthatóság, ezért a külön gyűjtik a különböző hulladékokat, valamint ami még kiemelkedő volt a válaszadások között, hogy az ételt nem pazarolják. 50% felett volt még a válaszok között, hogy amit lehet többször is hasznosítanak, más módon újra használnak. Ezek a válaszok rendkívül biztatóak, mivel visszaigazolódik, hogy nyitott a társadalom a változásra a fenntarthatóbb élet irányába.

Fontos kiemelni, hogy ezen válasz esetén a válaszadók több opciót is választhattak, mégis rendkívül kis arányban választották, hogy csomagolásmentes üzletben vásárolnak. Ezek az adatok is arra a következtetésre juttatnak, a többi kérdéssel összevetve, hogy nem is ismerik a csomagolásmentes üzleteket, nem is jártak még ott. Erre külön kérdésben is kitértem.

Kíváncsi voltam erre is, ezért megkérdeztem jártak-e már csomagolásmentes üzletben és a válaszadók 74,7%-a nem járt még ilyen üzletben.

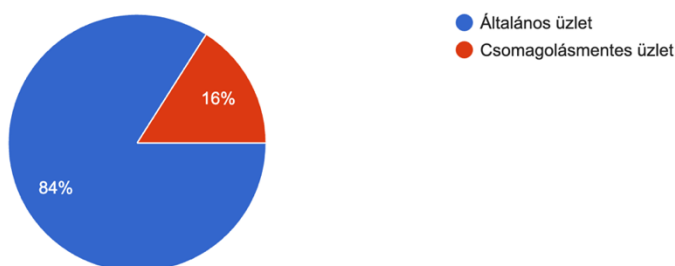


32. ábra Járt már csomagolásmentes üzletben?
Forrás: Google kérdőív

Sokak számára nem ismertek a csomagolásmentes boltok még, nem része az életüknek. Ez véleményem szerint annak lehet az oka, hogy jelenleg az ország lefedettsége igen csekély az általános üzletekéhez képest, valamint a jelenlegi gazdasági helyzetben nincs rá elegendő fizetőképes kereslet. A válaszadók 74,7%-a még csak nem is járt ilyen üzletekben és valószínűleg ennek köszönhető az is, hogy nagyrészen az általános üzleteket preferálják. Számomra viszont meglepő a válaszok között, hogy 38 fő válaszolta, hogy járt már csomagolásmentes üzletben viszont közülük csupán 11 fő választotta, hogy azt is preferálja jobban az általános üzlettel szemben, ami számomra meglepő eredmény.

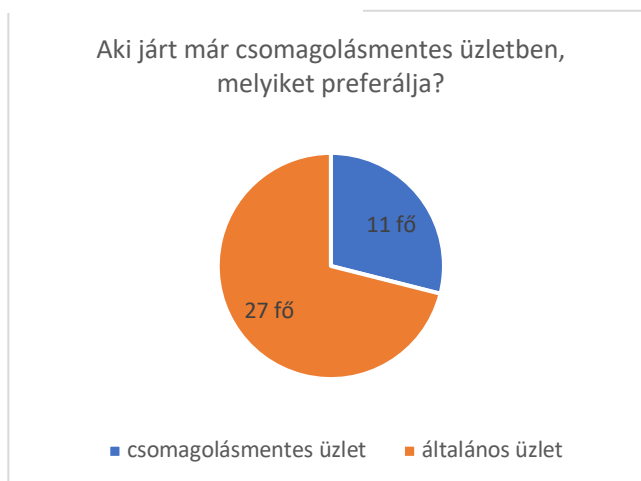
Melyik üzletet preferálja?

150 válasz



33. ábra Melyik üzletet preferálja?
Forrás: Google kérdőív

Aki járt már csomagolásmentes üzletben, melyiket preferálja?



34. ábra Aki járt már csomagolásmentes üzletben melyiket preferálja?

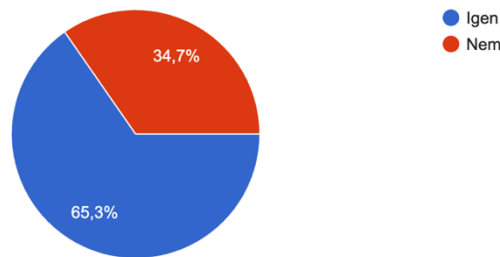
Forrás: Google kérdőív

Véleményem alapján a csomagolásmentes üzletek nagyobb számú megjelenése nagyban hozzásegítene a népszerűsítéshez. Valamint Magyarországon ezek az üzletek valamivel drágábbak, mint az átlag üzletek és a jelenlegi gazdasági helyzetben sokak nem engedhetik meg maguknak, hogy a drágább termékeket megfizessék. Ha nem lennének ilyen mértékű pénzügyi gondjai az embereknek, valószínűleg a minőséget helyeznék elsődleges helyre, emiatt többen választanák a csomagolásmentes üzleteket is, ahol a minőség is fontos szerepet játszik, azonban jelenleg a gazdasági helyzet negatív hatásai érzékelhetőek, ezen ágazat területén is. Jól levonható következtetés, hogy ami nem kerül hosszútávúan több pénzbe, arra nyitottabbak a

vásárlók, ilyen például a saját vászontáska használat is, ami a válaszadók körében is népszerűnek bizonyult.

Ennél a pontnál érdemes figyelembevenni azt a kérdést, hogy jó dolognak tartják-e, hogy díj ellenében kaphatnak az üzletben pl. zacskót?

Jó dolognak tartja, hogy a legtöbb üzletben csak díj ellenében lehet már csak zacskót kapni?
150 válasz



35. ábra Jó dolognak tartja-e, hogy a legtöbb üzletben csak díj ellenében kaphat zacskót?
Forrás: Google kérdőív

A válaszadók nagyrésze igaz azt válaszolta, hogy igen jó dolognak tartják, mivel visszatartó erő a vásárlók körében a díjszabás, azonban voltak olyanok is, akik megfogalmazták azt, hogy a termékek magukban is drágák és nem kívánnak még külön annak csomagolásáért is fizetni. Ebből is látszik, hogy a vásárló forrásai korlátozottak és meggondolják mire költenek, nem akarnak plusz költséget a nyakukba. A legtöbb válaszadó ennek ellenére látja a pozitív oldalát is a díjszabásnak, tőlük ilyen válaszok érkeztek arra, miért tartják jó dolognak:

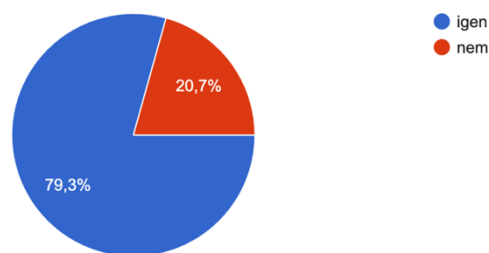
- „Mert így csak a szükséges mennyiséget veszik el az emberek, ha pénzbe kerül már nem felesleges mennyiséget használ el”
- „Mert az árat meglátva az emberek nagyrészt meggondolnám, hogy legközelebb már saját szatyrot vigyenek magukkal. Vagyis szerintem ösztönzőleg hat.”
- „Mert ellep bennünket a szemét, és így legalább elgondolkodnak az emberek, hogy pénzért hajlandóak e venni zacskit.”
- „Az emberek többsége nem szívesen ad ki pénzt egy zacskóra, így talán kevesebb csomagolóanyag landol a szemetesben.”

