

Daniek Kałasznik, Adam Kokoszka, Grzegorz Kubacki,
Elżbieta Mijalska, Joost Platje¹

Problemy logistyczne w obrocie butelkami zwrotnymi

- studium przypadku

Zarządzanie odpadami staje się stopniowo coraz ważniejszym aspektem logistyki. Przepływy odpadów stanowią element fizycznego przepływu materiałów w gospodarce, stąd już sam ten fakt wskazuje na bezpośrednie powiązania przepływów odpadów z logistyką. Procesy logistyczne dotyczące przepływów odpadów w gospodarce określane są terminem ekologiczności². Można wyróżnić za Pfohlem³ dwa podstawowe kryteria odróżniające ekologiczność od innych podsystemów logistyki (takich jak transport lub magazynowanie). Pierwszym z nich jest przedmiot przepływu, którym w ekologiczności są surowce wtórne i odpady, w odróżnieniu do produktów celowych stanowiących przedmiot przepływu pozostałych podsystemów logistyki. Z kolei drugim kryterium jest kierunek przepływu, który w przypadku przepływu produktów (źródło przepływu jest u finalnego konsumenta, następnym elementem jest detalista, hurtownik i końcowym elementem jest producent).

Artykuł ten prezentuje rezultaty badań dotyczących przepływu szklanych butelek zwrotnych pomiędzy końcowym konsumentem, detalistą a hurtownikiem. Badanie to zostało przeprowadzone na terenie miasta Opola i objęło swoim zasięgiem prawie 100 sklepów.

Prezentacja wyników badania

Informacje w badaniu zostały zgromadzone z wykorzystaniem metody ankietowej. Badanie przeprowadzono w okresie od 26 lutego do 8 marca 2002 roku w ponad 120 punktach handlowych na terenie miasta Opola. Ponieważ jednak część sklepów odmówiła udziału w badaniach ostatecznie zebranych zostało 97 ankiet. Współczynnik udziału w badaniu jest więc bardzo wysoki i wynika z przy-

jętej techniki zbierania informacji, polegającej na bezpośrednim zadawaniu pytań przez ankietera w danym punkcie handlowym bądź też rzadziej na pozostawieniu ankiety w sklepie do wypełnienia.

Podstawowym celem badania było sprawdzenie popularności produktów pakowanych w szklanych butelkach zwrotnych oraz określenie potencjalnych kwestii problemowych dotyczących obrotu tego typu opakowaniami. Dodatkowym tłem do badań były obowiązki nałożone na jednostki handlu detalicznego o powierzchni handlowej powyżej 25 m² przez przepisy ustawy o opakowaniach i odpadach opakowaniowych, która weszła w życie 1 stycznia 2002 roku⁴.

Spośród 97 zbadanych sklepów 68% stanowiły małe, lokalne sklepy, a pozostałe 32% były to różnego rodzaju sklepy średniej wielkości (dyskontowe, supermarkety, etc.). Badanie nie objęło dużych sklepów w rodzaju hipermarketów, ponieważ jedyny istniejący na terenie miasta sklep tego typu odmówił udziału w badaniu. Biorąc pod uwagę lokalizację badanych sklepów, w centrum miasta usytuowanych było 35% sklepów, podczas gdy 65% sklepów znajdowało się poza centrum Opola. Jeśli chodzi natomiast o osoby biorące udział w badaniu, to 46% stanowili sprzedawcy, 30% kierownicy sklepów i 24% właściciele sklepów (w przypadku lokalnych sklepów). Duży udział sprzedawców uczestniczą-

cych w ankiecie powiązany jest z dużą liczbą małych sklepów poddanych badaniu. W większości przypadków w sklepach tego typu sprzedawcy byli jedynymi pracownikami mającymi styczność z obrotem butelkami zwrotnymi.

