

UNIVERZA V LJUBLJANI
EKONOMSKA FAKULTETA

DIPLOMSKO DELO

POTROŠNJA VODE V PLASTENKAH IN NJEN VPLIV NA OKOLJE

Ljubljana, september 2011

EVA LIKAR

IZJAVA

Študent/ka Eva Likar izjavljam, da sem avtor/ica te zaključne strokovne naloge, ki sem jo napisal/a pod mentorstvom dr. Domna Bajdeta, in da v skladu s 1. odstavkom 21. člena Zakona o avtorskih in sorodnih pravicah dovolim njeno objavo na fakultetnih spletnih straneh.

V Ljubljani, dne _____

Podpis: _____

KAZALO

UVOD	1
1 MOTIVACIJA	2
1.1 Potrebe, želje, zahteve	2
1.2 Ustvarjanje potreb.....	3
2 ZELENO TRŽENJE	4
3 ODNOS PORABNIKOV DO OKOLJA	5
3.1 Okoljevarstvo.....	5
3.2 Odnos študentov do okoljskih problemov (študija primera)	6
3.3 Ločevanje odpadkov	7
3.4 Ločevanje odpadkov v Sloveniji	9
4 RAZISKAVE NA PODROČJU PORABE VODE V PLASTENKAH	9
4.1 Zakaj voda v plastenkah	9
4.2 Vpliv plastenk na okolje	11
4.3 Nevarnosti plastične embalaže	11
5 RAZISKAVA O POTROŠNJI VODE V PLASTENKAH	12
5.1 Cilji raziskave	12
5.2 Metodologija raziskave.....	13
5.3 Rezultati raziskave o potrošnji vode v plastenkah.....	13
5.3.1 Predstavitev rezultatov	13
5.4 Glavne ugotovitve.....	22
SKLEP	24
LITERATURA IN VIRI	25

KAZALO SLIK

<i>Slika 1: Pogostost nakupa vode glede na dohodek študentov</i>	14
<i>Slika 2: Odstotek ločevanja odpadkov in ponovne uporabe embalaže glede na fakulteto</i>	15
<i>Slika 3: Primerjava nakupov vode v plastenkah glede na spol</i>	16
<i>Slika 4: Pogostost nakupa vode v plastenkah glede na regijo</i>	16
<i>Slika 5: Poraba vode v plastenkah</i>	17
<i>Slika 6: Vpliv vode v plastenkah na okolje</i>	17
<i>Slika 7: Vpliv vode iz pipe na zdravje</i>	18
<i>Slika 8: Primerjava čistosti vode</i>	18
<i>Slika 9: Primerjava kakovosti vode</i>	18
<i>Slika 10: Primerjava okusa vode</i>	19
<i>Slika 11: Ponovna uporaba plastenk</i>	20
<i>Slika 12: Ločeno odlaganje plastenk</i>	20
<i>Slika 13: Uporaba lastne stekleničke</i>	21
<i>Slika 14: Cenovna korist uporabe lastne stekleničke</i>	21

KAZALO TABEL

<i>Tabela 1: Struktura vprašanih glede na spol in starost</i>	14
---	----

UVOD

Potrošnja ustekleničene vode v zadnjem desetletju vseskozi narašča, tudi v državah, kjer je voda iz pipe še vedno kakovostna (Doria, 2006). Raziskave kažejo, da je bilo v letu 2007 po svetu prodanih več kot 200 bilijonov litrov ustekleničene vode, kar je 70 % več kot v letu 2001 (Hurst, 2010). Annie Leonard se sprašuje, zakaj se ljudje odločajo za vodo v plastenkah, saj se velikokrat izkaže, da je lahko voda iz pipe čistejša in predvsem boljšega okusa kot voda v plastenki. Predvsem pa se pojavi velika razlika v ceni, saj je voda v plastenki lahko tudi 10.000-krat dražja kot voda iz pipe (Leonard, 2010).

Odgovor, ki ga na to vprašanje poda Leonardova, je v ustvarjanju potreb s strani podjetij. Podjetja ustvarjajo potrebe na način, da skušajo prestrašiti porabnike in jih na ta način spodbuditi k nakupu vode v plastenki (Leonard, 2010). Raziskave, izvedene med leti 1993 in 2000 v ZDA, Kanadi in Franciji, kažejo, da se največji odstotek ljudi odloča za vodo v plastenkah zaradi bojazni za svoje zdravje (Doria, 2006).

Obravnavano tematiko lahko uvrstimo na področje zelenega trženja, pa vendar lahko glede na pridobljene podatke zaznam trženje kot negativni vpliv podjetij na ljudi, v smislu ustvarjanja potreb, zavajanja porabnikov ipd. Industrija vode v plastenkah namreč straši porabnike s slabo kakovostjo vode iz pipe in jih zavaja z oglasi v smislu, da njihova voda prihaja iz neoporečne narave, v resnici pa tretjina ameriške vode v plastenkah prihaja iz pipe (Leonard, 2010).

Namen te diplomske naloge je raziskati problematiko vse večje potrošnje vode v plastenkah in vpliv le-te na okolje. Predvsem me zanima odnos mladih do obravnavane problematike in njihovo mnenje o potrošnji vode v plastenkah. Želim odkriti, zakaj se študenti odločajo za porabo vode v plastenkah.

Po drugi strani me zanima, v kolikšni meri se porabniki odločajo za vodo v plastenkah in zakaj, če je temu tako, ne pijejo več vode iz pipe. Z diplomsko nalogo želim seznaniti bralca z resnostjo problema, ki ga povzroča poraba vode v plastenkah.

Odgovore na zgornja vprašanja sem pridobivala s pomočjo raziskave, ki je bila izvedena med študenti različnih fakultet. Rezultati raziskave bodo predstavljeni v drugem delu diplomske naloge.

V prvem delu teoretičnega dela diplomske naloge bom nekaj besed namenila motivaciji, opredelitvi želja in potreb ter ustvarjanju potreb, kar po mnenju mnogih strokovnjakov počne trženje. Potrošnja vode v plastenkah narašča tudi zaradi ustvarjanja potreb s strani tržnikov, zato se mi zdi pomembno, da podrobneje opredelimo omenjene pojme.

V nadaljevanju se bom osredotočila na odnos študentov do ekologije na splošno, saj se mi zdi pomembno razumeti, kako študenti gledajo na okoljske probleme in jih razumejo, saj se bom v raziskavi osredotočila na odnos študentov do porabe vode v plastenkah.

V zadnjem delu teoretičnega dela naloge se bom osredotočila na porabo vode v plastenkah in vpliv plastične embalaže na okolje. Celotna naloga temelji na pregledu različnih raziskav s tega področja, ki so mi pomagale razumeti stanje na področju porabe vode v plastenkah.

1 MOTIVACIJA

Motivacijo opredeljujemo kot proces, ki pripelje človeka, do določenega obnašanja (Solomon, Bamossy, Askegaard, & Hogg, 2006, str. 90). Vsak izmed nas ima v vsakem posameznem trenutku različne potrebe. Nekatere potrebe so fiziološke; izvirajo iz fizioloških stanj napetosti, kot so lakota, žeja ali neudobje (Kotler, 2004, str. 195). Druge potrebe so psihološke; izvirajo iz psiholoških stanj napetosti, kot je potreba po spoštovanju, samozavesti in pripadnosti (Kotler, 2004, str. 195).

Potreba se spremeni v motiv, ko postane dovolj močna. Motiv je torej potreba, ki je dovolj moteča, da človeka prisili k dejanju (Kotler, 2004, str. 195).

1.1 Potrebe, želje, zahteve

Potrebe lahko opredelimo kot stanje pomanjkanja. Sem vključujemo osnovne fizične potrebe po hrani, obleki, toploti in varnosti, socialne potrebe po pripadnosti in individualne potrebe po znanju in samoizražanju (Kotler, Wong, Saunders, Armstrong, 2005, str. 8). Potrebe delimo v različne skupine: tiste potrebe, s katerimi se že rodimo, imenujemo **prirojene ali biološke potrebe**. Sem sodijo elementi, potrebni, da lahko normalno živimo (hrana, voda, zrak, zavetje). Potrebe, ki jih pridobimo z vključitvijo v določeno kulturo, imenujemo **pridobljene potrebe**. Sem sodijo potrebe po moči, statusu, pripadnosti. Te potrebe so odvisne tudi od okolja, v katerem živimo in se bodo glede na to razlikovale glede na kulturo, ki ji pripadamo (Salomon et al., 2006, str. 94).

Teh potreb niso izumili tržniki, ampak so osnovni del človeka. Ko le-te niso zadovoljene, se ljudje lahko odzovemo na dva načina (Kotler et al., 2005, str. 8):

- lahko poiščemo nekaj, kar bo potrebo zadovoljilo ali
- skušamo potrebo zmanjšati.

Ljudje v razvitih družbah bodo skušali najti ali razviti predmet, ki bo njihovo potrebo zadovoljil, medtem ko se bodo ljudje v manj razvitih družbah zadovoljili s tem, kar imajo na voljo (Kotler, 2005, str. 8).

Medtem ko so potrebe del človeka, pa lahko želje opredelimo kot oblike potreb, ki so pogojene s kulturo, v kateri živimo in posameznikovo osebnostjo (Kotler et al., 2005, str. 8). Tako

posamezniki iz različnih držav in kultur, iz katerih izvirajo, želijo na popolnoma drugačen način potešiti potrebo po lakoti.

Potrebe se lahko izrazijo v različnih željah, pa vendar imamo omejene vire, s katerimi lahko razpolagamo. Tako izbiramo izdelke, ki v največji meri zadovoljijo naše želje, glede na sredstva, ki so nam na voljo. Na tem mestu želje postanejo zahteve (Kotler et al., 2005, str. 8).

1.2 Ustvarjanje potreb

Trženje je bilo in je deležno številnih kritik, ki so v veliki meri osredotočene na oglaševanje. Le-to naj bi ustvarjalo lažne želje (Kotler, 2005 et al., str. 177). Tržniki so spoznali, da imajo dobrine magično moč, ki nima ničesar opraviti s potrebami. Tako so postali čarovniki, ki vsakodnevne stvari spremenijo v eksotično vrednost (Wilk, 2006).

Čeprav različno gledamo na stvari, ki nas obdajajo, je znano, da le-te igrajo pomembno vlogo v posameznikovem življenju. Solomon pravi, da lahko na trženje gledamo kot na sistem, ki nam zagotavlja določen življenjski standard. Do neke mere je naš življenjski standard odvisen od tega, kaj pričakujemo in si želimo (Solomon et al., 2006, str. 125).

Kritiki trženja so predvsem mnenja, da trženje preveč pozornosti namenja materialni lastnini. Tako se ljudje sodimo po tem, koliko si lastimo in ne kdo dejansko smo. Kritiki zanimanja za materialne dobrine ne vidijo kot nekaj, kar bi si ljudje želeli, ampak na to gledajo kot na lažne želje, ki jih ustvarja trženje (Kotler et al., 2005, str. 177).

Podjetja vlagajo velike zneske v oglaševalske agencije, ki množično oglašujejo njihove izdelke in na ta način spodbujajo želje po njihovih izdelkih. Ravno zaradi tega je trženje razumljeno kot ustvarjalec lažnih želja, kar bolj koristi industriji kot porabniku (Kotler et al., 2005, str. 177). Voda v plastenkah je tako dober primer moči znamčenja, ki daje surovinam pomembno vlogo v vsakdanjem življenju (Wilk, 2006). To meni tudi Anne Leonard, ki množično porabo vode v plastenkah vidi prav v ustvarjanju potreb proizvajalcev vode v plastenkah.

Kljub navedenemu pa Kotler meni, da je kritika trženja vseeno preostra. Ljudje imajo močne obrambne mehanizme proti oglaševanju in ostalim trženjskim orodjem. Tržniki so tako bolj učinkoviti, ko nagovarjajo že obstoječe želje, kot pa z ustvarjanjem novih. Prav tako porabniki pri nakupovanju iščejo informacije pri različnih virih. V veliko primerih naše želje niso odvisne samo od tržnikov, ampak tudi od strokovnih skupin, vere, etičnega ozadja, izobrazbe, družine. Če je družba visoko materialistična, se bodo te vrednote pokazale že v samem procesu socializacije, kar ima na posameznika veliko močnejši vpliv kot oglaševanje (Kotler et al., 2005, str. 177).

S problemom ustvarjanja potreb s strani trženja se ukvarja tudi Jančič, ki navaja, da je za mnoge kritike trženja to predvsem prefinjen način prodajanja bolj ali manj neustreznih izdelkov. Očitajo mu krivdo za brezmejno trošenje virov, povečanje polucije, zavajanje kupcev, negativni vpliv na

kvaliteto življenja. Sploh pa naj bi trženje ustvarjalo kaj malo ali nič dodatne vrednosti in je zato v bistvu neproduktivno (Jančič, 1990, str. 32).

V obravnavani problematiki potrošnje vode v plastenkah je kritika trženja po mojem mnenju upravičena, saj se je izkazalo, da gre pri potrošnji vode v plastenkah v veliki meri za posledico preusmerjanja potreb po vodi v želje po vodi v plastenkah, saj se, kot bo vidno v nadaljevanju, izkaže, da razlik med vodo iz pipe in vodo v plastenkah praktično ni. Tržniki pa z oglaševanjem vode v plastenkah in poudarjanjem njenih pozitivnih lastnosti spodbujajo porabnike k nakupom vode v plastenkah. Posledično je potrošnja vode v plastenkah ogromna in iz leta v leto narašča.

2 ZELENO TRŽENJE

Na žalost večina ljudi ob besedi zeleno trženje pomisli zgolj na oglaševanje izdelkov, ki imajo ekološke značilnosti (Polonsky, 1994). Ljudje zeleno trženje najpogosteje povezujejo s termini, kot so reciklirati, mogoče ponovno napolniti, brez fosfatov, okolju prijazno ... (Polonsky, 1994). Pa vendar gre pri zelenem trženju za širši koncept, ki vključuje potrošniške dobrine, industrijske dobrine in celo storitve (Polonsky, 1994). Zeleno trženje tako vključuje različne aktivnosti, kot so spremembe v proizvodnem procesu, spremembe pri pakiranju, prilagodljivo oglaševanje (Polonsky, 1994).

American Marketing Association (v nadaljevanju AMA) zeleno trženje opredeljuje na podlagi treh vidikov (MarketingPower, 2011):

- Zeleno trženje razumemo kot trženje izdelkov, za katere predpostavljamo, da so okolju prijazni.
- Gre za razvoj in trženje izdelkov, ki so oblikovani tako, da zmanjšujejo negativni vpliv na okolje oziroma izboljšujejo njegovo kakovost.
- Tretja opredelitev pa je okoljska opredelitev zelenega trženja, ki pravi, da gre za prizadevanje organizacij, da proizvajajo, promovirajo, pakirajo izdelke na način, ki je občutljiv in odziven na okoljsko problematiko.

Terminologija, ki jo uporabljamo pri zelenem trženju, je različna. Pojavljajo se izrazi zeleno trženje, okoljsko trženje, ekološko trženje (Polonsky, 1994). O zelenem trženju se govori že od leta 1975, ko je AMA organizirala prvo delavnico z naslovom Ekološko trženje (Polonsky, 1994). Takrat so zeleno trženje definirali kot vedo pozitivnih in negativnih pogledov trženjskih aktivnosti na onesnaževanje, energetska izčrpanost, izčrpavanje virov (Henion&Kinnear, 1976). Polonsky zeleno trženje opredeljuje kot aktivnosti, namenjene ustvarjanju in lažji izmenjavi, namenjeni zadovoljevanju želja in potreb z minimalnim vplivom na okolje.

V nalogi bom sledila tretji opredelitvi po AMA, saj najbolj ustreza obravnavani problematiki. Kljub temu pa menim, da trženje pri obravnavani tematiki potrošnje vode v plastenkah deloma igra dvojno vlogo. Po eni strani lahko opazimo elemente zelenega trženja, ki izpostavlja pozitivne lastnosti vode v plastenkah in spodbuja porabnike k njeni porabi, izpostavlja pozitiven

vpliv na njihovo zdravje in počutje. Po drugi strani je potrošnja vode v plastenkah eden največjih onesnaževalcev okolja, saj kot pravi Leonardova, plastenke v največji meri onesnažujejo okolje. Zato težko rečem, da je katera koli od zgoraj navedenih opredelitev zelenega trženja popolnoma primerna za obravnavano problematiko.