Azonban ezen válaszokkal ellentétben kaptam olyan válaszokat is, akik nem értenek egyet a díjszabással, kicsinyes dolognak tartják, valamint nem elég visszatartónak is. Akik nem értettek ezzel egyet, ilyen válaszokat fogalmaztak meg:

- „Mert a legtöbb ember akkor sem törődik azzal, hogy például zsákot vagy nagy bevásárlótáskát vigyen. Talán ha az alternatív megoldások bevezető áron (kb 10 db vászon 200-400 ft) és drágább lenne ennél a nejlon zacskó, elgondolkodnának”
- „Szerintem nem ez a módja a környezettudatosság terjesztésének, aki eddig zacskóba tette, az ezután nem fogja sajnálni rá azt a pár forintot.”
- „Ezt a költséget nem közvetlenül a vásárlóra kellene hárítani. Szinte az összes piaci szereplő fizet már valamilyen környezetvédelmi díjat, ezt plusz díjként megfizettetni a vásárlóval sarcnak érzem.”
- „Olyan drága már minden, hogy azt gondolom a csomagolóanyagot is bőven megfizetik.”
- „Főleg, hiszen csomóan be se húzzák az önkiszolgáló kasszáknál. Sajnos, ha kell szatyor, kell. De legalább van, ahol környezetbarát zacskók vannak”

Összességében erre a kérdésre kétféle típusú válasz érkezett, az egyik csoport azt gondolja, hogy az árazásnak visszatartó szerepe van pozitív dologként értékelik, a másik csoport viszont negatív módon áll hozzá, nem gondolják, hogy ez a megfelelő mód a fenntarthatóságnak és a csomagolások alternatív módjára való áttérés elősegítésére.

Bevásárlások alkalmával saját csomagolóanyagot használ? (pl. saját vászontáska)
150 válasz



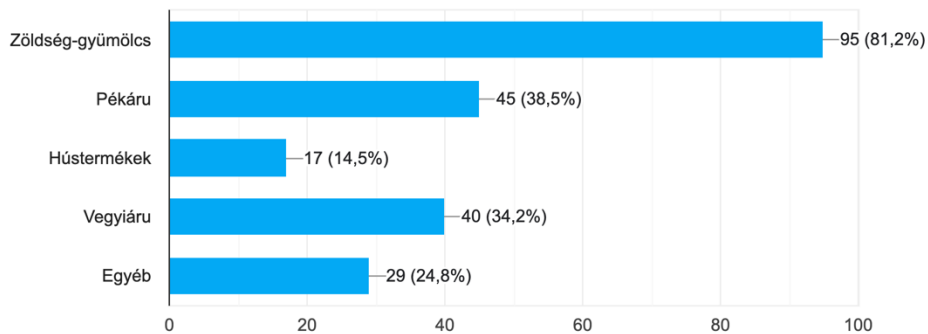
36. ábra Bevásárlások alkalmával saját csomagolóanyagot használ?
Forrás: Google kérdőív

Az üzletekben elég nyitottak, az emberek különböző termékek esetén a csomagolásmentességre. A kérdések között szerepelt, hogy bevásárlások alkalmával saját csomagolóanyagot használnak-e? Ennél a kérdésnél nagyon pozitív válaszok születtek, egészen pontosan 79,3%-ban azt válaszolták, hogy igen saját csomagolóanyagot használnak és csupán 20,7%-a a fogyasztóknak nem viszi magával sajátját.

Ezt a kérdést tovább bontottam egy olyan típussal, hogy ki lehetett választani, milyen termékek esetén használják a saját csomagolást, ha használnak. A válaszokból arra tudok következtetni, hogy inkább itt is csupán a könnyebben kezelhető termékek esetén alkalmaznak például vászontáskát, vagy többször használatos csomagolást.

Ha az előző kérdésnél igennel válaszolt, milyen típusú termék/termékek esetén használ saját csomagolóanyagot?

117 válasz



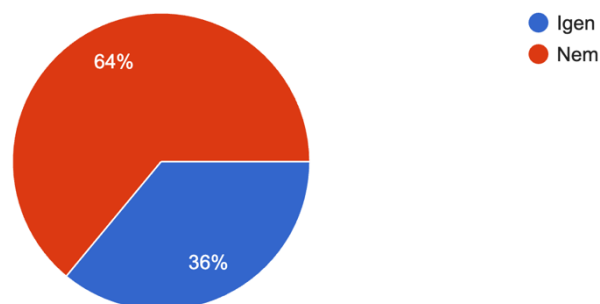
37. ábra Milyen termék esetén használ saját csomagolóanyagot?

Forrás: Google kérdőív

A válaszadók elsöprő többségben választották, hogy a zöldség-gyümölcs esetén használnak saját csomagolóanyagot. A többi esetben az 50%-os válaszarányt sem érték el, a pékáruk esetén még közel van az arány, de azért itt is 50% alatt marad, habár úgy gondolom, nem igényelne sokkal több odafigyelést, egy pékáru szállítása sem saját csomagolásban. A hústermékek és vegyiáru esetén rendkívül kis számban jelölték, hogy saját eszközt használnak, valószínűleg azért, mert ezek a termékek nagyobb gondosságot igényelnek. Főként a folyékony vegyiáru esetén gondolom azt, hogy nehezen kivitelezhetőnek tartják a saját csomagolást, emiatt itt valószínűleg még hosszútávon sem fognak megszűnni a csomagolások.

Ismer alternatív csomagolásokat?

150 válasz



38. ábra Ismer alternatív csomagolást?

Forrás: Google kérdőív

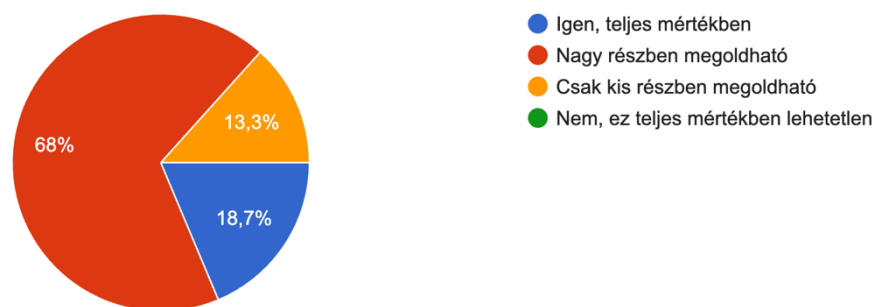
A csomagolásmentes boltok mellett, amire nagy többségben olyan válasz érkezett, hogy nem ismerik a fogyasztók, az az alternatív csomagolás.

Ez abból adódik valószínűleg, hogy nincsenek valójában ilyenek napjainkban. Akik azt válaszolták, hogy ismernek ilyen, ők többnyire a vászontáskát, befőttesüveget, papír táskát, és hálókat emelték ki. Olyan csomagolást, amit a fogyasztó gyűjtőcsomagként tud alkalmazni, főként a már előre becsomagolt termékek esetén. Olyan, számukra alternatívát, amiben el tudja kényelmesen szállítani, nem pedig olyan csomagolást, amivel esetlegesen a termék adott csomagolása lenne helyettesíthető. A mélyinterjúm válaszaira is az volt a jellemző, hogy nincs is jelenállás szerint alternatíva, csupán környezetkímélőbb megoldás a hagyományos csomagolóanyagok helyett.