W rezultacie badań stwierdzono, że 88% badanych sklepów sprzedaje produkty pakowane w butelki zwrotne. Jednak na tak wysoki udział mógł wpłynąć fakt, że w niniejszym badaniu nie były brane pod uwagę sklepy nie posiadające produktów alkoholowych w swoim asortymencie oraz sklepy o powierzchni poniżej 25 m². Zdecydowana większość badanych sklepów sprzedawała piwo w butelkach zwrotnych (80%), następnym produktem była woda mineralna (44% sprzedawało wodę w butelkach o pojemności 0,33l a 33% wodę w butelkach 1 litra), dalej cola w butelkach 0,2 litra (32%), oranżada (13%), wino (6%) i na końcu śmietana (5%). W sposób szacunkowy stwierdzono też, że piwo w butelkach zwrotnych stanowi około 51% całości sprzedaży tego produktu (pozostała część to piwo puszkowane). Z kolei woda w butelkach zwrotnych ma średnio około 23% udziału w ogólnej sprzedaży wody mineralnej w badanych sklepach. Niewielki popyt na wodę pakowaną w butelki zwrotne może tłumaczyć dlaczego niezbyt wiele sklepów posiada ten produkt w swoim asortymencie.

Jak wynika z badań, sklepy posiadają-

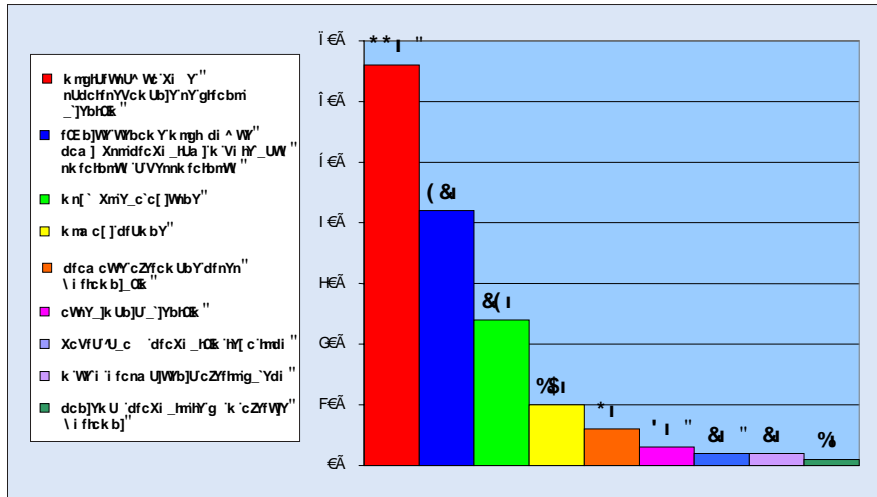
DfcXi _mík `Vi hY`_UW `nk fclbnW`	WbUVi hY`_fU WU`		
	a `j b`	fYXbJU`	a U`
] q̄ [ÁÁ~ c\ ÁÁ` áy []^b: ^b\Á] ÉV`•\ aD	ÁÁ` ÉÁ y	ÉÁ y	ÁÁ` ÉÁ y
] q̄ [ÁÁ æ` &`]{ Á•: cæ\ Á` c\ áy] ÉV`•\ aD	ÁÁ` ÉÁ y	ÉÁ y	ÁÁ` ÉÁ y
, [ááá q̄ ^\` a] aÉH`	ÁÁ` ÉÁ y	ÉÁ y	ÁÁ` ÉÁ y
, [ááá q̄ ^\` a] aÉH`	ÁÁ` ÉÁ y	ÉÁ y	ÁÁ` ÉÁ y
& [aÉH`	ÁÁ` ÉÁ y	ÉÁ y	ÁÁ` ÉÁ y
[!æ] aææ	ÁÁ` ÉÁ y	ÉÁ y	ÁÁ` ÉÁ y
wino	ÁÁ` ÉÁ y	ÉÁ y	ÁÁ` ÉÁ y
{ aææ	ÁÁ` ÉÁ y	ÉÁ y	ÁÁ` ÉÁ y