Kljub temu da obravnavano problematiko uvrščamo na področje zelenega trženja, lahko ugotovimo, da to le ne drži v popolni meri, saj se kaže negativen vpliv plastenk na okolje, kar pa ne ustreza definiciji, da si organizacije prizadevajo za pakiranje in promoviranje izdelkov na način, ki ne škoduje okolju.

Prvi dve poglavji nam bosta v nadaljevanju pomagali razumeti tako razširjeno potrošnjo vode v plastenkah. Izkaže se namreč, da so prav ustvarjene potrebe s strani tržnikov v veliki meri povod za množično kupovanje vode v plastenkah, kar se kaže predvsem v ustvarjanju negativnega mnenja o vodi iz pipe in njenih negativnih posledicah na človekovo zdravje.

3 ODNOS PORABNIKOV DO OKOLJA

V prihajajočem poglavju se bom osredotočila na odnos porabnikov do okolja, predvsem študentov, ki bodo obravnavani v raziskovalnem delu naloge. Nekaj besed bom namenila tudi ločevanju odpadkov v Sloveniji in ozaveščenosti porabnikov o tej temi.

3.1 Okoljevarstvo

Okoljevarstvo lahko opredelimo kot organizirano gibanje zaskrbljenih ljudi in uradov, ki želijo obvarovati in izboljšati okolje, v katerem živimo (Kotler et al., 2005, str. 184).

Skrb za okolje narašča kljub nejeveri v razcvet strategij zelenega trženja v devetdesetih letih. Narašča zavedanje, da kratkoročen življenjski stil po vsem svetu vodi do izčrpanja energetskih virov, poslabšanja rodovitnosti tal, zmanjševanja biotske raznolikosti in klimatskih sprememb. Kot primer lahko navedemo eksponentno rast nizkocenovnih letov v Evropi, ki je spremenila vzorce potovanja in porabe. Istočasno so sprožili resno debato o okoljskih stroških, ki so v tem primeru udeleženi (Solomon et al., 2006, str. 600).

Živimo v porabniški družbi, ki ustvarja okoljske probleme, kar se odraža v velikem deležu odvečnih smeti (Solomon et al., 2006, str. 600). Izobraževanje ljudi o recikliranju je v večini držav postala prioriteta. Okolju prijazno porabo definiramo kot tiste aktivnosti porabe, ki imajo manj negativnih in več pozitivnih vplivov na okolje (Pieters, 1991, str. 59).

Če je nasprotnike porabništva skrbelo, kako trženje ustvarja potrebe, pa okoljevarstvenike skrbi vpliv trženja na okolje. Okoljevarstveniki ne zavračajo trženja in porabništva, preprosto želijo, da ljudje in organizacije delujejo bolj okolju prijazno. Želijo doseči, da cilj trženja ne bi bil maksimiziranje porabe, porabnikove izbire ali zadovoljstva, ampak maksimizacija kakovosti

življenja. S kakovostjo življenja ne mislimo samo na kakovost in količino izdelkov in storitev, ampak tudi na kakovost okolja. Želijo doseči, da so tudi okoljski stroški vključeni v odločitev proizvajalca in porabnika (Kotler et al., 2005, str. 184).

Prve so na varstvo okolja začele opozarjati okoljevarstvene skupine že v 70. in 80. letih prejšnjega stoletja. Skrbelo jih je onesnaževanje vode in zraka, kisel dež, zmanjševanje ozonske luknje. V 90. letih se je ekološko gibanje selilo v industrijo, kjer so začeli uvajati čistejšo tehnologijo, nadzor nad smetmi itd. (Kotler et al., 2005, str. 184).

Tretji val okoljevarstva je pripeljal do tega, da so podjetja sprejela odgovornost za čim manjše povzročanje škode okolju. Vse več podjetij deluje v smeri trajnostnega razvoja, ki ohranja okolje in prinaša dobiček podjetju (Kotler et al., 2005, str. 186).

3.2 Odnos študentov do okoljskih problemov (študija primera)

Študenti so vedno igrali pomembno vlogo v aktivnostih, ki vodijo k razvoju ekološke ozaveščenosti (Müderrisoğlu & Altanlar, 2010). Posledično so bile izvedene številne študije na področju razumevanja odnosa do okolja in vedenja študentov (Müderrisoğlu & Altanlar, 2010). Presenetljivo je veliko raziskav na temo odnosa študentov do okolja narejenih na turških univerzah, kjer proučujejo odnos študentov do okoljskih problemov. Različni avtorji so prišli do zanimivih odkritij, ki nam dajo vpogled v odnos študentov do okolja.

Vprašanja, ki sta jih Müderrisoğlu in Altanlar raziskovala, so se nanašala na razlike v odnosu študentov različnih fakultet do okoljskih problemov. Ugotovila sta, da se pojavljajo razlike v odnosu do okolja glede na spol, in sicer so študentke bolj aktivne pri recikliranju kot študenti. Po drugi strani pa so študenti bolj aktivni potrošniki kot študentke (Müderrisoğlu & Altanlar, 2010).

Raziskava podaja zanimive rezultate, predvsem pa nakazuje na to, da so študenti turških fakultet okoljsko ozaveščeni in jih skrbi za okolje, zato posledično ravnajo okolju prijazno. 64 % študentov raje uporablja javni prevoz od lastnih avtomobilov (Müderrisoğlu & Altanlar, 2010). Müderrisoğlu in Altanlar sicer menita, da je to prej posledica ekonomske situacije turških študentov, saj si večina svojih avtomobilov ne more privoščiti. Kljub temu rezultati v nadaljevanju nakazujejo na ekološko ozaveščenost. 50 % do 53 % študentov ne kupuje od podjetij, katerih izdelki naj bi škodovali okolju, prav tako ne kupujejo izdelkov za nego telesa, ki škodujejo okolju (Müderrisoğlu & Altanlar, 2010). 32 % do 39 % študentov skuša reciklirati papir in časopise, se o okoljskih problemih pogovarja, prebere napisano na etiketah izdelkov in posega po publikacijah, ki obravnavajo okoljske probleme (Müderrisoğlu & Altanlar, 2010). 23 % do 27 % študentov kupuje izdelke, ki so narejeni iz že predelanih materialov, se odloča za znamke, ki ne škodujejo okolju, skuša reciklirati steklenice, ločuje odpadke in kupuje izdelke, ki so pakirani tako, da embalažo lahko reciklirajo ali ponovno uporabijo (Müderrisoğlu & Altanlar, 2010).

V primerjavi s turškimi študenti pa pri nas Dragičevićeva ugotavlja, da gre pri mladih v Sloveniji, ki so v njenem primeru opredeljeni kot študenti različnih fakultet, stari med 20 in 26 let, za dobršno mero neznanja, kar se tiče poznavanja pojma ekološka ozaveščenost. Pravi, da veliko pojmov, ki so jih že slišali, ne znajo razložiti, predvsem pa v veliki meri ekološko ozaveščenost definirajo, kot da gre za ekologijo in da je potrebno ločevati odpadke (Dragičević, 2009, str. 23).

Dragičevićeva je v svoji raziskavi ugotovila, da večina vprašanih ločuje odpadke, predvsem steklovino in papir. Biološke odpadke ločuje veliko manj vprašanih, saj jih večina meni, da z ločevanjem papirja in steklovine naredijo dovolj za okolje. Prav tako ločevanje odpadkov pogojujejo z oddaljenostjo zabojnikov od njihovih domov. Nekateri so namreč odgovorili, da v primeru, da bi bili zabojniki preveč oddaljeni od njihovih domov, verjetno ne bi ločevali odpadkov, ampak bi jih odvrgli kar v najbližji zabojnik (Dragičević, 2009, str. 24). Če primerjamo raziskavi med turškimi in slovenskimi študenti, lahko pri obojih zaznamo nagnjenost k ločevanju odpadkov. Številčna primerjava je v tem primeru nemogoča, saj gre pri turški raziskavi za kvantitativno raziskavo, in sicer anketo, medtem ko je bila slovenska raziskava izvedena s pomočjo skupinskih pogovorov. Kljub temu pa gre za najboljši približek slovenske raziskave, ki obravnava problematiko, s katero se ukvarjam, in hkrati zajema tudi ciljno skupino, študente.

Slovenske in turške študente na podlagi omenjenih raziskav lahko primerjamo še z vidika pogleda na onesnaževanje okolja s prevoznimi sredstvi. Slovenski študentje v primerjavi s turškimi raje uporabljajo lasten prevoz, saj kot ugotavlja Dragičevićeva, menijo, da je v večini primerov bolj smotrno uporabljati avto, saj tako porabijo manj časa, pogosto pa je to tudi cenejši način prevoza kot na primer javno prevozno sredstvo. Prav tako so povedali, da se jim hoditi ali kolesariti enostavno ne ljubi (Dragičević, 2009, str. 24). Vsi, ki so to povedali, imajo svoje avtomobile (Dragičević, 2009, str. 24-25), medtem ko se pri turških študentih po večini izkaže, da je posledica uporabe javnega prevoza ekonomska situacija v državi, saj si večina študentov svojih avtomobilov ne more privoščiti (Müderrisoğlu & Altanlar, 2010).

3.3 Ločevanje odpadkov

V gospodinjstvih in gospodarstvu nastajajo različne vrste odpadkov, ki jih je s pravilnim ločevanjem mogoče ponovno koristno uporabiti ali trajno odložiti na deponijo (Bembič, 2006, str. 4). Mednje uvrščamo papir in kartonsko embalažo, stekleno embalažo, plastično embalažo, kovinsko embalažo, biološko razgradljive odpadke, preostanek odpadkov, kosovne odpadke, nevarne odpadke in oblačila (Bembič, 2006, str. 4). Ob pravilnem gospodarjenju z odpadki lahko večji del odpadkov preide v ponovno uporabo in predelavo (Bembič, 2006, str. 9). Izkoriščanje odpadkov oziroma ponovna uporaba snovi pomeni zmanjšanje obremenitve za okolje in zmanjšanje stroškov za ravnanje z odpadki (Lah, 1995, str. 250).

Recikliranje opredeljujemo kot proces vračanja še koristnih odpadkov v proizvodnjo bodisi v prvotni nespremenjeni obliki bodisi po predelavi s kemičnimi in fizikalnimi postopki (Rojšek, 1987, str. 73). Recikliranje je prav gotovo eden najpomembnejših ukrepov za zmanjševanje ogroženosti okolja, ki jo povzroča človek s svojo dejavnostjo (Rojšek, 1987, str. 73)

Pri recikliranju lahko najdemo nove uporabnike, ki bodo uporabili že uporabljene produkte (Pieters, 1993). Poleg recikliranja odpadkov poznamo še posebno obravnavo nevarnih odpadkov, ki so ločeni od nenevarnih odpadkov (Pieters, 1993). Tako poznamo štiri verige recikliranja in posebno obravnavo odpadkov (Pieters, 1993), kar bom v nadaljevanju podrobneje predstavila.

O **ponovni uporabi odpadkov** govorimo takrat, ko je izdelek v gospodinjstvu ponovno uporabljen. Lahko gre za njegovo primarno funkcijo ali pa ga uporabimo za povsem druge namene. Kot primer lahko navedemo uporabo časopisnega papirja za kurjenje ognja, ostanke hrane za hranjenje domačih živali ... (Pieters, 1993).

O **sekundarni uporabi (second hand use)** govorimo takrat, ko izdelek po uporabi nekemu poklonimo ali prodamo (Jacoby, Berning & Dietworst, 1977). Na tem mestu lahko govorimo o oblačilih, ki jih oddamo, ko jih ponosimo, rabljenih avtomobilih, električnih pripomočkov (Pieters, 1993).

O **sekundarni trgovini (second hand trade)** govorimo takrat, ko se odgovornost za ponovno uporabo izdelka najprej prenese na posrednika in šele pozneje do novega porabnika (Pieters, 1993). Primer, ki ga na tem mestu lahko navedemo, so steklenice, ki jih vrnemo v trgovino. Steklenice se zberejo, očistijo in ponovno napolnijo in distribuirajo kupcu (Pieters, 1993).

Predelava odpadkov (resource recovery) – v tem primeru gre za produkte, ki so predelani iz že odvrženih materialov. Za primer tudi tukaj lahko vzamemo steklenice, ki jih zbiramo in lahko uporabimo za proizvodnjo novega stekla, novih steklenic ali kakšnih drugih izdelkov (Pieters, 1993).

V letu 2007 so v Združenih državah Amerike proizvedli 254 milijonov ton smeti, od tega je bilo 85 milijonov, torej približno tretjino, recikliranih. Recikliranje prinaša očitne koristi okolju, saj nam omogoča, da ponovno uporabimo materiale in tako zmanjša povpraševanje po proizvodnji novih materialov ter se izogne točki, kjer ti materiali postanejo odpadki (Leonard, 2010, str. 293).

Če pomislimo, da bi lahko vse odpadke, ki jih proizvedemo, ponovno uporabili, reciklirali ali kompostirali, je 33-odstotna stopnja recikliranja precej nizka (Leonard, 2010, str. 294). Še posebej zato, ker kljub vse večji stopnji recikliranja naraščajo tudi količine odpadkov. Leonardova tako meni, da bi morali delovati v smeri manjše porabe in ne v smeri več recikliranja. Kot primer navaja tekmovanje v recikliranju na eni izmed ameriških šol. Otroci so zato, da bi zmagali, v trgovinah kupovali zaboje plastične embalaže in jo reciklirali. Taka tekmovanja in programi o recikliranju dajejo recikliranju negativen pomen, saj spodbujajo večjo porabo in še več odpadkov (Leonard, 2010, str. 294).

3.4 Ločevanje odpadkov v Sloveniji

Gospodinjstva vsako leto odvržejo več kot 900.000 ton odpadkov in vsako leto je odpadkov več. Ločeno zbiranje odpadkov na ekoloških otokih je eden od prvih korakov k razbremenjevanju okolja, vendar pa se na tak način zbere le 25 % odpadkov. Ostali končajo na odlagališčih. (Kako je v Sloveniji urejeno ločevanje odpadkov, RTV Slovenija)

Inštitut za raziskovanje trga in medijev Mediana, je v začetku oktobra 2010 izvedel raziskavo o ločenem zbiranju odpadkov. Med 419 sogovorniki so preverjali, ali vedo, v kateri zabojnik sodijo določeni odpadki (Ekologi brez meja, 2011). Ugotovili so, da ima kar polovica Slovencev težave z ločenim zbiranjem odpadkov (Ekologi brez meja, 2011). Iz tega lahko sklepamo, da kljub temu da se po Sloveniji množično uvaja ločeno zbiranje odpadkov, ljudje še vedno niso dovolj izobraženi o pravilnem ravnanju z njimi. Tudi sama sem v vprašalnik vključila vprašanje o ločevanju odpadkov, katerega rezultate bom podrobno predstavila v analizi raziskave.

Kljub težavam, ki jih imamo z ločenim zbiranjem odpadkov, pa rezultati kažejo, da večina ljudi ločuje, vendar ne v popolni meri. Največji delež sodelujočih v raziskavi ločeno zbira embalažo, takih je kar 71 %, sledi jim ločeno zbiranje papirja, takih je 62 %, stekla, ki ga ločuje 48 % vprašanih in bioloških odpadkov, ki jih ločuje 43 % vprašanih (Mediana, 2010).

V splošnem anketiranci menijo, da smo Slovenci slabo poučeni o ločenem zbiranju odpadkov, pa vendar vsak zase meni, da odpadke ločuje pravilno (Mediana, 2010). Pomanjkljivost, ki so jo navajali, je oddaljenost zabojnikov od njihovih domov in pomanjkanje informacij o pravilnem ločevanju odpadkov (Mediana, 2010). V Medianini raziskavi je polovica vprašanih izrazila željo po dodatnem prejemanju letakov. Na tem mestu se mi poraja vprašanje, kako to, da še vedno menimo, da smo premalo izobraženi na tem področju. Na spletu je namreč možno zaslediti številne priročnike s področja ločevanja odpadkov, prav tako so jih ob uvajanju ločevanja delili tudi po domovih. Na tem mestu se je smiselno vprašati, če le nismo mi preveč ignorantski do problema in se sami ne izobrazimo v tej smeri. Ponujenih možnosti nam, glede na moje raziskovanje problematike, ne primanjkuje.