Kérdőívemben kíváncsi voltam, a fogyasztók hogyan vélekednek arról, hogy a csomagolóanyagokat le lehet-e cserélni. A válaszadók többsége meglepő módon azt mondta, hogy igen teljes mértékben, vagy nagy mértékben le lehet cserélni őket. Akik azt válaszolták, hogy nagy mértékben le lehet cserélni 68,2%-a volt a teljes válaszadóknak. A válaszadók között olyan nem volt, aki azt gondolná, hogy ez teljes mértékben lehetetlen. Ezzel szemben a mélyinterjú válaszai teljesen ellentétesek. A csomagolás szakértők véleménye az ellenkező, azt gondolják, hogy a csomagolás nagyon is szükséges a termékek számára, legfőképp védelmi szempontok miatt.

Ön szerint le lehet cserélni a környezetszennyező csomagolóanyagokat?

150 válasz

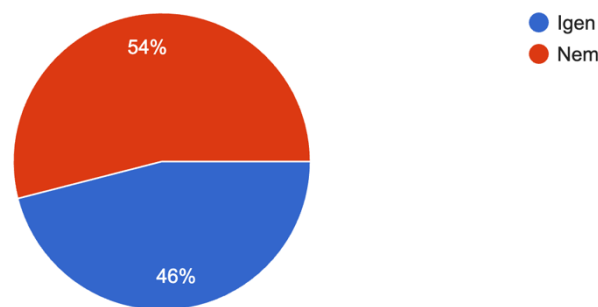


39. ábra Le lehet cserélni a csomagolóanyagokat?
Forrás: Google kérdőív

A csomagolásmentességnek marketingszempontról persze vannak hátrányai, ahogy ez a válaszokból is kiderült, mivel a parfüm esetén is befolyásoló tényező egy csomagolás és az eladó ezzel, tud hatni a vásárlóra. Azonban, ha nem lenne csomagolás, akkor megszűnnének a befolyásolhatóságok csomagolási szempontok alapján. Viszont ezen esteben sem lehetetlenednének el a marketing eszközök, mivel azért ebben az esetben is vannak szükségek tároló eszközökre, csak ebben az esetben tartósabb, időtállóbb csomagolásokról van szó. A csomagolásmentes termékek esetén is van szükség ismertetőkre, csak más-más módokon, több kreativitást igényelnek, de itt sem lehet elhagyni a termékleírást, tartalomleírást, felhasználási módokat, csupán más módszert kell rá kitalálni, viszont ez is jó lehetőség, hogy ily módon „fogják meg” a vásárlókat.

Bizonyos árucikkek pl. Parfüm vásárlása esetén, befolyásolja Önt választásának döntésében a csomagolás megjelenése?

150 válasz



40. ábra Befolyásolja-e a csomagolás megjelenése?

Forrás: Google kérdőív

7.1.2 Kvalitatív kutatás-mélyinterjú

Kvalitatív kutatásomat egy csomagolóanyagokat gyártó cég alkalmazottjaival, mégpedig a termelési és műszaki vezetővel, nyomtatási üzemvezetővel és stancolási üzemvezetővel, valamint a grafikai előkészítő és csomagolástervező, ragasztóüzem vezetőjével készítettem. Ezeknek az interjúknak a megvalósítása szeptember és október hónapban történt. A cég Európa meghatározó multinacionális csomagolóipari vállalatának magyarországi fióktelephelye. A cég főtevékenysége nyomtatott csomagolóanyag gyártás. Ofszet nyomtatási technológiával nyomtatott dobozokat és címkéket gyárt élelmiszeripari, gyógyszeripari, háztartási ipari és szépségipari megrendelők számára. Példák: fogkrémes doboz, égős doboz, gyógyszeres doboz, sajtos doboz, üdítő üveg és sörös üveg címkék. A cég dolgozóitól érdeklődtem afelől, hogy hogyan vélekednek arról, hogy van-e jövője a csomagolásoknak, hogyan értékelik a jelenlegi helyzetet? Erre a kérdésre egyértelmű, egyhangú választ kaptam arra, hogy véleményük szerint még belátható időn belül nem fognak eltűnni a csomagolóanyagok, csupán annyi változást látnak, hogy a műanyag egyre kisebb mértékben kerül felhasználásra, valamint az újrahasznosíthatóság játszik fontos szerepet. Úgy vélekedtek erről is, hogy vannak cégek akiknél egy viszonylag gyors átállás figyelhető meg műanyag helyett papírra/kartonra, azonban egyes cégek esetén ez is csupán hosszútávú tervek között szerepel. A válaszadók egytől egyig úgy gondolják, hogy a jelenlegi csomagolásokra nincs alternatíva. A műanyag csomagolásokat is csak csökkenteni lehet, nem lehet teljesen megszüntetni azokat a csomagolásokat sem, némely termék állaga miatt. Az egyik dolgozó nagyon jól összefoglalta véleményét, amiről elmondhatom, hogy a többiek is így vélekedtek általánosan:

- *„A csomagolások létjogosultsága vitathatatlan. A hosszú ellátási láncok, a termékek szállítása, biztonságos tárolása miatt a használatuk kikerülhetetlen. Alternatíva szerintem nem létezik. A csomagolások tekintetében a legégetőbb megoldandó feladatnak egy-egy termék csomagoló anyag szükségletének csökkentését és a műanyag csomagolások papír alapú megoldásokra történő cseréjét gondolom. A műanyaggal kasírozott karton sok esetben felmerül alternatívaként, amely anyagok környezet terhelése nem sokban különbözik a műanyagétól. Ezen anyagok újrahasznosítása megoldatlan probléma. Sajnos vannak olyan termékek, amelyek állaga miatt nincs alternatívája a műanyagnak. Az ilyen esetekben a felhasznált műanyag mennyiségének a csökkentése lehet célravezető.”*

Ahogy arra már többször is tettem említést dolgozatomban, hogy a csomagolások rendkívül jó marketing eszközök, és ezt előszeretettel alkalmazzák is, ezt a cég dolgozói is megerősítették:

- *„Nagy hangsúlyt fektetnek a megrendelőink a termékeik csomagolásuk általi kiemelésére. A design meghatározó módja annak, hogy a termék jobban eladható legyen, illetve a termék mechanikai védelme kiemelt jelentőségű.”*
- *„...a termékek hatékonyabb eladását szolgálja egy jól megtervezett csomagolás. Rengeteg hasznos információt tartalmaznak a csomagolóanyagokon a leírások, melyek nagyon sok esetben törvényileg előírt információk (pl.: összetétel, allergiákra való felhívás, felhasználás módja stb.)”.*

Úgy gondolom ebben a kérdésben is a gazdasági szerepek játszanak nagyobb szerepet, gondolok itt az eladhatóságra háttérbe szorítva a környezetre gyakorolt káros hatásait.