1 Joost Platje jest pracownikiem naukowym Wydziału Ekonomicznego Uniwersytetu Opolskiego. Daniel Kałasznik, Adam Kokoszka, Grzegorz Kubacki i Elżbieta Mijalska są członkami Akademickiego Koła Naukowego Zrównoważonego Rozwoju na Wydziale Ekonomicznym Uniwersytetu Opolskiego. Kontakt: jplatje@uni.opole.pl

2 W języku angielskim odpowiednikiem jest termin ecologistics lub reverse logistics, natomiast w języku niemieckim zbliżonym terminem jest Entsorgungslgistik.

3 Zob. P. Ch. Pfohl, Systemy logistyczne, Instytut Logistyki i Magazynowania, Poznań 1998, s. 227.

4 Ustawa z dnia 11 maja 2001 r. o opakowaniach i odpadach opakowaniowych, Dz. U. Nr 63 poz. 638.



Rys. 1 Dlaczego sprzedają Państwo artykuły w butelkach zwrotnych? (możliwość zaznaczenia więcej niż jednej odpowiedzi)

ce w swoim asortymencie produkty pakowane w butelki zwrotne mają zróżnicowaną politykę dotyczącą kaucji za butelki zwrotne. Dane te prezentuje tab. 1. Zaskakującym jest fakt, iż brak jest ujednoliconych cen, zwłaszcza butelek po piwie, w przypadku których to producent ustala wielkość kaucji. Wynosi ona przykładowo w przypadku piwa o wydłużonej szyjce 35 groszy, podczas gdy w badanych sklepach kaucja ta wahała się od 20 do 60 groszy. Tak duże zróżnicowanie cen wskazuje, iż można oczekiwać problemów z wdrożeniem bardziej efektywnego zarządzania opakowaniami zwrotnymi, ponieważ konsumenci nie mogą zwrócić w ten sposób butelek

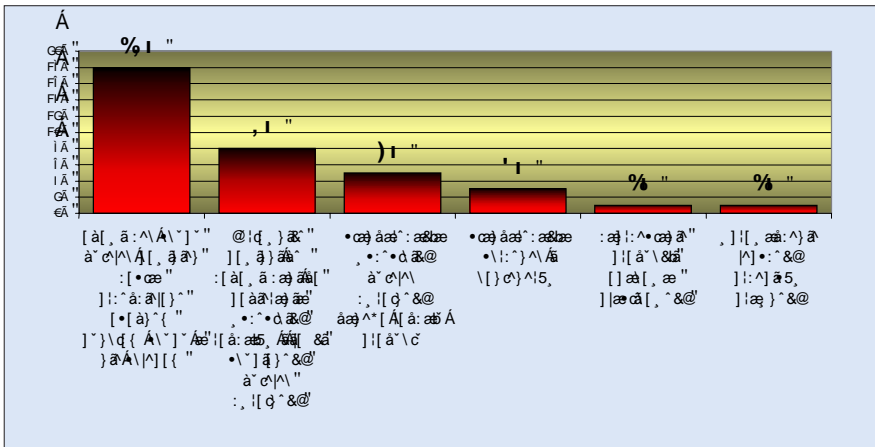
w dowolnym sklepie bez narażania się na różnice w cenie skupu. Prawie wszystkie badane sklepy miały cenę skupu butelek ustaloną na poziomie równym kaucji (choć nie ma w tym zakresie żadnych wymagań prawnych).

Kolejnymi zagadnieniami poruszonymi w celu zbadania potencjalnych obszarów problemowych w łańcuchu ekologii butelek zwrotnych były: przyczyny sprzedaży produktów w butelkach zwrotnych w danym sklepie, warunki przyjmowania butelek zwrotnych, przeszkody dotyczące sprzedaży produktów w butelkach zwrotnych oraz ewentualne usprawnienia, które powinny zostać poczynione w tej dziedzinie.