4 RAZISKAVE NA PODROČJU PORABE VODE V PLASTENKAH

4.1 Zakaj voda v plastenkah

Zadnje desetletje potrebe po vodi v plastenkah vseskozi naraščajo. Trend je opazen po vsem svetu, pa vendar so stopnje rasti po državah različne. Poraba vode na prebivalca je na Novi Zelandiji od leta 1997 do leta 2004 rastla za 20 odstotkov letno. V istem obdobju se je v državah vzhodne Evrope in v Aziji ter pacifiški regiji poraba letno dvigovala za 13 odstotkov, v ZDA in

zahodni Evropi je poraba vode v plastenkah rasla za 6 odstotkov letno. Posledično so vode v plastenkah postale najhitreje rastoči segment nealkoholnih pijač (Doria, 2006). V ZDA so v letu 2007 potrošniki kupili 33 bilijonov litrov vode v plastenkah, v povprečju 110 litrov na osebo (Gleick & Cooley, 2008). V ZDA tako porabijo 85 milijonov plastenk na dan in več kot 30 bilijonov plastenk na leto (Hu, Morton & Mahler, 2011).

Na tem mestu se pojavi vprašanje, zakaj je vse večje število porabnikov pripravljeno plačati tudi do 10.000-krat več za vodo v plastenki (Doria, 2006). Voda iz plastenke ni boljše oz. drugačne kakovosti kot voda iz pipe, saj zakonodaja predpisuje skoraj enako kakovostno raven tako za tisto iz pipe kot iz steklenice (Zveza potrošnikov Slovenije, 2007). Številne študije, ki primerjajo vodo v plastenkah in vodo iz pipe, kažejo, da ni nujno, da je kakovost vode v plastenki boljša od vode iz pipe (Doria, 2006). Olson (v Doria, 2006) poudarja, da je voda iz pipe preverjena po bolj zahtevnih standardih in bolj pogosto analizirana kot voda v plastenki. Leonardova kot primer navaja oglasno kampanjo vode Fiji, ki so jo izvedli v Clevelandu. Izkazala se je kot ena manj preišljenih potez podjetja, saj so po analizi vode Fiji in vode iz pipe ugotovili, da je le-ta boljšega okusa, boljše kakovosti in brezplačna, medtem ko Fiji voda stane kar tisočkrat več (Leonard, 2010).

Veliko ljudi na vprašanje, zakaj pijejo vodo iz plastenke, odgovarja, da je le-ta boljšega okusa kot voda iz pipe ali zato, ker verjamejo, da je voda iz plastenke bolj čista. Pa vendar pri izvajanju testov o okusu vode v plastenkah in vode iz pipe ljudje niso zaznali razlike (Cotroneo, 2009). Poleg tega v prid vodi iz pipe govorijo številni dejavniki, na katere mogoče sploh ne pomislimo, ko med nakupovanjem v košarico dodamo še plastenko vode. Natural Resources Defence Council je izvedel raziskavo, v kateri so testirali tisoč plastenk vode in ugotovili, da gre pravzaprav pri 25 % vode v plastenkah za vodo iz pipe.

Doria na podlagi raziskav različnih avtorjev opredeli vzroke za vse bolj množično porabo vode v plastenkah. Prvi razlog, ki ga navaja, so mikroorganizmi, ki naj bi se nahajali v vodi iz pipe. Pri tem se sklicuje na raziskavo, ki so jo leta 1999 izvedli Levallois in ostali v Kanadi. Porabniki se sklicujejo na uporabo vode v plastenki ravno iz zgoraj navedenega razloga, in sicer se med 63 % in 80 % porabnikov odloča za vodo v plastenki zaradi bojazni, da se v vodi iz pipe nahajajo različni mikroorganizmi. Doria podobne rezultate najde tudi v francoski raziskavi, ki jo je leta 2000 izvedla IFEN (French Institute for Environment), čeprav točnih števil ne navaja.

Drugi razlog za uporabo vode v plastenkah, ki ga Doria najde v raziskavah, je skrb porabnikov za njihovo zdravje. 25 % porabnikov vode v plastenkah v Kanadi vodo kupuje zaradi skrbi za zdravje (Grondin, Levallois, Moret & Gringas 1996, Levallois, Grondin & Gringas 1999 v Doria 2006). V raziskavi Grondina in ostalih kar 44 % Kanadčanov opredeljuje vodo v plastenki kot bolj zdravo od vode iz pipe (Doria, 2006). Zanimiv je tudi podatek, da se veliko več porabnikov, ki kupujejo organsko hrano, »zdravo hrano«, v večji meri poslužuje vode v plastenkah kot vode iz pipe (Hammit 1990 v Doria 2006). Pretvorjeno v številke 70 % kupcev organske hrane proti 18 % kupcev neorganske hrane vedno kupuje vodo v plastenkah (Hammit 1990 v Doria 2006).

Leonardova po drugi strani za tako množično porabo vode v plastenkah krivi ponudnike vode v plastenkah. Ti sicer trdijo, da zadovoljujejo potrebe kupcev, pa vendar se Leonardova vpraša, kdo bi želel vodo slabše kakovosti, slabšega okusa in precej dražjo od tiste, ki priteče iz domače pipe. Meni namreč, da le-ti ustvarjajo potrebe kupcev. Te pa po mnenju Leonardove ustvarijo na način, da prestrašijo porabnike z oglasi, ki jih prepričujejo, da voda iz pipe ogroža njihovo zdravje. Poleg tega ponudniki vode v plastenkah zavajajo svoje kupce z oglasi v smislu, da njihova voda prihaja iz neoporečne narave, čeprav je v veliki večini voda v plastenkah prav voda iz pipe, ki nam je dostopna tudi doma (Leonard, 2010).

4.2 Vpliv plastenk na okolje

Proizvodnja plastične embalaže je eden največjih onesnaževalcev našega okolja. V Združenih državah Amerike je za namen izdelave plastenk vsako leto porabljene toliko energije in nafte, da bi z njo lahko napolnili milijon avtomobilov (Leonard, 2010).

Pri proizvodnji in prodaji vode v plastenkah se tako porablja energija, potrebna za proizvodnjo plastenk, za pripravo vode, čiščenje, polnjenje plastenk, etiketiranje plastenk, za sam transport in hlajenje vode, ki se potem proda v trgovinah (Gleick & Cooley, 2008). Na podlagi podatkov o porabi vode v plastenkah v ZDA v letu 2007 ocenjujejo, da je bil takrat za letno porabo vode v ZDA zahtevan energijski vložek med 32 in 54 milijoni sodčkov nafte. Ocenjujejo, da je bilo trikrat toliko energije potrebne za zadovoljitev globalnih potreb po ustekleničeni vodi (Gleick & Cooley, 2008).

Na tem mestu se pojavi vprašanje, kaj se zgodi z vsemi temi plastenkami, ko jih odvržemo. 80 % jih konča na odpadkih, kjer se razkrajajo tisoče let, ali pa v sežigalnicah, kjer s sežiganjem onesnažujemo zrak, saj vanj spuščamo strupene snovi. Preostanek pa je namenjen reciklaži. Pri pravem recikliranju bi odvržene plastenke spremenili nazaj v plastenke, vendar gre pri reciklaži plastenk večinoma za predelavo plastenk v plastiko slabše kakovosti, ki se porabi pozneje (Leonard, 2010).

4.3 Nevarnosti plastične embalaže

Vse plastenke niso proizvedene iz enake plastike, prav tako nimajo vse plastenke enakega vpliva na okolje. Nekatere vrste plastike so lahko bolj nevarne za okolje, druge manj. Vrsto plastike, iz katere je plastenka narejena, prepoznamo po številki, ki je odtisnjena v trikotniku na embalaži.

Najmanj primerna embalaža je tista, na kateri najdemo številko 7. Poleg te so nevarne tudi plastenke z oznako #1 PET/PETE, saj označuje snovi, ki izpuščajo težko kovino, imenovano antimon in kemijsko snov BPA, ki moti delovanje hormonov v telesu (Đokić, 2010). Ta vrsta plastenke naj bi bila namenjena enkratni uporabi.

Na plastenkah najdemo še naslednje oznake: #3 PVC (polivinilklorid): V vodo spušča dve strupeni kemikaliji, DEHP (di-2-etilheksil ftalat) in bisfenol-A. Obe motita delovanje endokrinov in hormonov, pa vendar je to najpogostejša vrsta plastike v plastenkah (Đokić, 2010).

#6 PS (polistiren): V vodo izpušča stiren, kancerogeno snov, ki povzroča glavobole, utrujenost, omotičnost in zmedenost. Ta vrsta plastike se najpogosteje uporablja v kavnih skodelicah za enkratno uporabo in v embalažah hitre prehrane (Đokić, 2010).

#7 PC/PLA (polikarbonat): Ta vrsta plastike je narejena iz BPA, ki se bo gotovo izločala v vodo in je najslabši možni izbor med plastenkami (Đokić, 2010).

O poznavanju oznak na plastenkah sem povprašala tudi sodelujoče v raziskavi, saj me je zanimalo, v kolikšni meri smo pozorni na to, iz kakšnega materiala je embalaža narejena in kakšen vpliv ima na človeški organizem.

5 RAZISKAVA O POTROŠNJI VODE V PLASTENKAH

Kot že omenjeno v predhodnem poglavju, raziskave kažejo, da poraba vode v plastenkah iz leta v leto narašča, voda v plastenkah pa postaja najhitreje rastoči segment nealkoholnih pijač (Doria, 2006). Posledice porabe vode v plastenkah se kažejo v vplivu na okolje, saj je plastična embalaža eden največjih onesnaževalcev le-tega (Leonard, 2010). V Sloveniji raziskav o tej tematiki zaenkrat še ni, zato na žalost ni moč pridobiti veliko podatkov na temo potrošnje vode v plastenkah, kar me je spodbudilo k izvedbi raziskave o potrošnji vode v plastenkah med študenti. Pri sestavi vprašalnika sem upoštevala ugotovitve iz prejšnjih poglavij in jih skušala vplesti v vprašalnik. S pomočjo raziskave sem skušala razumeti videnje slovenskih študentov obravnavane problematike.

V drugem delu diplomske naloge bom tako predstavila rezultate raziskave o potrošnji vode v plastenkah. V raziskavi sem se osredotočila predvsem na potrošnjo vode v plastenkah, nekaj vprašanj pa sem namenila tudi splošni okoljski ozaveščenosti.

5.1 Cilji raziskave

Namen diplomske naloge je posredno prek boljšega poznavanja vedenja porabnikov kot podlage za bolj odgovorno trženje in pametnejšo potrošnjo prispevati k zmanjšanju obremenitve okolja. Cilj diplomske naloge je raziskati odnos porabnika do potrošnje vode v plastenkah. V praktičnem delu naloge sem se osredotočila na študente in njihov odnos do potrošnje vode v plastenkah in njihov odnos do plastične embalaže. Zanimalo me je, zakaj in v kolikšni meri se poslužujejo nakupov vode v plastenkah, kakšen je po njihovem vpliv plastične embalaže na okolje in kaj počnejo oziroma so pripravljene storiti v smeri izboljšanja skrbi za okolje.

5.2 Metodologija raziskave

Raziskava je bila izvedena s pomočjo anketnega vprašalnika, ki je bil s pomočjo spletne aplikacije LimeSurvey poslan študentom različnih fakultet. Kot distribucijski kanal sem uporabila Facebook, elektronsko pošto in interno bazo elektronskih naslovov Študentske sekcije Društva za marketing Slovenije, ki vsebuje 87 prejemnikov. Povezavo do ankete so razširili tudi sošolci in prijatelji na Facebook-u. Anketa je vsebovala 27 vprašanj, med katerimi so anketiranci na določena vprašanja odgovarjali pogojno, glede na pretekle odgovore. Eno vprašanje sem iz analize popolnoma izključila, saj se je pokazalo, da je bilo nekoliko nejasno zastavljeno in posledično ni prineslo uporabnejših rezultatov.

V prvem sklopu vprašanj sem se osredotočila na pogostost nakupovanja vode v plastenkah in količinske nakupe le-te. Zanimalo me je tudi, v kolikšni meri se anketiranci strinjajo s trditvami, ki govorijo v prid vode v plastenki oz. vodi iz pipe. Naslednji sklop vprašanj je bil posvečen porabi vode in prinašanju le-te na predavanja. Glede na to, da je plastenke vode moč opaziti v predavalnicah, se mi je zdelo smiselno preveriti, v kolikšni meri vprašani plastenke prinašajo s seboj in zakaj to počnejo. V vprašalnik je bilo prav tako vključeno vprašanje o uporabi lastnih stekleničk, ki so v zadnjem času tudi opazne na predavanjih. Del vprašalnika se je nanašal na poznavanje plastike, iz katere je plastenka izdelana in vpliv tega na nakup vode v plastenkah. En sklop vprašanj je bil namenjen ločevanju odpadkov in odnosu študentov do okolja. Vprašalnik se je zaključil z demografskimi vprašanji.

5.3 Rezultati raziskave o potrošnji vode v plastenkah

Pri obdelavi rezultatov sem uporabljala aplikacijo LimeSurvey in Microsoft Office Excel 2007, s pomočjo katerih sem naredila analizo raziskave.

5.3.1 Predstavitev rezultatov

Anketa je bila odprta za reševanje od 2. maja 2011 do 29. junija 2011. V tem času sem pridobila 105 odgovorov, od tega 15 delnih, ki so bili v celoti izvzeti iz obdelave. V analizo je bilo tako vključenih 90 v celoti izpolnjenih vprašalnikov. Na vprašalnik je odgovarjalo 75 žensk in 15 moških. Povprečna starost vprašanih je bila 22,9 let, minimalna starost je bila 19, maksimalna pa 24 let.

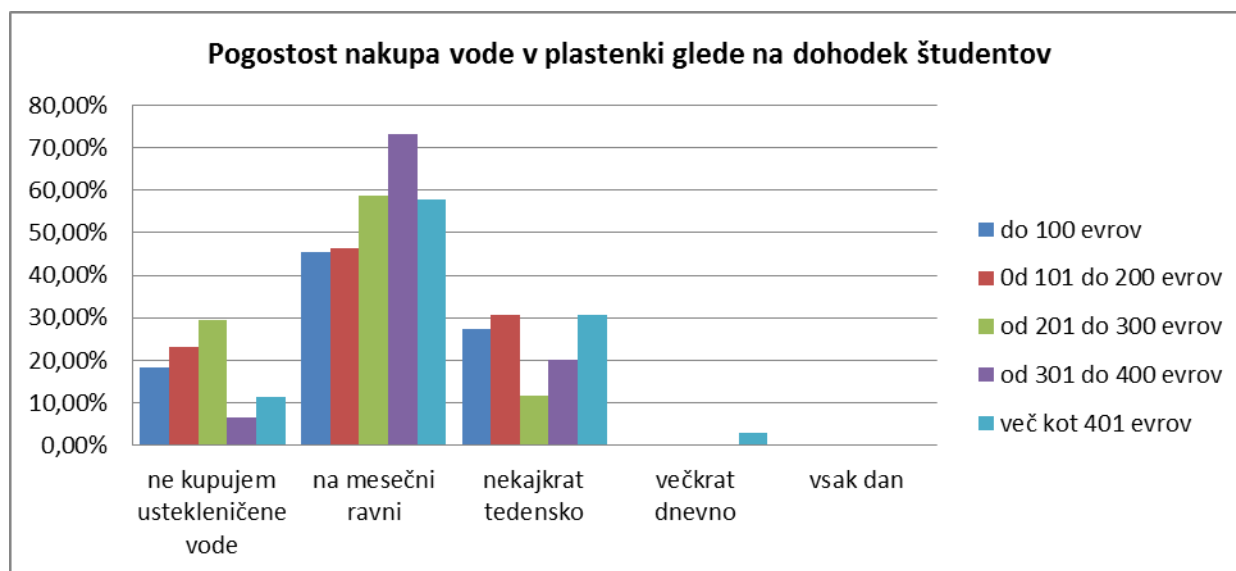
Tabela 1: Struktura vprašanih glede na spol in starost

Število anketirancev	90
Delež žensk	83,33 %
Delež moških	16,67 %
Povprečna starost	22,9 let

Vir: Raziskava o potrošnji vode v plastenkah in njenem vplivu na okolje, 2011

Vprašani prihajajo z različnih fakultet, največ jih je s Fakultete za družbene vede v Ljubljani, ki jo obiskuje 36,7 % vprašanih, in z ljubljanske Ekonomske fakultete, ki jo obiskuje 30,02 % vprašanih. Sledi ji Fakulteta za znanosti o okolju s 11,1 %, ostale fakultete so zastopane v manjšini. 37,8 % anketirancev razpolaga z več kot 400 evri mesečno. Med vsemi vprašanimi to predstavlja 40 % študentk in 26,7 % študentov. Znotraj dohodkovnega razreda pa študentke v še večji meri prevladujejo, saj je teh 88,2 %, medtem ko je študentov le 11,8 %. Izkaže se, da so se študenti v prvih treh dohodkovnih razredih pogosteje opredelili, da ne kupujejo vode v plastenkah (glej sliko 1). Do neke mere smo lahko mnenja, da razpoložljiva sredstva vplivajo na nakup vode v plastenkah, kljub temu pa je iz navedenih razredov kar nekaj takih, ki vodo kupujejo tedensko.