A második kérdésem az alternatív lehetőségekre irányult, hogy létezik-e célravezető alternatíva? Erre viszonylag különböző válaszokat kaptam, habár összességében az volt jellemző, hogy nem látnak alternatív megoldást. Alternatívaként csupán a környezetbarátabb megoldásokat látják, vagy esetlegesen a csomagolásmentes üzleteket, viszont egyértelműen amellet az álláspont mellett foglalnak helyet, hogy a csomagolásra szükség van. Az egyik válaszadó szerintem rendkívül jól összefoglalta, erre a kérdésre gondolatait:

- *„Nem látok alternatív megoldást. Mindegy, hogy a jövőben hogyan nevezzük a csomagolást, a termékkel valamilyen módon együtt fog járni. Szállítani mindenképp kell valahogy, ami alatt a mechanikai sérülésektől az időjárástól, stb. meg kell védeni.”*

Emellett a válasz mellett, ami kiemelkedett, többen is megfogalmazták, hogy alternatívaként a csomagolásmentes üzleteket látják egyedülként, viszont megfogalmazzák azt is, amit a kérdőívekből is kiderült, hogy elenyésző kezdeményezés van ezekre a típusú üzletekre, ahhoz, hogy ez felváltsa a hagyományos üzleteket. Egyikük így fejezte ki:

- *„Alternatív megoldásként a csomagolásmentes boltok bevezetését, a „termelőtől a vásárlóig stratégiát” gondolom. Sajnos ezek a kezdeményezések elenyészők ahhoz a megnövekedett csomagolóanyag igényhez képest, amit a globális népességnövekedés és a 3. világ fejlődő gazdaságai generálnak. Egyetlen megoldás, ami enyhítheti a világ csomagolóanyag terhelését, az az újrahasznosíthatóság maximalizálása. A betétdíjas rendszer mielőbbi bevezetése, a lakosság tudatos szelektív hulladék gyűjtésre nevelése, a hulladék gazdálkodók szigorúbb ellenőrzése az egyetlen járható út, ami enyhíthet ezen a problémán.”*

A betétdíjas rendszert is kiemelte válaszádom, ami felé Magyarország elindult már egy úton és a jövő évtől bevezetésre kerül országunkban is a betétdíjas rendszer, ez előreláthatólag talán egy nagyobb lépést jelenthet. Emellett a lakosság tájékoztatása is fontos szempont, már kisgyermek korban az oktatási intézményekben el kell kezdeni a gyermekek környezettudatos nevelését. Úgy gondolom ez jelenleg is aktívan működik már a bölcsődéktől elkezdve, óvodákon, iskolákon át. Talán ebben inkább a felnőttek oktatása, figyelmének felhívása marad el inkább.

Harmadik kérdésem, a kérdőívben is megjelent, azonban erre kíváncsi voltam a szakbában dolgozó emberek véleményére is, mivel ők ezt a helyzetet, gazdasági szempontok alapján is jobban tudják értékelni. Kérdésem ebben az esetben arra terjedt ki, hogy megszüntethetőek-e a jelenlegi csomagolások, vagy mindig is megmaradnak a hagyományos megoldások is? Itt a kérdőíves válaszokhoz képest elég ellentétes válaszokat kaptam:

- *„Teljes mértékben nem megszüntethető, mert a piaci verseny szükségessé teszi az egyedi megjelenést, valamint az információhordozás számos esetben megoldhatatlan csomagolóanyag nélkül.”*
- *„Úgy gondolom, hogy nem szüntethetők meg ezek az anyagok. Ahhoz, hogy egy anyag tökéletes csomagolásként működjön (aroma tartás, UV állóság, nedvesség elleni védelem, fizikai védelem...), olyan paraméterekkel kell rendelkeznie, ami miatt nehezen bomlik le. Sajnos én nem hiszem, hogy talál az ipar olyan anyagokat, ami megtestesíti a tökéletes csomagolás fogalmát és mindennemű környezet terhelés nélkül lebomlik pár hét, hónap alatt.”*

Ezek a válaszok teljes mértékben a másik oldalt képviselik a kérdőívhez képest, a fogyasztók nagy többségben azt a választ adták, hogy megszüntethetőek a csomagolások, azonban a szakemberek pontosan az ellenkező véleményt képviselik, hogy sosem lesz megszüntethető a csomagolás, mivel nélküle a termékvédelem megoldhatatlan lenne. Belátható időn belül nem számítanak olyan anyag felfedezésére, ami helyettesíteni tudná a jelenlegi anyagokat. A kutatások jelenleg nem olyan fejlettek, hogy a közeljövőben számítani lehetne arra, hogy lecserélhetőek lennének a csomagolások.

Negyedik kérdésem esetén, arra kerestem választ, hogy Érzékelhető-e változás a megrendelésekben? Esett vissza a csomagolóanyagok megrendelésének mértéke, vagy jelenleg még nem látható változás? Itt előzetesen azt gondoltam, hogy a megrendelések mértéke a csomagolásmentességre való törekvések miatt fog visszaesni, azonban a válaszok nem ezt

erősítették meg. A válaszok alapján az az eredmény született, hogy a megrendelések visszaestek az előző évhez képest viszont teljesen más okok miatt. Egyértelműen gazdasági hatásokra lehet visszavezetni a visszaesést. A következő válaszokat kaptam, a témában érintett dolgozóktól:

- *„A COVID és az orosz-ukrán háború miatt kialakul recesszió miatt a fogyasztás hangsúlya az alapvető termékekre koncentrálódott. A luxus vagy nem feltétlenül szükséges termékek csomagolóanyagjára jelenleg még akkora kereslet sincs, mint a COVID alatt. Vélhetően a recesszió elmúltával ez a folyamat visszaáll az eredeti szintre.”*
- *„2022-es évhez viszonyítva visszaesés tapasztalható, aminek valószínűleg a magas inflációs környezet a legfőbb kiváltó oka.”*
- *„A tavalyi évhez képest jelentősen visszaesett a megrendelések mértéke.”*
- *„Igen, esett vissza, de ez nem a csomagolóanyagok iránti kereslet csökkenése miatt van, hanem éppen olyan partnereink vannak, akiket jobban megviselt a gazdasági visszaesés. A csomagolóanyagok iránti kereslet globálisan növekedni fog a következő években.”*
- *„Igen van visszaesés a 2023-as évben, főleg a drágább termékeknél, drágább csokoládé vagy illatosító dobozoknál. Tavalyi évben volt egy nagy fokú drágulás az alapanyagoknál az energia árak emelkedése miatt. Érezhető a vásárlók részéről, hogy kevesebb a pénz van és tudatosabb a vásárlás.”*

Összességében a fogyasztók anyagi helyzete miatt és a világ szintű gazdasági problémák okozzák a csomagolóiparban tapasztalt visszaesést.

Fontosnak tartom, hogyha valamilyen problémával állunk szemben legyen rá mihamarabb valami megoldás, emiatt kérdeztem meg, hogy esetleg van-e valami jövőbeni terv, amin dolgoznak, ha olyan nagy mértékű visszaesés lenne, hogy helyettesíteni kellene a hagyományos termékeiket. Erre a kérdésemre egy nagyon pozitív visszajelzést kaptam véleményem szerint:

- *„Szerencsére a vevőink maguktól is rájöttek, hogy a jövő generáció érdekében változtatniuk kell a csomagolóanyagokkal kapcsolatos stratégiájukon. Szinte minden megrendelőnk azon dolgozik, hogy csökkentse karbon lábnyomát. Ennek érdekében csökkentik karton csomagolásaikhoz szükséges alapanyagfelhasználást és folyamatosan keresik műanyag csomagolásaik alternatíváját kartonból. Ebben három fős tervező*

csapatunkkal maximálisan a segítségükre tudunk lenni. Számos projektünk sikeresen megvalósult ebben a témakörben.”

Jó hallami arról, hogy a megrendelők is sajátjukként kezelik a környezettudatosságot és próbálják saját megrendeléseiket is afelé alakítani.