Jak wynika z badania, głównym powodem posiadania produktów w szklanych butelkach zwrotnych jest wystarczający popyt na te produkty (rys. 1), co zostało zaznaczone przez 66% detalistów posiadających takie produkty. Inną ważną przesłanką są różnice w cenie w porównaniu z analogicznymi produktami w innych opakowaniach (42% odpowiedzi) oraz względy ekologiczne (24%), podczas gdy wymogi prawne podało jedynie 10% badanych sklepów posiadających produkty w butelkach zwrotnych. Kwestia dużego popytu oraz różnic cenowych dotyczy głównie piwa, gdyż większość konsumentów tego produktu ze względu na niski dochód poszukuje najtańszej oferty w danym asortymencie produktów. Niektórzy detaliści wskazywali podczas badań, że w przypadku promocji dotyczących piwa pakowanego w puszki rośnie z kolei popyt na tego typu pakowany produkt.

Pytanie dotyczące warunków na jakich przyjmowane są do skupu butelki zwrotne w danym sklepie miało na celu sprawdzenie, na ile łatwo konsument może zwrócić butelkę zwrotną w sklepie detalicznym (w pytaniu tym możliwe było udzielenie więcej niż jednej odpowiedzi). Należy zaznaczyć, że obowiązująca od 1 stycznia bieżącego roku wspomniana już ustawa o opakowaniach nałożyła na jednostki detaliczne obowiązek skupu wszystkich butelek zwrotnych po





Rys. 2. Jakie są Państwa uwagi dotyczące polepszenia przepływu butelek zwrotnych.

produktach, które znajdują się w asortymencie sklepu⁵. Jednak jedynie 52% badanych sklepów potwierdziło, iż skupuje wszystkie butelki w sposób wskazany w ustawie. Większość sklepów wciąż skupuje butelki jedynie po okazaniu paragonu zakupu z tego sklepu (54%) lub też przyjmuje butelki „na wymianę” (53%). Około 7% badanych sklepów skupuje butelki bez żadnych warunków, ale tylko od znanych klientów, natomiast 6% prowadzi skup wszystkich butelek dotyczących produktów będących w asortymencie sklepu, ale tylko do momentu zapełnienia się skrzynek na butelki. Ta ostatnia odpowiedź wskazuje na potencjalne problemy z miejscem do składowania butelek w sklepach o niewielkiej powierzchni. Dodatkowo wiele sklepów spełnia wspomniane wcześniej wymogi prawne poprzez skupowanie butelek bez paragonu za 1 grosz. To zniechęca jednak do zwracania butelek w przypadku zgubienia paragonu, a dodatkowo problemy z otrzymaniem całkowitego zwrotu kaucji za butelki negatywnie wpływają też na wzrost popytu na produkty pakowane w butelki zwrotne.

Powyższe odpowiedzi wskazują więc wyraźnie na istnienie poważnych przeszkód w łańcuchu ekologii między detalistami a hurtownikami / producentami. W badaniu stwierdzono, że 89% sklepów zwraca butelki zwrotne do hurtowni, natomiast pozostałe 11% sklepów (będących sieciami dyskontowymi) zwraca je do własnych centrów dystrybucyjnych.

Przy pytaniu o główne przeszkody dotyczące sprzedaży produktów w butelkach zwrotnych 52% badanych sklepów wskazała na brak powierzchni magazynowej (może to być wyjaśnione dużym udziałem w badaniu sklepów o niewiel-

kiej powierzchni), 38% odpowiedzi dotyczyło faktu, iż hurtownicy pobierają jedynie analogiczną ilość butelek pustych do ilości dostarczonego towaru (dokładnie biorą jedynie butelki tej samej marki, nie akceptując butelek tego samego kształtu, ale innych marek). Pozostałe odpowiedzi dotyczyły braku popytu (18%) oraz kwestii uciążliwości dla klienta w przynoszeniu butelek zwrotnych z powrotem do sklepu (7%).