Slika 1: Pogostost nakupa vode glede na dohodek študentov



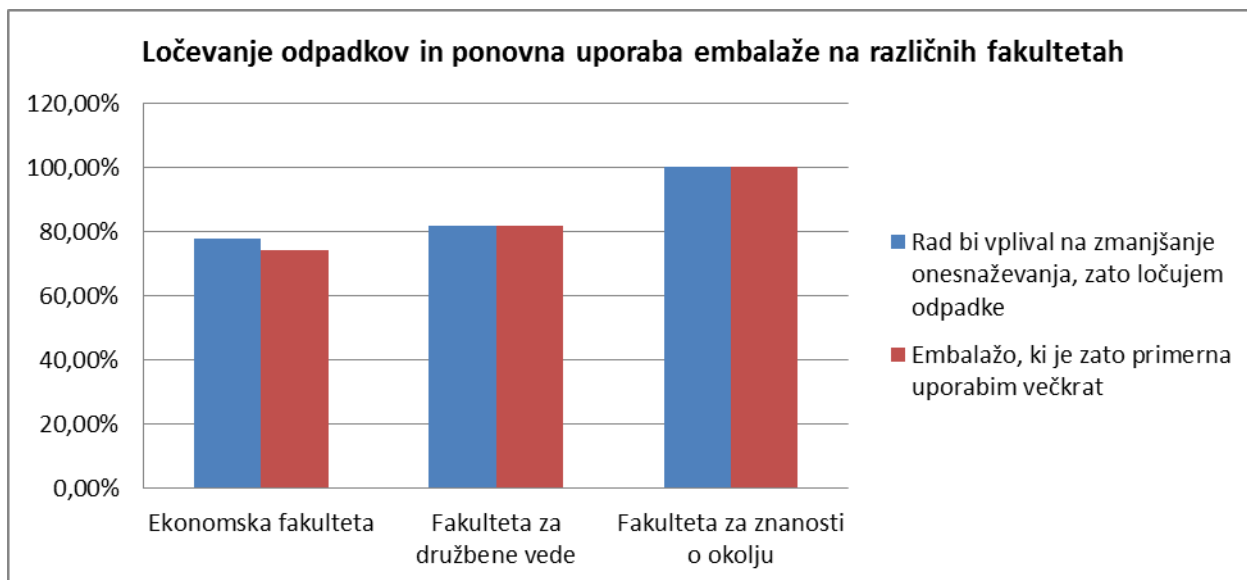
Vir: Raziskava o potrošnji vode v plastenkah in njenem vplivu na okolje, 2011

V splošnem se vprašani opredeljujejo kot posamezniki, ki skrbijo za okolje. 45,6 % jih trdi, da skrbijo za okolje, medtem ko jih 38,9 % ni popolnoma odločenih. Na tem mestu se mi je zdela zanimiva primerjava med študenti posameznih fakultet. Moja tiha predpostavka, ko sem se lotevala raziskave med študenti, je namreč bila, da so študenti Fakultete za znanosti v okolju bolj okoljsko ozaveščeni kot študenti drugih fakultet. Ta fakulteta je bila tudi tretja najbolj zastopana

po številu odgovorov, poleg Ekonomske fakultete in Fakultete za družbene vede, zato sem naredila primerjavo med njimi. Zelo nizek odstotek študentov Ekonomske fakultete in Fakultete za družbene vede se popolnoma strinja s trditvijo, da skrbi za okolje. 15,5 % študentov Ekonomske fakultete se strinja, da skrbijo za okolje, prav tako se s trditvijo strinja 33,3 % študentov Fakultete za družbene vede. 50 % študentov Fakultete za znanosti o okolju pa se popolnoma strinja, da skrbijo za okolje, 50 % se jih s trditvijo strinja. Neopredeljenih oziroma tistih, ki se s to trditvijo ne bi strinjali, na tej fakulteti ni bilo.

83,3 % vprašanih želi vplivati na zmanjševanje onesnaževanja, zato ločujejo odpadke. Tudi v tem primeru so študenti Fakultete za znanosti v okolju v največji meri odgovorili pozitivno, saj kar vsi vprašani ločujejo odpadke. Odstotek ločevanja odpadkov je visok tudi na Ekonomski fakulteti, kjer odpadke ločuje 77,7 % vprašanih in na Fakulteti za družbene vede, kjer odpadke ločuje 81,8 % vprašanih. 80 % vseh vprašanih embalažo, ki je zato primerna, ponovno uporabi, znova je največji odstotek študentov, ki embalažo ponovno uporabijo na Fakulteti za znanosti o okolju.

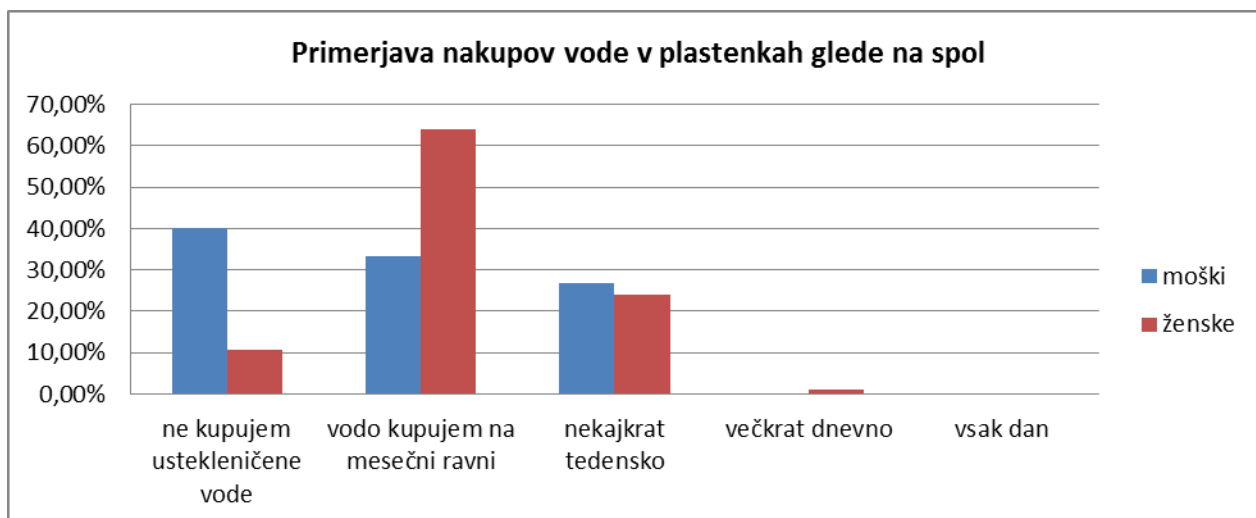
Slika 2: Odstotek ločevanja odpadkov in ponovne uporabe embalaže glede na fakulteto



Vir: Raziskava o potrošnji vode v plastenkah in njenem vplivu na okolje, 2011

Za sam vpogled v problematiko me je zanimalo, v kakšnih količinah in kolikokrat vprašani sploh kupujejo vodo v plastenkah. Največ, in sicer 58,9 %, jih vodo v plastenkah kupuje na mesečni ravni. 24,4 % anketiranih vodo kupuje nekajkrat tedensko, medtem ko 15,6 % vprašanih vode sploh ne kupuje. Nihče ne kupuje vode vsak dan, eden izmed vprašanih pa plastenko kupi večkrat dnevno. Izkazalo se je, da vodo v plastenkah v večji meri kupujejo študentke, saj študenti v 40 % trdijo, da vode v plastenkah ne kupujejo (glej slika 3). To predstavlja 6 od 15 vprašanih študentov. 8 od 75 vprašanih študentk trdi, da vode v plastenkah ne kupujejo, kar predstavlja 10,7 % vprašanih.

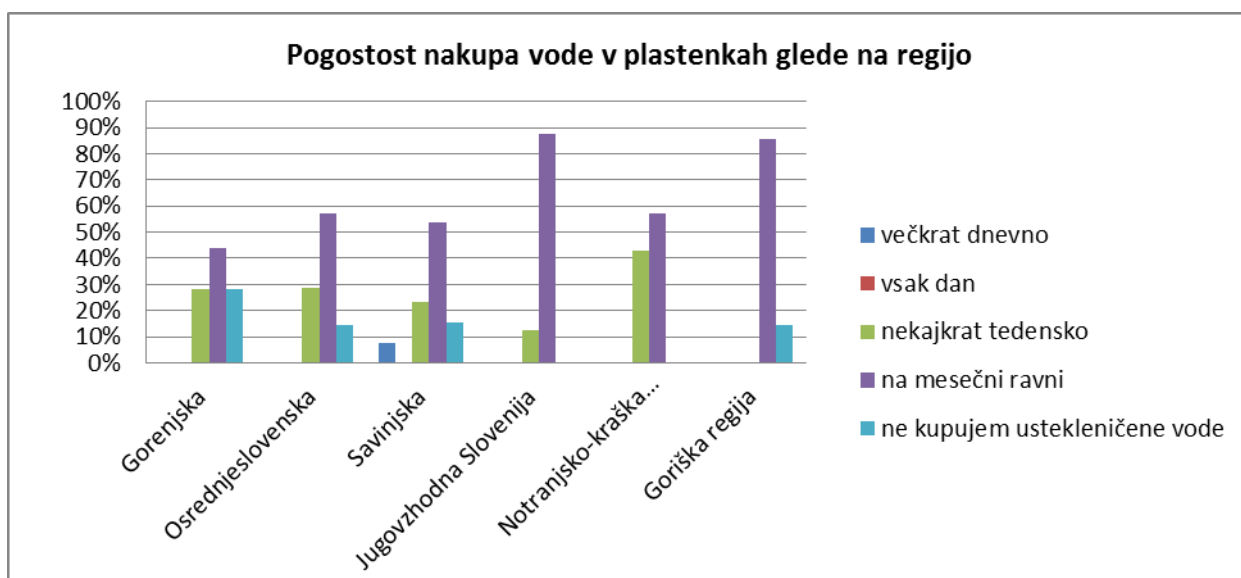
Slika 3: Primerjava nakupov vode v plastenkah glede na spol



Vir: Raziskava o potrošnji vode v plastenkah in njenem vplivu na okolje, 2011

Pogostost nakupa vode v plastenkah sem primerjala tudi glede na regije, iz katerih študentje prihajajo (glej slika 4). V primerjavo sem vključila samo najpogosteje zastopane regije, saj so bile nekatere regije zastopane v premajhnem številu, da bi bila primerjava smiselna oziroma sploh niso bile zastopane. Izkaže se, da v vseh regijah prevladuje nakupovanje vode v plastenkah na mesečni ravni. Najmanj vode v plastenkah kupujejo študenti iz Gorenjske regije, 28 % se jih je opredelilo, da vode v plastenkah ne kupujejo.

Slika 4: Pogostost nakupa vode v plastenkah glede na regijo



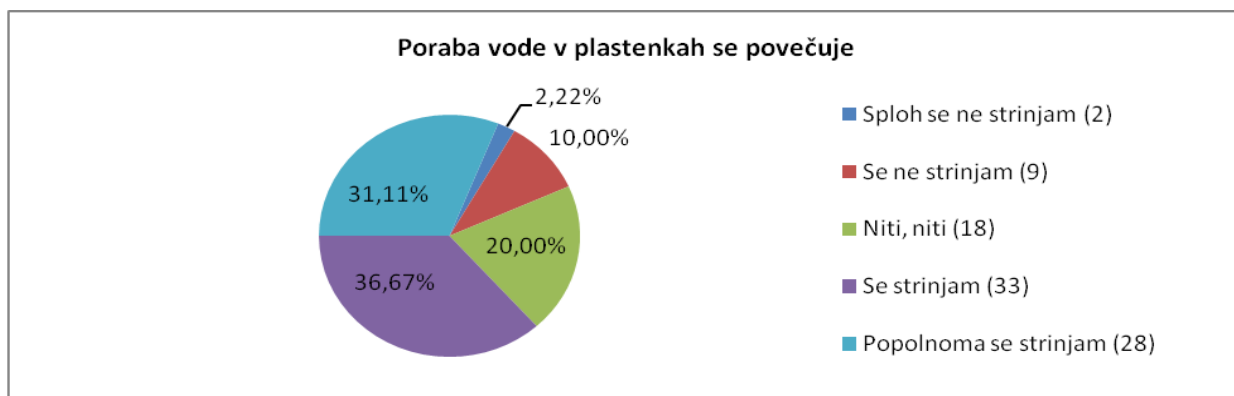
Vir: Raziskava o potrošnji vode v plastenkah in njenem vplivu na okolje, 2011

Med nakupi prevladujejo pollitrske plastenke, ki jih uporablja 80 % vprašanih. Rezultati kažejo, da največ vprašanih vodo v plastenkah kupuje zadnjih pet let, in sicer 35,6 % vprašanih. Ostali se

v približno enaki meri porazdelijo med zadnja tri leta in odkar pomnijo. 15,6 % vprašanih se je odločilo za možnost drugo, znotraj katere 64,3 % vprašanih ne kupuje vode v plastenkah.

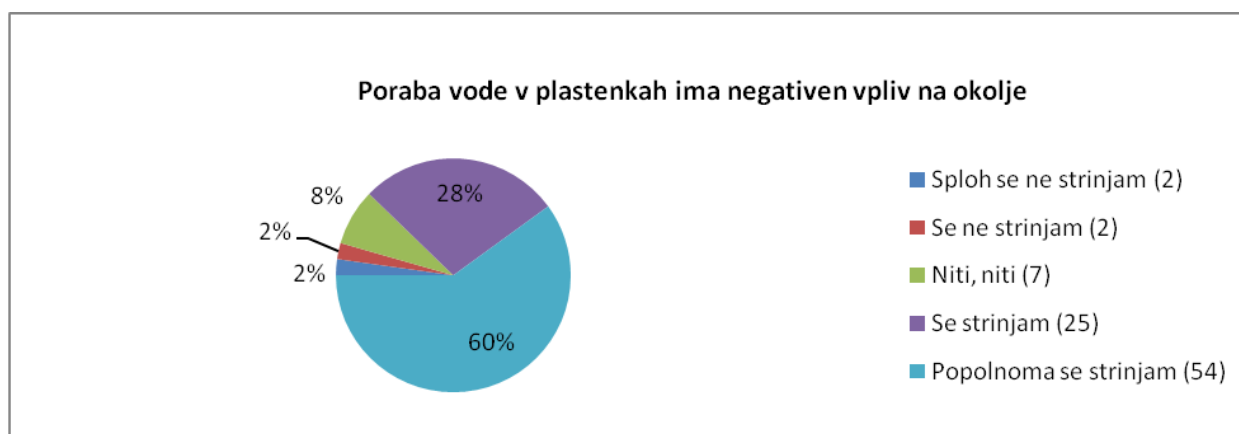
Med raziskovanjem problematike sem zasledila številne raziskave in ugotovitve, ki primerjajo vodo iz pipe in vodo iz plastenk. Veliko jih govori v prid vodi iz pipe, zato sem želela preveriti, kaj si o tem mislijo študenti. Več kot polovica vprašanih se strinja s trditvijo, da se poraba vode v plastenkah povečuje (glej slika 5). 60 % vprašanih se strinja, da ima poraba vode v plastenkah negativen vpliv na okolje (glej slika 6).