A következő kérdésem is efelé bontakozott ki, hogy hogyan próbálnak fenntarthatóbbak lenni, amire szintén olyan válaszokat kaptam, miszerint elindultak a csomagolásgyártók is egy jó úton a fenntarthatóság felé:

- *„Egyre nagyobb igény mutatkozik a megrendelőink részéről az ellenőrzött forrásból származó alapanyag beszerzésére (FSC tanúsított karton, illetve papír). Törekszünk a saját gyártási hulladékunk újrahasznosíthatóságára.”*
- *„Mindent megteszünk annak érdekében, hogy a keletkezett hulladékainkat külön kezeljük és újrahasznosításra visszaforgassuk.”*
- *„Fenntarthatósági, gazdaságossági szempontból kiemelt prioritást élvez, hogy karton dobozaink gyártása során a lehető legkevesebb hulladék keletkezzen.”*
- *„Napelemeket szeretnénk használni ennek a projektje folyamatban van.”*
- *„Van olyan megrendelő, akivel közösen a műanyaghasználatot karton alapú eszközökkel kiváltottuk”*

Elmondható a válaszok alapján, hogy mint a gyártó, mint pedig a megrendelő számára fontosak a fenntarthatósági szempontok és azt szem előtt is tartják, keresnek rá különböző megoldásokat, ami legtöbbször a műanyag csökkentésével jön létre.

7.1.3 Eredmények

Hipotézis (1) A fogyasztók nyitottak a környezet védelme érdekében lépéseket tenni vásárlásaik során is.

Az alábbi kérdések segítettek a hipotézis alátámasztásában:

- Kérdőív 1. kérdésével: Fontosnak tartja a környezetvédelmet?
- Kérdőív 5. kérdésével: Bevásárlások alkalmával saját csomagolóanyagot használ? (pl. saját vászontáska)
- Kérdőív 7. kérdésével: Jó dolognak tartja, hogy a legtöbb üzletben csak díj ellenében lehet már csak zacskót kapni?

Az első számú hipotézisem több válasszal is bizonyítható volt, az eredmény alapján is szerencsére az előzetes várakozásaim teljesültek be. A kérdőívem 1. kérdése is egyike azoknak, amivel bizonyítani tudom. Arra, hogy fontosnak tartják-e a környezetvédelmet 100%-ban mindenki azt válaszolta, hogy igen fontos számára. A 100%-os válaszarányban nagyon bíztam, mivel, ha már valaki ezt bevallja, hogy fontos számára, akkor talán tesz is annak érdekében. Ezt a kérdést tovább bontottam afelé, hogy mit tesznek érdekében. Itt a választható opciók közül senki sem választotta azt, hogy nem tesz semmit az előbbre lépés érdekében. A kérdőívem 5. kérdése is segít alátámasztani a hipotézisemet. 79,3%-ban arra a kérdésre is igen válaszok születtek, hogy saját csomagolóanyagot használnak-e bevásárlások alkalmával. Számomra ez meglepő visszajelzés, mivel nem gondoltam, hogy már sikerült ilyen nagy százalékban átállni a vásárlóknak az újdonságokra, mint például, hogy saját vászontáskát vigyenek magukkal. Ha jól belegondolunk ez egy kicsivel több szervezést igényel, mivel kell, hogy legyen nálunk megfelelő mennyiségben csomagolóanyag, ennek ellenére a fogyasztók többsége gyorsan hozzászólt és viszi is magával a bevásárlásokra.

Tézis (1) A fogyasztók nyitottak a környezet védelme érdekében lépéseket tenni vásárlásaik során is.

Hipotézis (2) Nem létezik jövő a csomagolások számára, a környezetvédelem miatt nagyobb hangsúlyt kap a csomagolásmentesség.

Cáfolni tudjuk:

- Mélyinterjú 3. kérdésével: Véleménye szerint megszüntethetőek a jelenlegi csomagolások, vagy mindig is megmaradnak az eddigi megoldások is?
- A szakemberek véleményével ellentétben áll a kérdőív eredménye, ami a fogyasztók fejében élő kép csupán

Kutatásom elvégzése előtt azt gondoltam, hogy a csomagolóanyagot gyártó cégek, már elindultak más irányba főtevékenységük miatt, más alternatívát keresni, de meglepődve tapasztaltam, hogy ők nem látják azt, hogy a csomagolások jövőjének vége. A szakemberek véleménye az, hogy megmaradnak a csomagolások továbbra is, csupán anyagukban változnak, kevesebb műanyag felhasználásával készülnek. A jelenlegi csomagolások olyan szerepet töltenek be, amit eddig még másnak nem sikerült és belátható időn belül nem is valószínű, hogy megszüntethetőek lesznek. Amit nagyon fontos kiemelni, hogy a csomagolások elsődleges funkciója a védelem. A dolgozók meglátásai szerint a megrendelőik, most is nagy hangsúlyt fektetnek a marketingre is kihasználva a csomagolás adottságait, szükségességét, ami nagy

hatással van a vevőikre, ezért sem gondolnák, hogy elhagynák egyik bevált marketingeszközüket.

Tézis (2) Létezik jövő a csomagolások számára, mivel olyan funkciókat töltenek be, ami jelenleg pótolhatatlan.

Hipotézis (3) Az idősebb (40 év feletti) korosztály nagyobb hangsúlyt fektet a csomagolások külsejére, mint a fiatalabb (40 év alatti) generáció.

Cáfolni tudjuk a hipotézist:

- Kérdőív korosztályos bontásával
- Kérdőív 14. kérdésével: Bizonyos árucikkek pl. Parfüm vásárlása esetén, befolyásolja Önt választásának döntésében a csomagolás megjelenése?

Amikor megfogalmaztam a hipotéziseimet, a kutatás előtt, úgy gondoltam, hogy az idősebb korosztály nagyobb hangsúlyt fektet a csomagolásokra, jobban lehet őket befolyásolni. Azonban a fogyasztói magatartás vizsgálat során kiderült, hogy a fiatalabb generáció sokkal nagyobb mértékben törődik a csomagolások megjelenésével, és nem a tartalmával foglalkozik első körben. Az igennel válaszolók - akiket befolyásol a csomagolás kinézete – 62%-ban 40 év alatt vannak és csupán 37%-a 40 év alatti, azoknak, akikre hatással van a csomagolás megjelenése. Számomra ez meglepő volt, mivel azt gondoltam, hogy az idősebbeket könnyebb rábeszélni dolgokra, de úgy tűnik rájuk nem gyakorol olyan hatást. Talán utólag visszagondolva, elég érthető eredmény, mivel a fiatalabbaknak nincsen akkora tapasztalata még és csupán az első benyomás után tudnak dönteni.

Tézis (3) A fiatalabb (40 év alatti) korosztály fektet nagyobb hangsúlyt a csomagolásra egy termék kiválasztása esetén, nem pedig az idősebb (40 év feletti) korosztály.

Hipotézis (4) Magyarországon kevésbé elterjedtek az alternatív csomagolási megoldások és csomagolásmentes boltok.

Bizonyítani tudjuk, az alábbi kérdésekkel:

- Kérdőív 10. kérdésével: Járt már csomagolásmentes üzletben?
- Kérdőív 11. kérdésével: Ismer alternatív csomagolásokat?