Ostatnie z pytań miało charakter otwarty (brak sugerowanych odpowiedzi) i dotyczyło pomysłów co do usprawnień w dziedzinie przepływu butelek zwrotnych (rys. 2). Najwięcej odpowiedzi (stanowiących 18% wszystkich badanych sklepów) dotyczyło przeniesienia obowiązku skupu butelek ze sklepów detalicznych na specjalnie utworzone do tego celu punkty skupu butelek. Kolejnymi pomysłami były: zobowiązanie hurtowników do przyjmowania wszystkich skupionych przez sklep butelek zwrotnych (8%), standaryzacja butelek zwrotnych (8%), standaryzacja skrzynek i kontenerów na butelki (5%), zaprzestanie produkcji opakowań plastikowych oraz wprowadzenie lepszych przepisów prawnych (po 1%). Również te odpowiedzi wskazują jednoznacznie na pewne problemy ze zwrotem butelek, występujące w łańcuchu ekologii między detalistami a hurtownikami i producentami.

Wnioski końcowe

Przeprowadzone badanie pokazuje jednoznacznie, iż istnieją wyraźne obszary problemowe pomiędzy detalistą oraz hurtownikiem czy też producentem w łańcuchu ekologii butelek zwrotnych. Po pierwsze, brak powierzchni ma-

gazynowych oraz kłopoty w przekazywaniu skupionych butelek do hurtowników utrudniają dostosowanie się sklepów detalicznych do wymogów ustawy o opakowaniach i odpadach opakowaniowych. Po drugie, ustawa nie obejmuje potencjalnych wąskich gardeł w tym łańcuchu. Przykładowo, brak jasnych regulacji prawnych obligujących hurtownie i producentów do pobierania butelek zwrotnych od detalistów, skutecznie zniechęca tych ostatnich do akceptowania przy skupie wszystkich butelek bez żadnych warunków. Zróżnicowanie ceny kaucji oraz różne rodzaje i kształty butelek dodatkowo komplikują jeszcze sytuację. Ustawodawca powinien więc brać pod uwagę wszystkie elementy w łańcuchu ekologii przy tworzeniu aktu prawnego dotyczącego tego zagadnienia. Tak więc standaryzacja butelek oraz skrzynek i kontenerów na butelki, a także zobligowanie hurtowni i producentów do pobierania wszystkich skupionych butelek mogłyby poprawić istniejącą obecnie sytuację. Można by tu posłużyć się przykładem z Danii, gdzie obowiązuje podatek od wykorzystywania nowych butelek do pakowania produktów. Obciążenie to powoduje, że ponowne użycie opakowań zwrotnych staje się bardziej atrakcyjne dla producenta ze względu na brak podatku, jest on więc zainteresowany zwiększeniem efektywności działania każdego elementu w łańcuchu ekologii.

Na koniec należy zauważyć na podstawie przeprowadzonego badania, że to głównie piwo jest produktem sprzedawanym w butelkach zwrotnych. Ponieważ większość napojów produkowanych jest w opakowaniach bezzwrotnych, bardzo utrudnione jest spełnienie wymogu prawnego, nałożonego przez ustawę o opakowaniach i odpadach opakowaniowych, o posiadaniu przez sklep w swoim asortymencie tych samych rodzajowo produktów w opakowaniach zwrotnych i bezzwrotnych. Fakt ten wskazuje na konieczność stworzenia ekonomiczno-prawnych regulacji i zachęt dla producentów do wytwarzania produktów w opakowaniach zwrotnych. Bowiem nawet najlepsze regulacje prawne dotyczące ekologii butelek zwrotnych nie będą pozytywnie oddziaływać na środowisko, jeśli dotyczyć będą jedynie wąskiego asortymentu artykułów występujących na rynku.

5 Zob. art. 14 ustawy z dnia 11 maja 2001 r. o opakowaniach i odpadach opakowaniowych.