Slika 5: Poraba vode v plastenkah



Vir: Raziskava o potrošnji vode v plastenkah in njenem vplivu na okolje, 2011

Slika 6: Vpliv vode v plastenkah na okolje



Vir: Raziskava o potrošnji vode v plastenkah in njenem vplivu na okolje, 2011

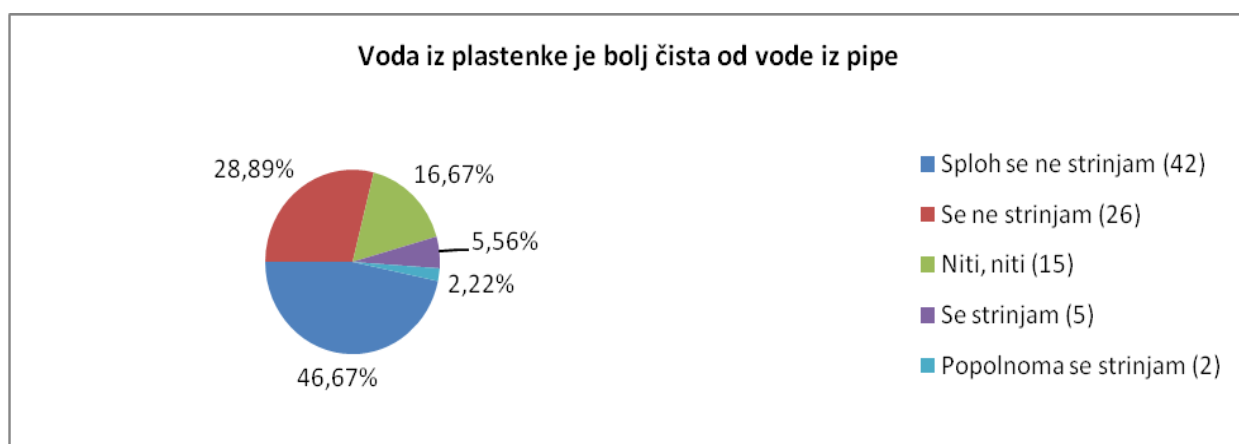
Dobra polovica anketiranih, to je 56,7 %, se jih sploh ne strinja s trditvijo, da je voda iz plastenke bolj zdrava kot voda iz pipe (glej slika 7). Slaba polovica, natančneje 46,7 %, jih je mnenja, da je voda iz pipe bolj čista kot voda iz plastenke (glej slika 8).

Slika 7: Vpliv vode iz pipe na zdravje



Vir: Raziskava o potrošnji vode v plastenkah in njenem vplivu na okolje, 2011

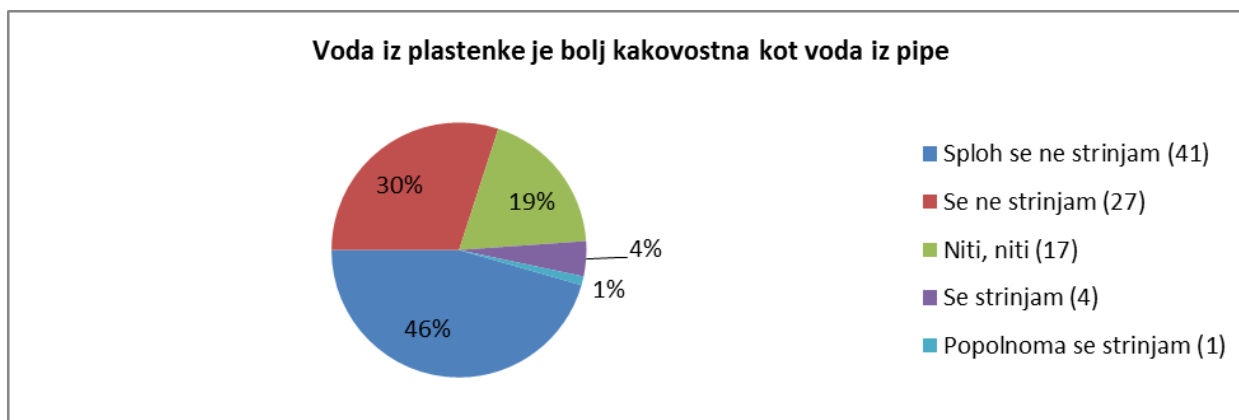
Slika 8: Primerjava čistosti vode



Vir: Raziskava o potrošnji vode v plastenkah in njenem vplivu na okolje, 2011

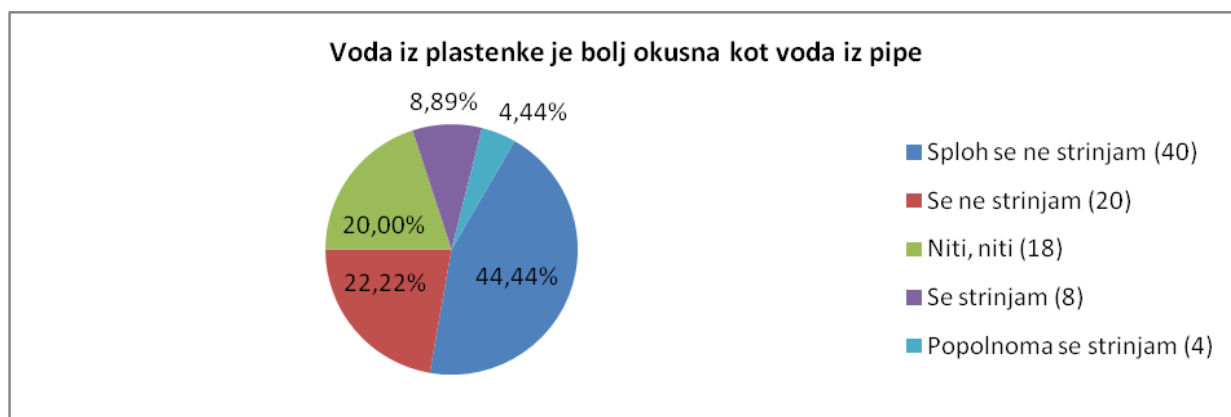
Prav tako 45,6 % vprašanih meni, da je voda iz pipe bolj kakovostna od vode iz plastenke (glej slika 9). V prid vodi iz pipe govori tudi njen okus, saj jih 44,4 % meni, da je bolj okusna od vode iz plastenke (glej slika 10).

Slika 9: Primerjava kakovosti vode



Vir: Raziskava o potrošnji vode v plastenkah in njenem vplivu na okolje, 2011

Slika 10: Primerjava okusa vode



Vir: Raziskava o potrošnji vode v plastenkah in njenem vplivu na okolje, 2011

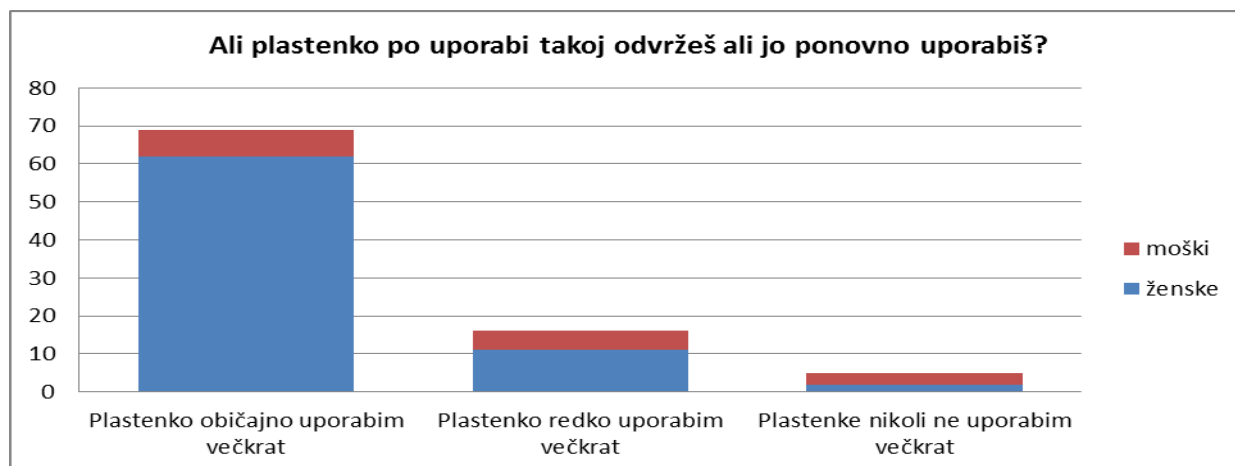
Vsi odgovori govoriyo v prid raziskavam okoljevarstvenikov, ki poudarjajo številne pozitivne lastnosti vode iz pipe in negativne vplive plastenk na okolje. Do neke mere sem lahko mnenja, da rezultati kažejo tudi na družbeno zaželene odgovore in zato kažejo v prid vodi iz pipe.

Zadnjih nekaj let je na predavanjih moč zaznati veliko število študentov, ki s seboj prinašajo plastenke vode. To potrjujejo tudi vprašani, in sicer jih 54,4 % s seboj redno prinese plastenko vode. Zanimivo je dejstvo, da plastenke vode na predavanja v večji meri prinašajo študentke, in sicer jo s seboj prinese 62,7 % študentk, moški anketiranci so s 86,7 % odgovorili negativno na to vprašanje.

Tisti, ki na predavanje prinesejo plastenko vode, so po pomembnosti razvrstili trditve, ki opredeljujejo možne razloge za to. Na to vprašanje je odgovorilo 47 vprašanih. Odgovori so nekoliko presenetljivi, zato se na tem mestu poraja pomislek, da vsi vprašanja niso dobro razumeli in so odgovore razvrščali v obratnem vrstnem redu, kot je bilo od njih zahtevano. Na lestvici od 1 do 5 je namreč s povprečjem 3,5 najbolj pomembna trditev, da na predavanje prinesejo vodo, ker jo imajo vsi. 57,4 % vprašanih pravi, da ta trditev najbolj vpliva na to, da prinesejo na predavanje plastenko vode. Sledijo ji trditve: vodo pijem, da preženem dolgočasje, voda mi pomaga, da ostanem zbran, predavanja trajajo predolgo, da bi lahko bil brez vode in skrbim, da popijem dovolj tekočine dnevno.

Velika večina, to je 76,7 %, plastenke po uporabi ne odvrže, ampak jo uporabi večkrat. Tudi v tem primeru je večji odstotek študentk, ki plastenke običajno večkrat uporabijo, moški pa so tisti, ki pogosteje odgovarjajo, da plastenk nikoli ne uporabijo večkrat.

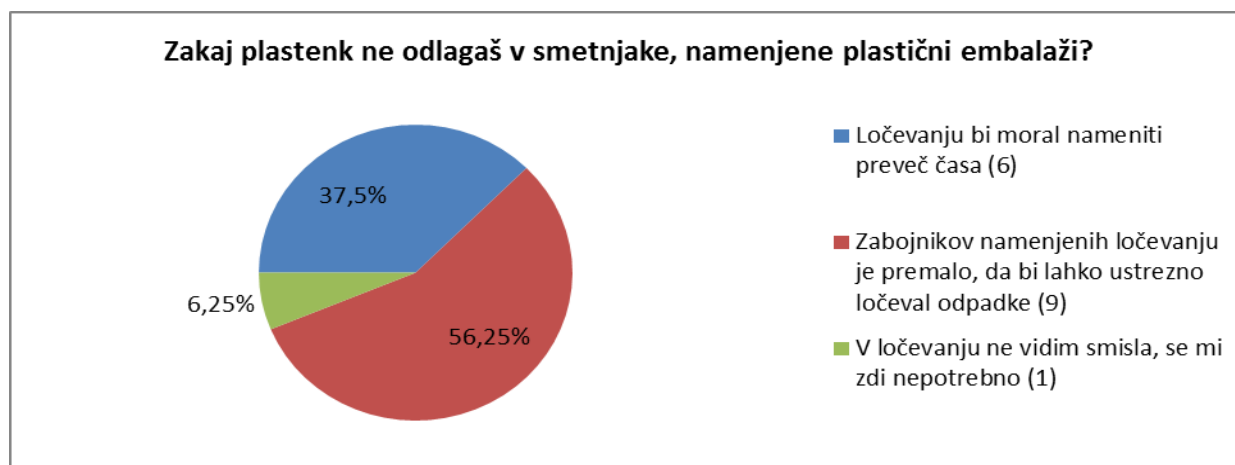
Slika 11: Ponovna uporaba plastenk



Vir: Raziskava o potrošnji vode v plastenkah in njenem vplivu na okolje, 2011

Isti odstotek vprašanih, ki s seboj na predavanje prinese plastenko vode, bi se strinjalo s prepovedjo uporabe plastenk na fakulteti. 84,4 % vprašanih plastenke odlaga v zato namenjene smetnjake, polovica od teh ločeno zbira še zamaške. Več kot polovica tistih, ki plastenk ne odlagajo ločeno, je mnenja, da nimajo zadostnih možnosti za ločevanje, 37,5 % pa jih meni, da je ločevanje preveč zamudno (glej slika 12). Kljub temu da je odstotek tistih, ki ločujejo odpadke, zelo visok, rezultati kažejo, da bo tiste, ki tega še ne počno in se jim zdi proces prezamuden, še potrebno izobraziti in spodbuditi k ločevanju odpadkov.

Slika 12: Ločeno odlaganje plastenk

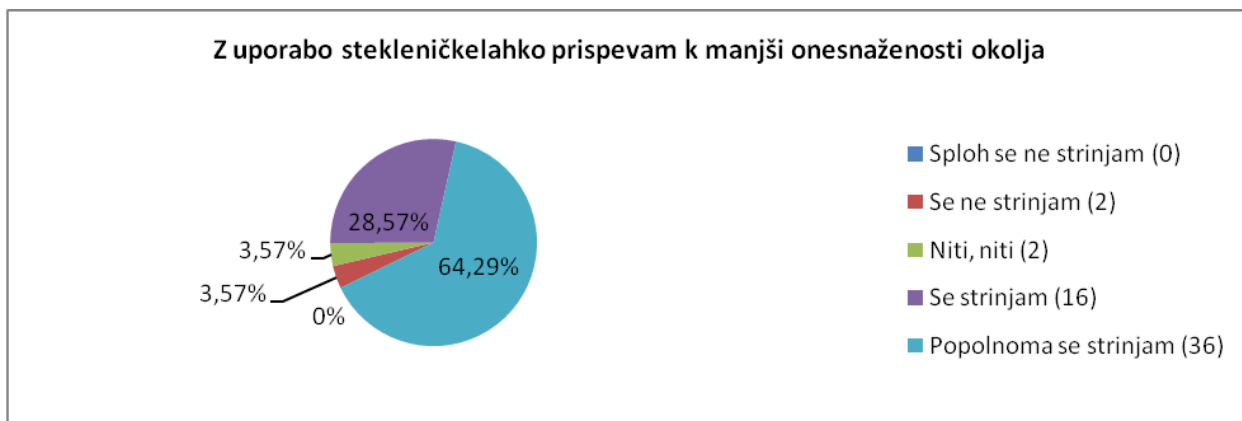


Vir: Raziskava o potrošnji vode v plastenkah in njenem vplivu na okolje, 2011

Glede na to, da sem eno poglavje posvetila tudi nevarnostim plastične embalaže, me je zanimalo, če so vprašani pozorni na to, iz kakšne plastike je embalaža narejena. 11,1 % vprašanih je odgovorilo pritrdilno, 15,6 % pozna tudi pomen oznak. Najpogosteje so navajali oznako PET. Še vedno pa velika večina vprašanih ni pozorna na sestavo plastenke in vrsta plastike ne vpliva na njihovo nakupno odločitev. Če bi bilo poznavanje v tem primeru večje, lahko predvidevamo, da bi bile nakupne odločitve bolj pretehtane.