A válaszadók 74,7%-a nem járt még csomagolásmentes üzletben, ami valószínűleg az ilyen típusú üzletek csekély száma miatt lehetséges. Napjainkban Magyarországon nem olyan elterjedt jelenleg az ilyen üzlettípus. Valamint emelet az is kiderült, hogy hazánkban nincsenek

még alternatív megoldások a csomagolások terén, ami az oka annak is, hogy akik válaszoltak 64%-a nem ismer alternatívát. akik azt válaszolták, hogy ismernek az utána következő kérdésből, ami kifejtős volt kiderült, hogy nem alternatívát, csupán környezetkímélőbb csomagolást ismernek. Tehát elmondhatjuk, hogy a hagyományos csomagolásoknak továbbra is van jövője és létjogosultsága Magyarországon.

Tézis (4) Magyarországon kevésbé elterjedtek az alternatív csomagolási megoldások és csomagolásmentes boltok.

Hipotézis (5) Az emberek többsége elítéli, hogy fizetni kell a boltokban a zacskóért.

Cáfolni tudjuk ezt a hipotézist:

- Kérdőív 8. kérdésével: Jó dolognak tartja, hogy a legtöbb üzletben csak díj ellenében lehet már csak zacskót kapni?
- Kérdőív 9. kérdésével: Miért gondolja ezt?

Előzetesen azt gondoltam, hogy az emberek elítélik, hogy az üzletekben külön fizetni kell már, ha ott kapható újrahasznosított zacskót használunk. Ennek ellenére a válaszok azt bizonyítják, hogy nagy többségben pozitívan állnak hozzá és értékelik a fenntarthatósági törekvéseket. 65,3%-ban jó dolognak tartják és úgy vélekednek róla, hogy ezáltal kevesebbet használnak belőle az emberek és jobban meggondolják mennyit vesznek el belőle, nem pazarolnak. Voltak akik nem értenek egyet a díjszabályozással, de ez jóval kisebb százalék, mint amire számítottam. Akik nem értenek vele egyet ők kicsinyes döntésnek látják, hogy az amúgy is drága termékek mellé még a csomagolásért is fizetni kell, hogy haza tudják vinni valamiben. Összességében úgy gondolom pozitív volt a visszajelzés, mert nagy részben úgy gondolják a fogyasztók, hogy ezzel csökkenthető a csomagolási hulladék mennyisége.

Tézis (5) Az emberek többsége pozitívan értékeli, hogy fizetni kell a boltokban a zacskóért.

8. Összegzés

Kutatásom során rendkívül sok nyilatkozatot, cikket olvastam, amikből olyan információkhoz jutottam, amire előtte nem is gondoltam volna, amikor a csomagolás szó jutott eszembe. Amikor a csomagolás jövőjét említettem, mindenkinek elsősorban a nejlon zacskó és a kartondoboz jutott eszébe. Azonban, ahogy a kutatásomban ezt be is mutattam a csomagolások életútja nem ilyen egyszerű. Ahhoz, hogy egy csomagolás valóban azt a célt szolgálja, amire

elképzelték, hosszú tervezési folyamaton kell keresztülmennie. Kutatásom során kvantitatív és kvalitatív módszereket is alkalmaztam, hogy a csomagolások helyzetét minél szélesebb körben megismerhessem. Kíváncsi voltam, hogy vajon a fenntarthatósági vagy gazdasági szempontok kerülnek előtérbe a csomagolások terén. A kérdőívemnél pozitív volt, hogy a fiatalabb generáció is milyen nagy mértékben nyit az újítások felé és nem utasítják azt vissza, sőt a gyakorlatban is rendkívül sokrétűen alkalmazzák a hagyományostól eltérő új csomagolási opciókat. Amit elsősorban kiemelnék a csomagolások terén, hogy a marketing napjainkban sokkal nagyobb szerepet tölt be, mint az gondoltam, a csomagolások napjainkban a marketing szempontjából kiemelkedő szerepet játszanak. Egy jó marketinggel bármi eladható. Marketingszempontból is vizsgáltam a csomagolásokat és nagyon érdekes eredményeket kaptam. A csomagolások vizsgálatakor többször éreztem azt, hogy a marketing nagyobb szerepet játszik, mint a fő védelmi funkciók, például a szállíthatóság esetén. Nem gondoltam, hogy a csomagolás ilyen mértékben befolyásolja a vásárlókat, olyan esetekben is, mint például a parfüm vásárláskor, ahol alapvetően tényleg csak védelmi szerepet kellene, hogy betöltsön a csomagolóanyag, ami nem kerül semmiféle felhasználásra, miután használni kezdjük a terméket. Mégis a kérdőívem estén is azt a visszaigazolást kaptam a válaszokból, hogy a válaszadók többsége egy ilyen esetben is dönt a csomagolás alapján, nem az illat az elsődleges szempont. A marketing számára tehát rendkívül hasznos szerepet tölt be a csomagolás olyan tekintetben, hogy információs felületet biztosít. Csomagolás nélkül csupán a termék maga maradna, hogy „eladja magát”. Természetesen abban az esetben is meg kell keresni a módját a termékinformációk közlésére, azonban akkor jóval csekélyebb az lehetőség marketingeszközök használatára, a vásárló meggyőzésére. Ez a tény visszaigazolódott a mélyinterjúm során is, amikor a megkérdezett csomagolásokkal foglalkozó cég is azt a választ adta, hogy a vevők is nagy hangsúlyt fektetnek a megjelenésre. A szakemberektől is az a válasz érkezett vissza nagyrésztben, hogy a csomagolások szükségesek és nem helyettesíthetőek könnyedén. Jelenlegi próbálkozások estén nem gondolom, hogy az út vége a csomagolásmentesség lenne, amit az ezen a területen dolgozók is megerősítettek. Inkább arra törekednek, hogy a csomagolás fenntarthatóbb legyen, mivel védelmi és szállíthatósági szempontból sem elhanyagolható teljes mértékig a csomagolóanyag, valamint véleményem szerint, amíg ez az útja annak, hogy a csomagolás eladhatóbb legyen a kereskedők, nem fognak maguk ellen dolgozni, ezáltal, nincsenek arra ösztönözve, hogy csomagolásmentes terméket gyártsanak. A vásárlók nagyon befolyásolhatóak, mégpedig úgy, hogy közben észre sem veszi azt, hogy befolyásolva vannak tudat alatt. A vásárlók sokszor bele sem gondolnak, hogy nem minden az, aminek látszik és nem a külsőségekre kellene adni. Úgy gondolom, amíg így lehet az embereket befolyásolni,

addig igenis a csomagolások fognak nyerni, mivel az eladók sem fognak arra törekedni ebben az esetben, hogy minél kevesebb csomagolóanyagot használjanak, ha így több terméket adhatnak el. A kutatások, mind a kvalitatív, mind pedig a kvantitatív kutatás azt bizonyította, hogy a csomagolások, nem tudnak teljesen eltűnni és talán gazdasági okokból nem is szándékoznak. Ezen tények mellett én úgy gondolom mégis, hogy a csomagolásmentes boltok nagyban segíteni tudnák a csomagolásmentességet és úgy sem kellene teljesen eltüntetni a marketinget a csomagoláséletből, mivel nagy csomagokat is lehet címkézni, sőt ugye szükséges is tartalmuk, összetevőik és egyéb szabályozások miatt, azonban nagyobb kreativitást igényelne.