Zanimivo je dejstvo, da je skoraj polovica vprašanih, in sicer 46,7 %, trdila, da ne bo več kupovala vode v plastenkah, temveč bodo pili vodo iz pipe. Enak odstotek vprašanih je pripravljen vodo v plastenkah nadomestiti z 'bidonom' oz. stekleničko za vodo, ki je namenjena večkratni uporabi. Kar 62,2 % vprašanih jo že ima. V večji meri so to študentke, saj svojo stekleničko za vodo uporablja 72 % vprašanih, medtem ko je 73,3 % študentov ne uporablja. 64,3 % vprašanih se strinja, da z uporabo te stekleničke prispeva k manjši onesnaženosti okolja (glej slika 13), kar kaže na to, da študenti poznajo problematiko in se zavedajo svojega prispevka.

Slika 13: Uporaba lastne stekleničke



Vir: Raziskava o potrošnji vode v plastenkah in njenem vplivu na okolje, 2011

Slika 14: Cenovna korist uporabe lastne stekleničke



Vir: Raziskava o potrošnji vode v plastenkah in njenem vplivu na okolje, 2011

V veliki meri pa pri uporabi lastne stekleničke vlogo igra tudi cena, saj se 71,4 % vprašanih strinja, da je ta način cenejši od vsakodnevnega kupovanja plastenk (glej slika 14).

V tem delu sem podrobneje opredelila zanimivejše rezultate, v prilogah pa so tabelarično prikazani tudi ostali podatki in bolj podrobni rezultati.

5.4 Glavne ugotovitve

V nadaljevanju bom povzela glavne ugotovitve, ki sem jih pridobila s pomočjo raziskave in, kjer bo to mogoče, skušala povzeti, kaj rezultati pomenijo za podjetja in okoljevarstvenike. Rezultati kažejo na to, da so študenti okoljsko ozaveščeni in se zavedajo svojega prispevka za okolje, saj se večina opredeljuje za posameznike, ki skrbijo za okolje.

Najbolj je to vidno v dejstvu, da večina vprašanih ločuje odpadke. Spodbujanje ločevanja odpadkov je torej prineslo pozitivne posledice, kljub temu pa tako moja raziskava kot raziskave, ki so bile obravnavane v prvem delu naloge, kažejo na to, da bodo v prihodnosti še potrebne izboljšave na tem področju. Študenti še vedno niso dovolj izobraženi na področju ločevanja odpadkov, po moji raziskavi se jih 13,3 % strinja z dejstvom, da je stanje zaskrbljujoče, vendar menijo, da zato ne morejo narediti ničesar in se posledično odmikajo od problema. Vzporednici, ki ju na tem mestu lahko povlečem s tujimi raziskavami, je zavedanje tako slovenskih kot tujih študentov okoljske problematike in pomena ločevanja odpadkov. Rezultati tako kažejo visok odstotek ločevanja odpadkov med študenti pri nas in v tujini. Kot že omenjeno, stanje še zdaleč ni idealno in bodo izboljšave na tem področju še potrebne.

Vodo v plastenkah še vedno kupuje večina vprašanih. Nakupe opravljajo predvsem na mesečni ravni, le 15,6 % vprašanih vode v plastenkah ne kupuje. Rezultati kažejo, da v večji meri vodo kupujejo študentke, saj so se študenti večkrat opredelili kot tisti, ki vode v plastenkah ne kupujejo. Kljub nenehnemu ozaveščanju s strani ekologov o negativnih vplivih plastične embalaže na okolje, voda v plastenkah še vedno ostaja pomemben potrošni izdelek. To kažejo tudi raziskave iz tujine, ki nakazujejo na letni porast porabe vode v plastenkah. Izkazalo se je, da na nakup vode v plastenkah vpliva tudi razpoložljiva sredstva, saj so se študenti z nižjimi razpoložljivimi sredstvi pogosteje opredelili kot tisti, ki vode v plastenkah ne kupujejo. Na nakup vode v plastenkah vpliva tudi regija, iz katere vprašani prihajajo, kar lahko pomeni, da je voda iz pipe v določenih delih Slovenije bolj onesnažena in zato ni primerna za pitje.

Pa vendar raziskava kaže, da so vprašani seznanjeni s pozitivnimi lastnostmi vode iz pipe in ne nasedajo več zavajajočim trditvam o boljši kakovosti vode v plastenkah, ki jih je moč zaznati tudi v slovenskih oglasih za vodo v plastenkah, v katerih sporočajo trditve o njenem izvoru iz neoporečne narave, s čimer po mnenju Leonardove tržniki ustvarjajo potrebe. Prav tako je možno zaznati informacije o nesporni kakovosti vode v plastenkah slovenskih ponudnikov in priporočila za vsakdanjo uporabo. Lahko trdimo, da se znanje v tej smeri izboljšuje, saj se vprašani zavedajo negativnega vpliva plastenk na okolje in so se v veliki meri pripravljene odpovedati nakupom vode v plastenkah. Ti rezultati kažejo na že omenjeno dvojno vlogo zelenega trženja, ki se jo zavedajo tudi vprašani, saj rezultati kažejo na poznavanje negativnih posledic plastenk na okolje.

Na tem mestu lahko trdim, da je ozaveščanje javnosti s strani različnih skupin, ki pozivajo k skrbi za okolje, dobro in pozitivno vpliva na poznavanje okoljske problematike. Ob predpostavki, da to v celoti drži in ne gre za družbeno zaželene odgovore, lahko to dejstvo

pomembno vpliva na proizvajalce vode v plastenkah, saj so se ji vprašani v veliki meri pripravljene odpovedati. Vseeno pa je vzorec vprašanih na tem mestu premajhen in preveč specifičen, prav tako pa bi za dokazovanje te trditve morala uporabiti drugo metodo raziskovanja, saj bi se tudi pri večjem vzorcu pojavil dvom v iskrenost odgovorov vprašanih, da bi to lahko zagotovo trdili.

Zanimiv rezultat, ki ga je prinesla raziskava, je ugotovitev, da študenti, ki uporabljajo lastno stekleničko oziroma prinašajo na predavanja plastenko vode, to počnejo zato, ker večina njihovih sošolcev prinaša s seboj vodo. Torej prinašanje vode seboj na predavanja ni posledica zadovoljevanja osnovne potrebe, žeje, ampak vpliv kolegov, ki prinašajo s seboj vodo.

Pozitivno je dejstvo, da ima vse več vprašanih svojo lastno stekleničko, ki jim omogoča pitje vode iz pipe. Strinjajo se namreč, da z uporabo lastne stekleničke vplivajo na zmanjšanje količine odvrženih plastenk. To so spet v večji meri študentke, študenti se lastnih stekleničk v večji meri ne poslužujejo. Vsekakor pa lahko trdimo, da gre za novejšo tržno nišo, ki jo nekatera podjetja že s pridom izkoriščajo. V tem primeru pomembno vlogo igra tudi cena, saj se vprašani strinjajo, da je uporaba lastne stekleničke bolj ugodna od kupovanja vode v plastenkah.

Dejstvo, da študenti že uporabljajo lastne stekleničke in se zavedajo negativnega vpliva plastenk na okolje, bi lahko spodbudilo fakultete, da skušajo študente v večji meri nagovoriti k uporabi vode iz pipe. Tako bi lahko bolj komunicirali prednosti vode iz pipe. To bi lahko dosegli z namestitvijo steklenih 'bidonov' za vodo, ki bi nadomestili plastične, ki jih trenutno uporabljajo, namesto obstoječih plastičnih kozarčkov pa bi spodbudili študente k uporabi lastnih stekleničk. Fakultete, ki imajo to možnost, bi lahko dostop do vode iz pipe omogočile z namestitvijo fontan, kjer bi si študentje lahko natočili vodo iz pipe, kar bi seveda pomenilo, da voda iz pipe ne bi bila več dostopna le v toaletnih prostorih kot do sedaj, kar bi po mojem mnenju pritegnilo marsikatero posameznika.

Prav tako bi lahko k spodbujanju uporabe vode iz pipe pripomogli prodajalci 'bidonov'. Izdelke je v zadnjem času že mogoče opaziti tudi v trgovskih centrih, kar pomeni, da so vse lažje dostopni porabniku. Poleg tega je opaziti nagovarjanje k uporabi vode iz pipe na družbenih omrežjih, kjer je moč zaznati tudi nagradne igre, ki sodelujočim prinašajo nagrade, kot so 'bidoni'. Pa vendar bi lahko prodajalci omenjenih izdelkov še bolj izpostavljali njihove pozitivne lastnosti in koristi, ki jih porabnik prinese okolju z uporabo le-teh. Prav tako bi lahko vključili porabnika, da sam predlaga možne načine uporabe vode iz pipe, izboljšave na tem področju in izdelke, ki bi po njegovem mnenju pripomogli k večji porabi vode iz pipe. Na ta način bi lahko ugotovili, kakšne so želje porabnikov, prav tako pa spodbudili porabnike same, da razmišljajo okolju prijazno in skušajo delovati odgovorno. Na ta način bi lahko delovali tudi ekologi in tudi tako dobili informacije o slovenskih porabnikih in njihovem odnosu do okolja.

Lahko trdim, da so rezultati raziskave pozitivni in spodbudni za področje ekologije. Splošna slika namreč kaže, da se vprašani okoljske problematike in vplivov plastične embalaže na okolje v celoti zavedajo in so pripravljene delovati v smeri zmanjševanja onesnaževanja. Kljub temu pa lahko trdim, da je bilo v Sloveniji na tem področju v smislu raziskovanja še zelo malo

narejenega. Na žalost namreč še ne razpolagamo s podatki, ki bi nam dali celosten pogled na okoljsko problematiko in odnos porabnikov do okoljskih problemov, ki imajo in bodo imeli pomembno vlogo v prihodnosti.

SKLEP

Skozi celotno diplomsko nalogo sem s pomočjo različnih raziskav ugotavljala, kolikšna je poraba vode v plastenkah in njen vpliv na okolje. Številke so precej zgovorne, saj strokovnjaki navajajo enormne količine porabe vode v plastenkah, ki pa še vedno rastejo iz leta v leto. Pomemben razlog je po besedah Leonardove še vedno ustvarjanje potreb s strani podjetij, ki s pomočjo zavajajočih trditev spodbujajo porabnike k nakupom vode v plastenkah. Kot rečeno, voda v plastenkah pogosto ni boljše kakovosti kot voda iz pipe, je pa zato do 10.000-krat dražja. Domnevno negativen vpliv vode iz pipe na zdravje še vedno prepriča veliko število porabnikov.

Podatki, ki sem jih pridobila s pomočjo raziskave med študenti, so spodbudni. Kažejo namreč na zavedanje študentov o okoljski problematiki in pozitiven odnos do le-te. Študenti smo pripravljeni delovati bolj okolju prijazno in se odpovedati vodi v plastenkah, večino anketiranih skrbi za okolje in kot pravijo, skušajo narediti, kar je v njihovi moči, da bi ga obvarovali. Menim, da smo študenti pomemben mnenjski vodja, kar je lahko v tem primeru zelo pozitivno.

Na žalost pa lahko rečem, da me je med izdelavo diplomske naloge razočaralo dejstvo, da je v Sloveniji na področju raziskovanja okoljske problematike storjenega izjemno malo. Nekaj podatkov je možno pridobiti na področju ločevanja odpadkov, kar pa ni edino področje, na katerem lahko gradimo z ozaveščanjem o okoljski problematiki.

Sama sem mnenja, da plastična embalaža in njen vpliv na okolje igrata pomembno vlogo za tržnike in podjetja, ki le-to uporabljajo kot svoje izdelke. V prihodnosti bodo po mojem mnenju namreč potrebne spremembe na tem področju, če bomo želeli zmanjšati porabo plastenk in s tem prispevati k zmanjševanju onesnaženosti okolja. Za take spremembe pa so nujne potrebne raziskave na področju razumevanja porabnikov o problematiki, njihovega mišljenja in pripravljenosti na spremembe, ki pa jih v tem trenutku še ni. Zato se mi zdi na tem mestu smiselni poziv tudi ekologom, ki si prizadevajo k izboljšanju okoljske ozaveščenosti in zmanjšanju onesnaževanja, da raziščejo problem tudi v tej smeri in na ta način mogoče stopijo v stik s podjetji in rešujejo problem tudi na tej ravni.

LITERATURA IN VIRI

1. Bembič P. (2006, junij). *Odnos porabnikov do ločenega zbiranja odpadkov v občini Koper*. (diplomsko delo). Najdeno 26. maja 2011 na spletnem naslovu http://www.cek.ef.uni-lj.si/u_diplome/bembic2359.pdf
2. Corotneo N. (2009, 7. september). Back to the tap? *New York Times Upfront* 142. 1. Najdeno 5. junija 2011 na spletnem naslovu <http://search.proquest.com.nukweb.nuk.uni-lj.si/docview/207591966/fulltextPDF?accountid=16468>
3. Dragičević N. (2009, 10. avgust). *Ekološka ozaveščenost študentov v razmerju do nakupa avtomobila*. (diplomsko delo). Najdeno 26. junija 2011 na spletnem naslovu http://www.cek.ef.uni-lj.si/u_diplome/dragicevic4025.pdf
4. Doria, F.M. (2006, 2. april). Bottled water versus tap water: understanding consumers' preferences. *Journal of water and health*. Najdeno 27. novembra 2010 na spletnem naslovu <http://www.iwaponline.com/jwh/004/0271/0040271.pdf>
5. Đokić Z. (2010, 7. julij). *Namesto plastenke odprite pipo*. Najdeno 17. marca 2011 na spletnem naslovu http://www.dnevnik.si/tiskane_izdaje/zdravje/1042373254
6. *Ekologi brez meja*. Najdeno 22. maja 2011 na spletnem naslovu <http://ebm.si/oj/pravilno-loevanje-odpadkov-kar-polovica-slovencev-ima-teave-s-pravilnim-loevanjem-odpadkov.html>
7. Gleick P.H. & Cooley H.S. (2008, 18. november). Energy implications of bottled water. *Environmental Research Letters*. Najdeno 27. novembra 2010 na spletnem naslovu <http://iopscience.iop.org/1748-9326/4/1/014009>
8. Grondin J., Levallois P., Moret S. & Gringas S. (1996). The influence of demographics, risk perception, knowledge, and organoleptics on water consumption patterns. *Proc. Of the AWWA Annual Conference: Management and Regulations*. Denver. (str. 537-546).
9. Hammit J. (1990). Risk perceptions and food choice: an exploratory analysis of organic – versus conventional-produce buyers. *Risk analysis* 10(3). (str. 367-374).
10. Hu Z., Morton L.W. & Mahler R. L. (2011, 2. februar). Bottled water: United States Consumers and Their Perception of Water Quality. *International Journal of Environmental Research and Public Health* 8. Najdeno 3. maja 2011 na spletnem naslovu <http://www.mdpi.com/1660-4601/8/2/565/pdf>
11. Hurst, M. (2010, 1. september). Bottled water a poor idea for environment. *Grimsby Telegraph*. Najdeno 4. decembra 2010 na spletnem naslovu <http://www.highbeam.com/doc/1P2-25756041.html>
12. Jacoby J., Berning C. K., & Dietworst T. F. (1977). What About Disposition? *The Journal of Marketing* Vol. 41, No. 2. Najdeno 1. junija 2011 na spletnem naslovu <http://www.jstor.org/pss/1250630>
13. Jančič Z. (1990). *Marketing strategija menjave*. Ljubljana. Gospodarski vestnik
14. Kotler P. (1996). *Marketing management - Trženjsko upravljanje, analiza, načrtovanje, izvajanje in kontrola*. Ljubljana. Slovenska knjiga
15. Kotler P. (2004). *Management trženja*. (11. Izdaja). Ljubljana. GV Založba

16. Kotler P., Wong V., Saunders J., Armstrong G. (2005). *Principles of Marketing* (4th European ed.). London. Prentice Hall
17. Lah A. (1995). *Leksikon okolje in človek*. Ljubljana: ČZD Kmečki glas
18. Leonard A. (urednik). (2010). *The story of bottled water*. Najdeno 13. oktobra 2010 na spletnem naslovu <http://storyofstuff.org/bottledwater/>
19. Leonard A. (2010). *The Story of Stuff*. USA. Simon & Schuster
20. Levallois P., Grondin J. & Gingras S. (1999) Evaluation of consumer attitudes on taste and tap water alternatives in Quebec. *Wat. Sci. Technol* 40(6). (str. 135-139).
21. Mediana. (2010). *Ali Slovenci resnično ločujemo odpadke?* Najdeno 22. maja 2011 na spletnem naslovu http://www.mediana.si/data/upload/clanek_locevanje_odpadkov1.pdf
22. Müderrisoğlu H. & Altanlar A. (2010, 1. december). Attitudes and behaviours of undergraduate students toward environmental issues. *Int. J. Environ. Sci. Tech.*, 8 (1). Najdeno 31. maja. 2011 na spletnem naslovu <http://search.proquest.com.nukweb.nuk.uni-lj.si/docview/857428810/fulltextPDF/12FAAFE7BCE53AF36A0/10?accountid=16468>
23. Polonsky M. (1994). An Introduction To Green Marketing. *Electronic Green Journal*, 1(2). Najdeno 8. maja 2011 na spletnem naslovu www.escholarship.org/uc/item/49n325b7
24. Pieters R. (1991). Changing Garbage Disposal Patterns of Consumers: Motivation, Ability, and Performance. *JPP & M, Vol. 10 (2)*. Najdeno 25. maja 2011 na spletnem naslovu <http://arno.uvt.nl/show.cgi?fid=74800>
25. Pieters R. (1993). Consumers and their garbage a framework, and some experiences from the Netherlands with garbage separation programs. *European Advances in Consumer Research Volume 1*. Najdeno 1. junija 2011 na spletnem naslovu <http://www.acrwebsite.org/volumes/display.asp?id=11632>
26. Rojšek I. (1987). *Trženje in varstvo naravnega okolja*. Ljubljana. Gospodarski vestnik
27. Solomon M., Bamossy G., Askegaard S., & Hogg M. (2006). *Consumer Behaviour: A European Perspective* (3th ed.). Prentice Hall: Financial Times
28. Special Eurobarometer (2008, marec). Attitudes of European citizens towards the environment. Najdeno 26. februarja 2011 na spletnem naslovu http://ec.europa.eu/public_opinion/archives/ebs/ebs_295_en.pdf
29. Šterbucl S. & Kogovšek B. (urednika). (2011, 25. Maj). *Dnevnik* [televizijska oddaja]. Ljubljana: RTV Slovenija
30. Wilk R. (2006). Bottled Water: The pure commodity in the age of branding. *Journal of Consumer Culture*. Najdeno 22. junija 2011 na spletnem naslovu <http://joc.sagepub.com/content/6/3/303.short?rss=1&ssource=mfr>
31. *Zveza potrošnikov Slovenije*. Najdeno 22. maja 2011 na spletnem naslovu <http://www.zps.si/hrana-in-pijaca/zivila-in-zdrava-prehrana/voda-iz-steklenice-ali-iz-pipe-2.html?Itemid=414>

PRILOGE

KAZALO PRILOG

PRILOGA 1.....	1
Anketni vprašalnik.....	1
PRILOGA 2.....	5
Podrobni rezultati analize ankete.....	5

KAZALO TABEL

<i>Tabela 1: Pogostost nakupa vode v plastenki</i>	5
<i>Tabela 2: Pogostost nakupa vode v plastenki glede na dohodek študentov.....</i>	5
<i>Tabela 3: Pogostost nakupa vode v plastenkah glede na regijo</i>	6
<i>Tabela 4: Koliko vode v povprečju kupiš?</i>	6
<i>Tabela 5: Voda iz plastenke je bolj zdrava od vode iz pipe</i>	6
<i>Tabela 6: Voda iz plastenke je bolj čista od vode iz pipe</i>	7
<i>Tabela 7: Voda iz plastenke je bolj kakovostna kot voda iz pipe</i>	7
<i>Tabela 8: Voda iz plastenke je bolj okusna kot voda iz pipe.....</i>	7
<i>Tabela 9: Poraba vode v plastenkah se povečuje</i>	7
<i>Tabela 10: Poraba vode v plastenkah ima negativen vpliv na okolje.....</i>	8
<i>Tabela 11: Koliko časa že kupuješ vodo v plastenki?</i>	8
<i>Tabela 12: Drugo</i>	8
<i>Tabela 13: Uporaba plastenke vode na predavanjih</i>	8
<i>Tabela 14: Kaj vpliva na to, da študenti na predavanje prinesejo plastenko vode</i>	9
<i>Tabela 15: Ponovna uporaba plastenke.....</i>	9
<i>Tabela 16: Ponovna uporaba plastenke.....</i>	9
<i>Tabela 17: Strinjanje s prepovedjo uporabe plastenk na fakulteti</i>	9
<i>Tabela 18: Odlaganje plastenk v zato namenjene smetnjake</i>	10
<i>Tabela 19: Ločeno zbiranje zamaškov</i>	10
<i>Tabela 20: Zakaj ne ločuješ plastenk?</i>	10
<i>Tabela 21: Nakupe plastične embalaže bom zmanjšal.....</i>	10
<i>Tabela 22: Vodo bom kupal v steklenicah in ne v plastenkah.....</i>	11
<i>Tabela 23: Ne bom več kupal vode v plastenkah, ampak pil vodo iz pipe</i>	11
<i>Tabela 24: Namesto vsakodnevnega kupovanja vode v plastenki, bom to nadomestil z bidonom, kamor bom natočil vodo iz pipe</i>	11

<i>Tabela 25: Pozornost na to iz kakšne plastike je narejena plastenka.....</i>	11
<i>Tabela 26: Vpliv vrste plastenke na nakupno odločitev.....</i>	12
<i>Tabela 27: Poznavanje pomena oznak na plastični embalaži.....</i>	12
<i>Tabela 28: Uporaba lastne stekleničke</i>	12
<i>Tabela 29: Z uporabo lastne stekleničke lahko prispevam k manjši onesnaženosti okolja</i>	12
<i>Tabela 30: Z uporabo lastne stekleničke zmanjšujem nakupe vode v plastenkah</i>	13
<i>Tabela 31: Z uporabo lastne stekleničke lahko zmanjšam količino plastenk</i>	13
<i>Tabela 32: Stekleničko uporabljam zato, ker jo uporabljajo vsi</i>	13
<i>Tabela 33: Te stekleničke mi omogočajo, da pijem vodo iz pipe</i>	13
<i>Tabela 34: Uporaba lastne stekleničke je cenejša od vsakodnevnega kupovanja vode v plastenki</i>	14
<i>Tabela 35: Odnos do onesnaževanja okolja</i>	14
<i>Tabela 36: Skrbim za okolje</i>	14
<i>Tabela 37: Kupujem izdelke z oznako ekološko</i>	14
<i>Tabela 38: Embalažo, ki je za to primerna, uporabim večkrat</i>	15
<i>Tabela 39: Ločujem odpadke</i>	15
<i>Tabela 40: Pijačo kupujem v steklenicah, ne v plastenkah</i>	15
<i>Tabela 41: Skrb za okolje me ne zanima</i>	15
<i>Tabela 42: Spol</i>	16
<i>Tabela 43: Regija</i>	16
<i>Tabela 44: Razpoložljiva mesečna sredstva.....</i>	16
<i>Tabela 45: Stopnja izobrazbe.....</i>	17
<i>Tabela 46: Fakulteta</i>	17

PRILOGA 1

Anketni vprašalnik

1. Kako pogosto kupuješ vodo v plastenki?
 - večkrat dnevno
 - vsak dan
 - nekajkrat tedensko
 - na mesečni ravni
 - ne kupujem ustekleničene vode

2. Kakšno količino vode v povprečju kupiš?
 - Vodo kupujem v politrski plastenki
 - Vodo kupujemo v litrskih plastenkah
 - Vodo kupujemo na zalogo (več platojev vode naenkrat)
 - Drugo

3. V kolikšni meri se strinjaš z navedenim (1-sploh se ne strinjam, 2-se ne strinjam, 3-niti niti, 4- se strinjam, 5-popolnoma se strinjam)?
 - Ustekleničena voda je bolj zdrava od vode iz pipe
 - voda iz plastenke je bolj čista od vode iz pipe
 - voda iz plastenke je bolj kakovostna kot voda iz pipe
 - voda iz plastenke je bolj okusna kot voda iz pipe
 - poraba vode v plastenkah se povečuje
 - poraba vode v plastenkah ima negativen vpliv na okolje

4. Koliko časa že kupuješ vodo v plastenki?
 - Kupovali so jo že moji starši
 - Vodo v plastenki kupujem odkar pomnim
 - Vodo v plastenki kupujem zadnjih 5 let
 - Vodo v plastenki kupujem zadnja 3 leta
 - Vodo v plastenki kupujem zadnje leto

5. Ali imaš na predavanjih običajno s seboj plastenko vode?
 - Da
 - Ne

6. Po pomembnosti razvrsti v kolikšni meri spodnje trditve vplivajo na to, da na predavanje prineseš plastenko vode (1-najmanj pomembno, 5-najbolj pomembno)

- Skrbim, da popijem dovolj tekočine dnevno
 - Predavanja trajajo predolgo, da bi lahko bil brez vode
 - Voda mi pomaga, da ostanem zbran
 - Vodo pijem, da preženem dolgočasje
 - Vodo imam s seboj, ker jo imajo vsi
7. Ali po uporabi plastenko takoj odvržeš ali jo ponovno uporabiš?
- Plastenko običajno uporabim večkrat
 - Plastenko redko ponovno uporabim
 - Plastenke nikoli ne uporabim večkrat
8. Ali plastenke odlagaš v smetnjake, ki so namenjeni plastični embalaži?
- Da
 - Ne
9. Ali posebej zbiraš tudi zamaške?
- Da
 - Ne
10. Če je bil tvoj odgovor na prejšnji vprašanji negativen, zakaj je temu tako?
- Ločevanju bi moral nameniti preveč časa
 - Zbojnikov namenjenih ločevanju je premalo, da bi lahko ustrezno ločeval odpadke
 - V ločevanju ne vidim smisla, se mi zdi nepotrebno
 - Ne znam ločevati odpadkov
11. Na eni izmed avstralskih univerz so prepovedali uporabo vode v plastenkah? Bi se strinjali s takšnim ukrepom, če bi do njega prišlo na vaši fakulteti?
- Da
 - Ne
 - Vseeno mi je
12. Na lestvici od 1 do 5 oceni v kolikšni meri plastična embalaža vpliva na okolje.
- nima negativnega vpliva
 - vpliv na okolje ni zaskrbljujoč
 - vpliv na okolje je precejšen
 - vpliv na okolje je zaskrbljujoč
 - vpliv na okolje me ne zanima, saj bo to prizadelo prihodnje generacije
13. V kolikšni meri se strinjaš s spodaj navedenimi trditvami (1-sploh se ne strinjam, 2-se ne strinjam, 3-niti, niti, 4-se strinjam, 5-popolnoma se strinjam)?

- Nakupe plastične embalaže bom zmanjšal
- Vodo bom kupoval v steklenicah in ne v plastenkah
- Ne bom več kupoval vode v plastenkah, ampak pil vodo iz pipe
- Namesto vsakodnevnega kupovanja vode v plastenki, bom to nadomestil z bidonom, kamor bom natočil vodo iz pipe

14. Ali ste pri nakupovanju vode v plastenki pozorni na to iz kakšne plastike je plastenka narejena?

- Da
- Ne

15. Ali vrsta plastike vpliva na vašo nakupno odločitev?

- Da
- Ne

16. Ali poznate pomen kakšne izmed oznak za vrsto plastike na plastenki? Če da, navedite njeno ime.

17. Ali uporabljaš stekleničko za vodo, ki je namenjena večkratni uporabi (npr. Stekleničke Aladdin, Equa)?

- Da
- Ne

18. Če si na zgornje vprašanje odgovoril pritrdilno, v kolikšni meri se strinjaš s spodnjimi trditvami (1-sploš se ne strinjam, 2-se ne strinjam, 3-niti, niti, 4-se strinjam, 5-popolnoma se strinjam)?

- S tem lahko prispevam k manjši onesnaženosti okolja
- Na ta način zmanjšujem nakupe vode v plastenkah
- Na ta način lahko zmanjšam količino plastenk
- Stekleničko uporabljam zato, ker jo uporabljajo vsi
- Te stekleničke mi omogočajo, da pijem vodo iz pipe
- Uporaba lastne stekleničke je cenejša od vsakodnevnega kupovanja vode v plastenki

19. Kakšen je tvoj odnos do onesnaževanja okolja?

- Stanje se mi zdi zaskrbljujoče, ampak zato ne morem nič narediti
- Rad bi vplival na zmanjšanje onesnaževanja, zato ločujem odpadke
- Onesnaženost bo prizadela prihodnje generacije, zato se s tem ne ukvarjam
- Drugo

20. Označi do katere mere te opredeljujejo spodnje trditve (1- sploh ne velja zame, 2 -zame ne velja, 3 - delno velja, delno ne velja, 4 - zame velja, 5 - zame popolnoma velja)

- skrbim za okolje
- kupujem izdelke z oznako ekološko
- embalažo, ki je temu primerna, uporabim večkrat
- ločujem odpadke
- pijačo kupujem v steklenicah, ne v plastenkah
- skrb za okolje me ne zanima

21. Spol

- M
- Ž

22. Starost

23. Iz katere regije prihajaš?

- Pomurska regija
- Podravska regija
- Koroška regija
- Savinjska regija
- Zasavska regija
- Spodnjeposavska regija
- Jugovzhodna Slovenija
- Osrednjeslovenska regija
- Gorenjska regija
- Notranjsko - kraška regija
- Goriška regija
- Obalno - kraška regija

24. Kakšna so tvoja razpoložljiva mesečna sredstva?

- Do 100 evrov
- Od 101 do 200 evrov
- Od 201 do 300 evrov
- Od 301 do 400 evrov
- Več kot 401 evrov

25. Kakšna je tvoja dokončana stopnja izobrazbe?

- Dokončana osnovna šola
- Dokončana srednja šola

- Dokončan višješolski strokovni program ali visokošolski strokovni program ali univerzitetni program
- Dokončan magisterij stroke ali magisterij znanosti
- Dokončan doktorat znanosti

26. Iz katere fakultete prihajaš?

PRILOGA 2

Podrobni rezultati analize ankete

1. Kako pogosto kupuješ vodo v plastenki?

Tabela 2: Pogostost nakupa vode v plastenki

Odgovor	Število	Odstotek
na mesečni ravni	53	58,9 %
nekajkrat tedensko	22	24,4 %
ne kupujem ustekleničene vode	14	15,6 %
večkrat dnevno	1	1,1 %
vsak dan	0	0,0 %

Tabela 3: Pogostost nakupa vode v plastenki glede na dohodek študentov

	ne kupujem ustekleničene vode	na mesečni ravni	nekajkrat tedensko	večkrat dnevno	vsak dan
do 100 evrov	18,20 %	45,50 %	27,30 %	0	0
Od 101 do 200 evrov	23,10 %	46,20 %	30,70 %	0	0
od 201 do 300 evrov	29,40 %	58,80 %	11,80 %	0	0
od 301 do 400 evrov	6,67 %	73,33 %	20,00 %	0	0
več kot 401 evrov	11,50 %	57,70 %	30,70 %	2,90 %	0

Tabela 4: Pogostost nakupa vode v plastenkah glede na regijo

	Gorenjska regija	Osrednjeslovenska regija	Savinjska regija	Jugovzhodna Slovenija	Notranjsko-kraška regija	Goriška regija
večkrat dnevno	0 %	0 %	7,70 %	0 %	0 %	0 %
vsak dan	0 %	0 %	0 %	0 %	0 %	0 %
nekajkrat tedensko	28,00 %	28,60 %	23,10 %	12,50 %	42,86 %	0 %
na mesečni ravni	44,00 %	57,14 %	53,85 %	87,50 %	57,14 %	85,70 %
ne kupujem ustekleničene vode	28,00 %	14,28 %	15,38 %	0 %	0 %	14,30 %

2. Kakšno količino vode v povprečju kupiš?

Tabela 5: Koliko vode v povprečju kupiš?