Több utalással is találkoztam a mélyinterjúk során, ami arra vonatkozott, hogy egyedülként talán a csomagolásmentes üzletek elterjedése jelentene a csomagolást gyártó cégekre veszélyt. Azonban emellett én megoldási javaslatként a csomagolások elhagyására, a csomagolások jövőjének megszűnésére, pont ezt tudnám megfogalmazni, hogy a csomagolásmentes boltokkal ki lehetne szorítani a hagyományos csomagolásokat. Habár ebben az esetben is szükségesnek látom a csomagolásokat, de teljesen más mértékben és módon. Ez a módszer átalakításokat igényelne a csomagolástechnikában is, de úgy gondolom itt sem lehetetlen becsempészni a marketing eszközöket sem és véleményem szerint működőképes tudna lenni, csupán hozzá kellene szokni.

Ha minden érvet összevetünk, akkor is be kell vallanom, hogy nincs egyszerű dolgunk a csomagolás mellet vagy ellen letenni voksunkat. Mivel jól látható, hogy a csomagolásra azért van szükség elsősorban, hogy a termék védelmét szolgálják, csupán leleményességből egyéb dolgokra is használva lettek, mint például információ hordozásra és a marketing eszközeinek kiváló kihasználására is. Belátható időn belül tehát valószínűleg a csomagolások még életünk részét fogják képezni, csak egyre fenntarthatóbb módon, egyre kevesebb energiát igénylő anyagból, műanyagszegényebben.

9. Irodalomjegyzék

Szakkönyvek:

Dörnyei Krisztina Rita (2019): Csomagolásmenedzsment, Kossuth kiadó

Horváth Dóra-Mitev Ariel (2023): Alternatív kvalitatív kutatási kézikönyv, Alinea kiadó

Bauer András- Berács József-Kenesei Zsófia (2017): Marketing alapismeretek, Akadémiai kiadó

Becker György [et.al.] (2011) : Termékélmény, Budapest; Akadémiai Kiadó

Kotler, Philip (2012): Marketingmenedzsment, Akadémiai Kiadó

Reketye Gábor (2018): Értékteremtés 4.0., Akadémiai Kiadó

Jogszabályok:

442/2012. (XII. 29.) Korm. rendelet a csomagolásról és a csomagolási hulladékkal kapcsolatos hulladékgyűjtési tevékenységekről:

<https://net.jogtar.hu/jogszabaly?docid=a1200442.kor> Letöltés: 2023.09.11. 14:44

Szakmai, tudományos cikkek:

Dörnyei Krisztina Rita: csomagolásmenedzsment.info: URL:

https://csomagolásmenedzsment.info/blog/2021/3/19/eheto_csomagolas Letöltés: 2023.06.22. 9:17

SZIE Logisztikai és Szállítmányozási Tanszék: Csomagolás I. -

http://www.sze.hu/fk/anyag/Csomotechnika_1eloadas_%20csom_jelentosege_stb.pdf Letöltés: 2023.06.22. 9:26

<https://szvarians.hu/tudastar/mi-is-az-a-csomagolastechnika/> Letöltés: 2023.06.22. 9:39

Horváth Dóra, Bauer András (szerk.): Marketingkommunikáció: URL:

https://mersz.hu/dokumentum/dj58m__146/ Letöltés: 2023.07.12. 21:11

<https://net.jogtar.hu/jogszabaly?docid=a1200442.kor> Letöltés: 2023.07.12. 20:13

Belayane Najoua: Alternatív csomagolás a műanyag helyett.: URL:

<https://munch.hu/2020/11/27/automatikus-vazlat-3/> Letöltés: 2023.08.08. 13:46

<https://budadoboz.hu/zold-csomagolas/> Letöltés: 2023.09.02. 17:35

<https://www.ksh.hu/sdg/3-30-sdg-13.html> Letöltés: 2023.07.21. 18:18

Damini: Packaging Management: A Complete Guide. – deskera.com, 2023. – URL: <https://www.deskera.com/blog/packaging-management/> Letöltés: 2023.07.21. 19:09

Dörnyei, Krisztina Rita, Viktória Bebők, and Daniella Horváth.: „A csomagolás két vizuális elemének, a színnek és a formának a szerepe a figyelemfelkeltés és a termék beazonosítása során.” Marketing & Menedzsment 47.4 (2013): 3-12. – URL: <https://journals.lib.pte.hu/index.php/mm/article/download/653/536> Letöltés: 2023.07.21. 19:16

Howells, Amber. – The complete packaging management guide. 2023. – URL: <https://filestage.io/blog/packaging-management/> Letöltés: 2023.07.21. 21:23

A csomagolás a logisztikában egy fontos hatékonysági tényező (2018 július 30.): URL: <https://transpack.hu/2018/07/30/a-csomagolas-a-logisztikaban-egy-fontoshatekonysagi-tenyezo/> Letöltés: 2023. 08. 09. 08:09

Pató Gáborné Dr. Szűcs Beáta Csomagolás: URL: https://www.nive.hu/Downloads/Szakkepzesi_dokumentumok/Bemeneti_kompetenciak_meresi_ertekelesi_eszkozrendszerenek_kialakitasa/17_0118_tartalomelem_010_munkaanyag_100331.pdf 2023.08.09. 8:23

Böröcz Péter és Mojzes Ákos A csomagolás jelentősége a logisztikában TRANSPACK CSOMAGOLÁSI ANYAGMOZGATÁSI MAGAZIN 8:(2) pp. 28-32. (2008) URL: https://www.researchgate.net/profile/Peter-Boeroecz/publication/318279560_A_csomagolas_jelentosege_a_logisztikaban/links/595fb3ceaca2728c11871304/A-csomagolas-jelentosege-a-logisztikaban.pdf

A csomagolás, mint logisztikai tényező (2022. aug. 5.) URL:<https://newtechnology.hu/a-csomagolas-mint-logisztikai-tenyezo/> Letöltés: 2023.08.11 22:47

FuvarBLOG (2020.09.30) URL: <https://fuvar.hu/blog/csomagolas/> Letöltés: 2023.08.11. (23:05)

Csomagolás a marketing-logisztikában (2015. november 14. 23:09) - Marketingmoments URL: https://marketingmoments.blog.hu/2015/11/14/csomagolas_a_marketing-logisztikaban Letöltés: 2023.08.12. 10:23

Tóth Éva A csomagolás szerepe URL: <https://docplayer.hu/2521427-A-csomagolas-szerepe-csomagolas-mai-elvarasok-kornyezetvedelem.html> Letöltés: 2023.08.12. 10:48

Mihály Zsolt – Dr. Lelkes Zoltán – Dótsai Tamás LOGISZTIKAI ALAPISMERETEK URL:
https://oszkdk.oszk.hu/storage/00/03/17/35/dd/1/05_Mih_ly_Zsolt_Dr_Lelkes_Zolt_n_D_sai_Tam_s_Logisztikai_alapismeretek.pdf Letöltés: 2023.08.12. 11:07

Transpack-2022/IV. lapszám cikke A csomagolás jövője (2022 szeptember 15.) URL:
<https://transpack.hu/2022/09/15/csomagolas-vilagjarvany-uj-korszakba-leptette-csomagolasi-megoldasokat-csomagolas/> Letöltés: 2023.08.12. 11:36

A csomagolás jövője, a jövő csomagolása (2023 március 3) URL:
<https://printandpacktech.hu/a-csomagolas-jovoje-a-jovo-csomagolasa/> Letöltés: 2023.08.12. 12:58