Odgovor	Število	Odstotek
Vodo kupujem v 0,5 l plastenki	72	80,0 %
ne kupujem vode v plastenki	8	8,9 %
Vodo kupujem v 1,5 l plastenki	7	7,9 %
Vodo kupujemo na zalogo (več platojev vode naenkrat)	1	1,1 %
Drugo	10	11,1 %

3. V kolikšni meri se strinjaš z navedenim

Tabela 6: Voda iz plastenke je bolj zdrava od vode iz pipe

Odgovor	Število	Odstotek
Sploh se ne strinjam	51	56,67 %
Se ne strinjam	22	24,44 %
Niti, niti	15	16,67 %
Se strinjam	2	2,22 %
Popolnoma se strinjam	0	0 %

Tabela 7: Voda iz plastenke je bolj čista od vode iz pipe

Odgovor	Število	Odstotek
Sploh se ne strinjam	42	46,67 %
Se ne strinjam	26	28,89 %
Niti, niti	15	16,67 %
Se strinjam	5	5,56 %
Popolnoma se strinjam	2	2,22 %

Tabela 8: Voda iz plastenke je bolj kakovostna kot voda iz pipe

Odgovor	Število	Odstotek
Sploh se ne strinjam	41	45,56 %
Se ne strinjam	27	30,00 %
Niti, niti	17	18,89 %
Se strinjam	4	4,44 %
Popolnoma se strinjam	1	1,11 %

Tabela 9: Voda iz plastenke je bolj okusna kot voda iz pipe

Odgovor	Število	Odstotek
Sploh se ne strinjam	40	44,44 %
Se ne strinjam	20	22,22 %
Niti, niti	18	20,00 %
Se strinjam	8	8,89 %
Popolnoma se strinjam	4	4,44 %

Tabela 10: Poraba vode v plastenkah se povečuje

Odgovor	Število	Odstotek
Sploh se ne strinjam	2	2,22 %
Se ne strinjam	9	10,00 %
Niti, niti	18	20,00 %
Se strinjam	33	36,67 %
Popolnoma se strinjam	28	31,11 %

Tabela 11: Poraba vode v plastenkah ima negativen vpliv na okolje

Odgovor	Število	Odstotek
Sploh se ne strinjam	2	2,22 %
Se ne strinjam	2	2,22 %
Niti, niti	7	7,78 %
Se strinjam	25	27,78 %
Popolnoma se strinjam	54	60,00 %

4. Koliko časa že kupuješ vodo v plastenki?

Tabela 12: Koliko časa že kupuješ vodo v plastenki?

Odgovor	Število	Odstotek
Kupovali so jo že moji starši	11	12,22 %
Vodo v plastenki kupujem odkar pomnim	14	15,56 %
Vodo v plastenki kupujem zadnjih 5 let	32	35,56 %
Vodo v plastenki kupujem zadnja 3 leta	15	16,67 %
Vodo v plastenki kupujem zadnje leto	4	4,44 %
Drugo	14	15,56 %

- Drugo

Tabela 13: Drugo

Odgovor	Število	Odstotek
Ne kupujem vode v plastenki	9	64,28 %
Vodo v plastenki kupujem 10 let	1	7,14 %
Vodo v plastenki kupujem 8 let	1	7,14 %
Vodo v plastenki kupujem redko, ne znam oceniti	2	14,28 %
Ne vem	1	7,14 %

5. Ali imaš na predavanjih običajno s seboj plastenko vode?

Tabela 14: Uporaba plastenke vode na predavanjih

Odgovor	Število	Odstotek
da	49	54,44 %
ne	41	45,56 %

6. Po pomembnosti razvrsti v kolikšni meri spodnje trditve vplivajo na to, da na predavanje prineseš plastenko vode (1-najmanj pomembno, 5-najbolj pomembno)

Tabela 15: Kaj vpliva na to, da študenti na predavanje prinesejo plastenko vode

	povprečje	5	4	3	2	1
Vodo imam s seboj, ker jo imajo vsi	3,5	57,4 %	2,1 %	4,3 %	4,3 %	31,9 %
Vodo pijem, da prežnem dolgočasje	3,2	4,3 %	48,9 %	10,6 %	31,9 %	4,3 %
Voda mi pomaga, da ostanem zbran	3,0	2,1 %	21,3 %	57,4 %	17,0 %	2,1 %
Predavanja trajajo predolgo, da bi lahko bil brez vode	2,7	4,3 %	25,5 %	21,3 %	34,0 %	14,9 %
Skrbim, da popijem dovolj tekočine dnevno	2,6	31,9 %	2,1 %	6,4 %	12,8 %	46,8 %

7. Ali po uporabi plastenko takoj odvržeš ali jo ponovno uporabiš?

Tabela 16: Ponovna uporaba plastenke

Odgovor	Število	Odstotek
Plastenko običajno uporabim večkrat	69	76,67 %
Plastenko redko ponovno uporabim	16	17,78 %
Plastenke nikoli ne uporabim večkrat	5	5,56 %

Tabela 17: Ponovna uporaba plastenke

	ženske	moški	ženske	moški
Plastenko običajno uporabim večkrat	62	82,66 %	7	46,67 %
Plastenko redko uporabim večkrat	11	14,66 %	5	33,33 %
Plastenke nikoli ne uporabim večkrat	2	2,66 %	3	20 %

8. Na eni izmed avstralskih univerz so prepovedali uporabo vode v plastenkah. Ali bi se strinjali s takšnim ukrepom, le bi do njega prišlo na vaši fakulteti?

Tabela 18: Strinjanje s prepovedjo uporabe plastenik na fakulteti

Odgovor	Število	Odstotek
da	49	54,44 %
ne	41	45,56 %

9. Ali plastenke odlagaš v smetnjake, ki so namenjeni plastični embalaži?

Tabela 19: Odlaganje plastenk v zato namenjene smetnjake

Odgovor	Število	Odstotek
da	76	84,44 %
ne	14	15,56 %

10. Če si na zgornje vprašanje odgovoril pozitivno, ali posebej zbiraš tudi zamaške?

V anketi so bili vsi, ki so na zgornje vprašanje odgovorili pozitivno, preusmerjeni na to vprašanje

Tabela 20: Ločeno zbiranje zamaškov

Odgovor	Število	Odstotek
da	38	50,00 %
ne	38	50,00 %

11. Zakaj plastenk ne odlagaš v smetnjake, namenjene plastični embalaži?

Na to vprašanje so bili preusmerjeni tisti, ki so odgovorili, da plastenk ne ločujejo.

Tabela 21: Zakaj ne ločuješ plastenk?

Odgovor	Število	Odstotek
Ločevanju bi moral nameniti preveč časa	6	6,67 %
Zabojnikov namenjenih ločevanju je premalo, da bi lahko ustrezno ločeval odpadke	9	10,00 %
V ločevanju ne vidim smisla, se mi zdi nepotrebno	1	1,11 %

12. V kolikšni meri se strinjaš s spodaj navedenimi trditvami?

Tabela 22: Nakupe plastične embalaže bom zmanjšal

Odgovor	Število	Odstotek
Sploh se ne strinjam	2	2,22 %
Se ne strinjam	11	12,22 %
Niti, niti	24	26,67 %
Se strinjam	21	23,33 %
Popolnoma se strinjam	32	35,56 %

Tabela 23: Vodo bom kupoval v steklenicah in ne v plastenkah

Odgovor	Število	Odstotek
Sploh se ne strinjam	22	24,44 %
Se ne strinjam	25	27,78 %
Niti, niti	22	24,44 %
Se strinjam	9	10,00 %
Popolnoma se strinjam	12	13,33 %

Tabela 24: Ne bom več kupoval vode v plastenkah, ampak pil vodo iz pipe

Odgovor	Število	Odstotek
Sploh se ne strinjam	1	1,11 %
Se ne strinjam	7	7,78 %
Niti, niti	11	12,22 %
Se strinjam	29	32,22 %
Popolnoma se strinjam	42	46,67 %

Tabela 25: Namesto vsakodnevnega kupovanja vode v plastenki, bom to nadomestil z bidonom, kamor bom natočil vodo iz pipe

Odgovor	Število	Odstotek
Sploh se ne strinjam	5	5,56 %
Se ne strinjam	11	12,22 %
Niti, niti	12	13,33 %
Se strinjam	20	22,22 %
Popolnoma se strinjam	42	46,67 %

13. Ali ste pri nakupovanju vode v plastenki pozorni na to, iz kakšne plastike je plastenka narejena?

Tabela 26: Pozornost na to iz kakšne plastike je narejena plastenka

Odgovor	Število	Odstotek
da	10	11,11 %
ne	80	88,89 %

14. Ali vrsta plastike vpliva na vašo nakupno odločitev?

Tabela 27: Vpliv vrste plastenke na nakupno odločitev

Odgovor	Število	Odstotek
da	15	16,67 %
ne	75	83,33 %

15. Ali poznate pomen kakšne izmed oznak za vrsto plastike označene na plastenki?

Tabela 28: Poznavanje pomena oznak na plastični embalaži

Odgovor	Število	Odstotek
da	14	15,56 %
ne	76	84,44 %

16. Ali uporabljaš stekleničko za vodo, ki je namenjena večkratni uporabi (Npr. stekleničke Aladdin, Equa)?

Tabela 29: Uporaba lastne stekleničke

Odgovor	Število	Odstotek
da	56	62,22 %
ne	34	37,78 %

17. V kolikšni meri se strinjaš z navedenimi trditvami?

V anketi so bili vsi, ki so na zgornje vprašanje odgovorili pozitivno, preusmerjeni na to vprašanje

Tabela 30: Z uporabo lastne stekleničke lahko prispevam k manjši onesnaženosti okolja

Odgovor	Število	Odstotek
Sploh se ne strinjam	0	0 %
Se ne strinjam	2	3,57 %
Niti, niti	2	3,57 %
Se strinjam	16	28,57 %
Popolnoma se strinjam	36	64,29 %

Tabela 31: Z uporabo lastne stekleničke zmanjšujem nakupe vode v plastenkah

Odgovor	Število	Odstotek
Sploh se ne strinjam	1	1,79 %
Se ne strinjam	3	5,36 %
Niti, niti	0	0 %
Se strinjam	13	23,21 %
Popolnoma se strinjam	39	69,64 %

Tabela 32: Z uporabo lastne stekleničke lahko zmanjšam količino plastenk

Odgovor	Število	Odstotek
Sploh se ne strinjam	0	0 %
Se ne strinjam	2	3,57 %
Niti, niti	3	5,36 %
Se strinjam	16	28,57 %
Popolnoma se strinjam	35	62,50 %

Tabela 33: Stekleničko uporabljam zato, ker jo uporabljajo vsi

Odgovor	Število	Odstotek
Sploh se ne strinjam	24	42,86 %
Se ne strinjam	20	35,71 %
Niti, niti	9	16,07 %
Se strinjam	3	5,36 %
Popolnoma se strinjam	0	0 %

Tabela 34: Te stekleničke mi omogočajo, da pijem vodo iz pipe

Odgovor	Število	Odstotek
Sploh se ne strinjam	0	0 %
Se ne strinjam	1	1,79 %
Niti, niti	6	10,71 %
Se strinjam	18	32,14 %
Popolnoma se strinjam	31	55,36 %

Tabela 35: Uporaba lastne stekleničke je cenejša od vsakodnevnega kupovanja vode v plastenki

Odgovor	Število	Odstotek
Sploh se ne strinjam	0	0 %
Se ne strinjam	1	1,79 %
Niti, niti	3	5,36 %
Se strinjam	12	21,43 %
Popolnoma se strinjam	40	71,43 %

18. Kakšen je tvoj odnos do onesnaževanja okolja?

Tabela 36: Odnos do onesnaževanja okolja

Odgovor	Število	Odstotek
Stanje se mi zdi zaskrbljujoče, ampak zato ne morem nič narediti	12	13,33 %
Rad bi vplival na zmanjšanje onesnaževanja, zato ločujem odpadke	75	83,33 %
Onesnaženost bo prizadela prihodnje generacije, zato se s tem ne ukvarjam	1	1,11 %
Drugo	9	10,00 %

19. Označi, do katere mere te opredeljujejo spodnje trditve

Tabela 37: Skrbim za okolje

Odgovor	Število	Odstotek
Sploh ne velja zame	0	0 %
Zame ne velja	2	2,22 %
Delno velja, delno ne velja	35	38,89 %
Zame velja	41	45,56 %
Zame popolnoma velja	12	13,33 %

Tabela 38: Kupujem izdelke z oznako ekološko

Odgovor	Število	Odstotek
Sploh ne velja zame	12	13,33 %
Zame ne velja	35	38,89 %
Delno velja, delno ne velja	23	25,56 %
Zame velja	16	17,78 %
Zame popolnoma velja	4	4,44 %

Tabela 39: Embalažo, ki je za to primerna, uporabim večkrat

Odgovor	Število	Odstotek
Sploh ne velja zame	2	2,22 %
Zame ne velja	4	4,44 %
Delno velja, delno ne velja	12	13,33 %
Zame velja	36	40,00 %
Zame popolnoma velja	36	40,00 %

Tabela 40: Ločujem odpadke

Odgovor	Število	Odstotek
Sploh ne velja zame	1	1,11 %
Zame ne velja	5	5,56 %
Delno velja, delno ne velja	13	14,44 %
Zame velja	31	34,44 %
Zame popolnoma velja	40	44,44 %

Tabela 41: Pijačo kupujem v steklenicah, ne v plastenkah

Odgovor	Število	Odstotek
Sploh ne velja zame	26	28,89 %
Zame ne velja	34	37,78 %
Delno velja, delno ne velja	22	24,44 %
Zame velja	5	5,56 %
Zame popolnoma velja	3	3,33 %

Tabela 42: Skrb za okolje me ne zanima

Odgovor	Število	Odstotek
Sploh ne velja zame	57	63,33 %
Zame ne velja	19	21,11 %
Delno velja, delno ne velja	6	6,67 %
Zame velja	5	5,56 %
Zame popolnoma velja	3	3,33 %

20. Spol

Tabela 43: Spol

Odgovor	Število	Odstotek
ženski	75	83,33 %
moški	15	16,67 %

21. Iz katere regije prihajaš?

Tabela 44: Regija

Odgovor	Število	Odstotek
Gorenjska regija	25	27,78 %
Osrednjeslovenska regija	21	23,33 %
Savinjska regija	13	14,44 %
Jugovzhodna Slovenija	8	8,89 %
Notranjsko - kraška regija	7	7,78 %
Goriška regija	7	7,78 %
Podravska regija	5	5,56 %
Obalno - kraška regija	3	3,33 %
Koroška regija	1	1,11 %

22. Kakšna so tvoja razpoložljiva mesečna sredstva?

Tabela 45: Razpoložljiva mesečna sredstva

Odgovor	Število	Odstotek
Do 100 evrov	11	12,22 %
Od 101 do 200 evrov	13	14,44 %
Od 201 do 300 evrov	17	18,89 %
Od 301 do 400 evrov	15	16,67 %
Več kot 401 evrov	34	37,78 %

23. Kakšna je tvoja dokončana stopnja izobrazbe?

Tabela 46: Stopnja izobrazbe

Odgovor	Število	Odstotek
Dokončana srednja šola	63	70,00 %
Dokončan višješolski strokovni program ali visokošolski strokovni program ali univerzitetni program	25	27,78 %
Dokončana osnovna šola	1	1,11 %
Dokončan magisterij stroke ali magisterij znanosti	1	1,11 %

24. Iz katere fakultete prihajaš?

Tabela 47: Fakulteta

Odgovor	Število	Odstotek
Fakulteta za družbene vede	33	36,67 %
Ekonomska fakulteta	27	30,02 %
Fakulteta za znanosti o okolju	10	11,11 %
Filozofska fakulteta	5	5,55 %
Fakulteta za upravo	2	2,22 %
Fakulteta za socialno delo	2	2,22 %
Mednarodna fakulteta za družbene in poslovne študije	1	1,11 %
Akademija za ples	1	1,11 %
Zasebna izobraževalna ustanova	1	1,11 %
Fakulteta za gradbeništvo in geodezijo	1	1,11 %
Fakulteta za matematiko in fiziko	1	1,11 %
Pedagoška fakulteta	1	1,11 %
Medicinska fakulteta	1	1,11 %
Fakulteta za komercialne in poslovne vede	1	1,11 %
Fakulteta za strojništvo	1	1,11 %
Fakulteta za organizacijske vede	1	1,11 %
Fakulteta za kemijo in kemijsko tehnologijo	1	1,11 %