Tengeri hínár: a fenntartható csomagolás jövője? URL:
<http://korkorosgazdasag.hu/egypercesek/tengeri-hinar-a-fenntarthato-csomagolas-jovoje/>
Letöltés: 2023.08.12. 13:32

Csomagolási trendek - fenntarthatóság és profit egyensúlya URL:
<https://parainesis.hu/csomagolasi-trendek-fenntarthatosa-es-profit-egyensulya> Letöltés:
2023.08.12. 13:46

Zsolt Miklos A csomagolás jövőjéről kérdezett a HVG (Dec 8, 2017) URL:
<https://www.linkedin.com/pulse/csomagol%C3%A1s-j%C3%B6v%C5%91j%C3%A9r%C5%91l-k%C3%A9rdezett-hvg-zsolt-miklos?trk=mp-reader-card> Letöltés: 2023.08.24. 20:50

Vízben oldható csomagolás házhozszállításához URL:
<https://www.packradar.hu/2020/03/10/vizben-oldhato-csomagolas-hazhozszallitashoz-2/>
Letöltés: 2023.10.03 9:45

MELLÉKLETEK

Kérdőív kérdései:

1.Korosztály:

Válaszlehetőségek:

- 18 alatt,
- 18-20 év,
- 20-30 év,
- 30-40 év,
- 40-50 év,
- 50 felett

2.Fontosnak tartja a környezetvédelmet?

Válaszlehetőségek:

Igen/Nem

3.Milyen lépéseket tesz ennek érdekében?

Válaszlehetőségek:

- Külön gyűjtöm a különböző típusú hulladékokat,
- Csomagolásmentes boltokat részesítem előnyben,
- Az üzletekben saját, újrahasznosítható csomagolóanyagot használok,
- Előnyben részesítem az újrahasznosított termékeket,
- Amit lehet többször is hasznosítok,
- Nem pazarlom az ételt,
- Nem tartom fontosnak, ezért nem teszek lépéseket sem Földünk megóvása érdekében, egyéb.

4.Ha az előző kérdésre az "egyéb" opciót választotta, kérem írja le mire gondolt:

5.Oktatási intézményben/munkahelyen/ szabadidős létesítményekben milyen környezetvédelmi törekvésekkel találkozott már? (pl. plakát, szelektív szemetesek, motivációs "versenyek"/játékok.....)

6.Bevásárlások alkalmával saját csomagolóanyagot használ? (pl. saját vászontáska)

Válaszlehetőségek:

Igen/Nem

7. Ha az előző kérdésnél igennel válaszolt, milyen típusú termék/termékek esetén használ saját csomagolóanyagot?

Válaszlehetőségek:

Zöldség-gyümölcs,

Pékáru,

Hústermékek,

Vegyiaru,

Egyéb

8. Jó dolognak tartja, hogy a legtöbb üzletben csak díj ellenében lehet már csak zacskót kapni?

Válaszlehetőségek:

Igen/Nem

9. Miért gondolja ezt?

10. Járt már csomagolásmentes üzletben?

Válaszlehetőség:

Igen/Nem

11. Melyik üzletet preferálja?

Válaszlehetőség:

Általános üzlet/ csomagolásmentes üzlet

12. Ismer alternatív csomagolásokat?

Válaszlehetőségek:

Igen/Nem

13. Ha az előző kérdésre igennel válaszolt, mik azok az alternatívák, amiket fel tud sorolni?

14. Ön szerint le lehet cserélni a környezetszennyező csomagolóanyagokat?

Válaszlehetőségek:

Igen teljes mértékben,

nagyrészből megoldható,

csak kismértékben,

nem ez teljes mértékben lehetetlen

15. Bizonyos árucikkek pl. Parfüm vásárlása esetén, befolyásolja Önt választásának döntésében a csomagolás megjelenése?

Válaszlehetőségek:

Igen/Nem

Mélyinterjú kérdései:

1. Mivel foglalkozik az Önök cége? Kérem ismertesse kicsit a főtevékenységüket!
2. Én a csomagolóanyagokkal kapcsolatban végzek kutatást, azzal kapcsolatban, hogy létezik-e jövő számukra, vagy vannak-e jelenleg ezzel kapcsolatban alternatívák? Ön hogyan látja a csomagolások jelenlegi helyzetét általánosan?
3. Létezik célravezető alternatív megoldás? Ön hogyan értékeli a jelenlegi helyzetet e tekintetben?
4. Véleménye szerint megszüntethetők a jelenlegi csomagolások, vagy mindig is megmaradnak az eddigi megoldások is?
5. Érzékelhető-e változás a megrendelésekben? Esett vissza a csomagolóanyagok megrendelésének mértéke, vagy jelenleg még nem látható változás?
6. Dolgoznak valamilyen egyéb opción, ha nagy mértékben visszaesnek a megrendelések, milyen más lehetőséget tudnak felkínálni a piac számára alternatív csomagolóanyag tekintetében?
7. Törekednek a nagyobb mértékű fenntarthatóságra valamilyen módon?
8. Használnak valamiféle egyedi fenntartható megoldást?

Kormányrendeletek:

442/2012. (XII. 29.) Korm. rendelet

a csomagolásról és a csomagolási hulladékkal kapcsolatos hulladékgazdálkodási tevékenységekről

A Kormány a hulladékról szóló 2012. évi CLXXXV. törvény 88. § (1) bekezdés 5. és 11. pontjában, valamint

a 14. § (2) és (3) bekezdése tekintetében a fogyasztóvédelemről szóló 1997. évi CLV. törvény 55. § (1) bekezdés *h*) pontjában kapott felhatalmazás alapján, az Alaptörvény 15. cikk (1) bekezdésében meghatározott feladatkörében eljárva a következőket rendeli el:

1. § (1) A rendelet hatálya kiterjed

a) a Magyarország területén forgalmazott termék csomagolására és a csomagolási hulladékra,

b) a csomagolás visszavételére, valamint

c) a csomagolási hulladék átvételére.

(2) Nem terjed ki a rendelet hatálya a radioaktív anyagok csomagolására és csomagolásának hulladékára.

A kormányrendelet által meghatározott fogalom a csomagolásra: valamennyi olyan, bármilyen tulajdonságú anyagból készült termék, amelyet áru tartására, megóvására,

átadására, átvételére, szállítására, valamint bemutatására használnak, beleértve minden árut a nyersanyagoktól kezdve a feldolgozott árucikkekig, továbbá az ugyanilyen célra használt egyutas árucikkek; csomagolás lehet:

- a)* a fogyasztói vagy elsődleges csomagolás, amely értékesítési egységet képez a fogyasztó számára az értékesítés helyszínén;
- b)* a gyűjtő- vagy másodlagos csomagolás, amely az értékesítés helyszínén meghatározott számú értékesítési egységet foglal magában, ha ezeket az egységeket a fogyasztó részére értékesítik, vagy ezek az egységek csupán a polcok feltöltésére szolgálnak, és a csomagolást a termékről a termék tulajdonságainak megváltoztatása nélkül el lehet távolítani, valamint
- c)* a szállítási vagy harmadlagos csomagolás, amely megkönnyíti a fogyasztói vagy gyűjtőcsomagolás átadását, átvételét és szállítását annak érdekében, hogy a fizikai átadásnál, átvételnél és szállításnál megóvja az árut a károsodástól, ide nem értve a közúti, vasúti, vízi és légi közlekedésben használatos tartályokat;