

LATVIJAS UNIVERSITĀTE  
ĢEOGRĀFIJAS UN ZEMES ZINĀTŅU FAKULTĀTE  
VIDES ZINĀTNES NODAĻA

**PĀRTIKAS PĀRPALIKUMU APSAIMNIEKOŠANA JAUKTA  
SORTIMENTA PĀRTIKAS VEIKALOS: PIEEJAS UN RISINĀJUMI**  
MAĢISTRA DARBS

Autors: Krista Skrebele

Stud. apl.nr.: ks19135

Darba vadītājs: Kristīne Āboliņa,

Dr. ģeogr., docente

RĪGA 2021

## ANOTĀCIJA

Eiropas Savienības dalībvalstu uzmanība tiek vērsta uz to, ka ir jādomā par pārtikas atkritumu novēršanu un samazināšanu, lai resursi, kas tiek ieguldīti pārtikas ražošanā, netiktu veltīgi izniekoti. Darba mērķis ir izpētīt, kā pārtikas atkritumu novēršanu un pārtikas pārpalikumu apsaimniekošanu (pārtikas atkritumu apsaimniekošanas pirmā un otrā līmeņa darbības) realizē jaukta sortimenta pārtikas veikali Tērvetes un Dobeles novados. Pētījumā apzināta mazumtirgotāju ieinteresētība un iesaiste pārtikas atkritumu novēršanas procesā un pārtikas pārpalikumu apsaimniekošanā. Rezultāti rāda, ka reģionu veikalos pārtikas pārpalikumi un pārtikas atkritumi rodas salīdzinoši mazāk kā lielajos pilsētu veikalos, jo to apsaimnieošana tiek plānota un vairāk regulēta. Kā galveno iemeslu, kāpēc veidojas pārtikas pārpalikumi, iesaistītās puses min nespēju precīzi paredzēt pirktspēju un noteikt nepieciešamo pasūtāmo preču daudzumu. Galvenais iemesls, kāpēc veikali neziedo pārtikas preces, ir tam papildu nepieciešamie resursi. Mazumtirdzniecības sektors ir viens posms no visas pārtikas piegādes ķēdes, tāpēc ir svarīgi runāt par to kā cikla daļu, lai veicinātu pēc iespējas efektīvāku pārtikas atkritumu un pārpalikumu apsaimniekošanu.

**Atslēgas vārdi:** pārtikas atkritumu novēršana, mazumtirdzniecība, atkritumu apsaimniekošanas hierarhija, aprites ekonomika.

## ANNOTATION

The attention of the Member States of the European Union is drawn to the need to think about the prevention and reduction of food waste so that the resources invested in food production are not wasted. The aim of this thesis is to study how the prevention of food waste and the management of food surplus (food waste management first and second level activities) are implemented by grocery stores in Tērvete and Dobeles counties. The study identifies the interest and involvement of retailers in the process of food waste prevention and food surplus management. The results show that the regional stores produce relatively less food surplus and food waste than large urban stores, as management process of food surplus and food waste is planned and more regulated. Stakeholders cite the inability to accurately predict purchasing power and determine the quantity of goods to be ordered as the main reason for food surpluses. The main reason why stores do not donate groceries is the additional resources they need. The retail sector is one link in the whole food supply chain, so it is important to talk about it as a part of a cycle to encourage the most efficient management of food waste and leftovers.

**Key words:** food waste prevention, retail, waste management hierarchy, circular economy.

## SATURS

JĒDZIENU UN SAĪSINĀJUMU SARAKSTS.....	6
IEVADS.....	7
1. LITERATŪRAS APSKATS .....	9
1.1. Pārtikas atkritumu apsaimniekošanas hierarhija un definīcijas, aprites ekonomikas ietvars .....	9
1.2. Pārtikas atkritumu un pārpalikumu novēršanas risinājumi mazumtirdzniecības sektorā .....	12
1.3. Pārtikas pārpalikumu izmantošana.....	16
1.4. Eiropas valstu piemēri.....	22
1.4.1. Lielbritānijas piemērs mazumtirdzniecības sektorā.....	22
1.4.2. Dānijas piemērs mazumtirdzniecības sektorā.....	24
1.4.3. Francijas un Itālijas piemērs .....	27
2. MATERIĀLI UN METODEDES.....	30
2.1. Zinātniskās literatūras analīze .....	30
2.2. Analizējamo pārtikas tirdzniecības vietu izvēle un to apsekojums.....	31
2.3. Veikalu darbinieku un vadītāju intervijas .....	32
2.4. Intervijas ar ekspertiem, kas pārstāv ar pārtikas pārpalikumiem saistītas nozares .....	33
2.5. Normatīvo aktu analīze .....	34
2.6. Ieteikumu izstrāde .....	35
3. REZULTĀTI.....	36
3.1. Normatīvo aktu analīze pārtikas atkritumu un pārpalikumu apsaimniekošanas kontekstā	36
3.1.1. Pārtikas ziedošanas sistēma .....	37
3.1.2. Pārtikas pārpalikumu ziedošana dzīvniekiem .....	40
3.2. Pārtikas atkritumu un pārpalikumu daudzumi pētāmajā teritorijā .....	41
3.3. Dobeles un Tērvetes novadu veikalu darbinieku izpratne par pētāmo problēmu .....	43
3.4. Pārtikas atkritumu novēršanas un pārpalikumi apsaimniekošanas prakse Dobeles un Tērvetes novadu veikalos .....	45
3.4.1. Personāla zināšanas un apmācības .....	45
3.4.2. Nestandarta iepakojums, produkti .....	45

3.4.3. Patērētāju paradumi .....	47
3.4.4. Cenu stratēģija veikalos .....	48
3.4.5. Pasūtījumu prognozēšana.....	50
3.4.6. Noliktavas organizēšana un preču izkārtojums veikalā .....	50
3.5. Pārtikas pārpalikumu apsaimniekošana Tērvetes un Dobeles novados .....	52
3.5.1. Pārtikas pārpalikumu izmantošana .....	52
3.5.2. Produktu ziedošana .....	53
3.6. Pandēmijas ietekme pārtikas pārpalikumu apsaimniekošanā, aprites ekonomikas iezīmes .....	57
DISKUSIJA .....	59
SECINĀJUMI.....	62
IETEIKUMI.....	64
IZMANTOTĀ LITERATŪRA.....	66
Publicētie materiāli .....	66
Nepublicētie materiāli .....	74
PIELIKUMI .....	74

## JĒDZIENU UN SAĪSINĀJUMU SARAKSTS

AAVP – Atkritumu apsaimniekošanas valsts plāns 2021.–2028. gadam

ES – Eiropas Savienība

EK – Eiropas Komisija

MK – Ministru kabinets

PA– Pārtikas atkritumi

PP – Pārtikas pārpalikumi

PVD – Pārtikas un veterinārais dienests

ZM– Zemkopības Ministrija

Derīguma termiņš “Ieteicams līdz...” jeb “pārtikas produkta minimālais derīguma termiņš” – datums, līdz kuram pārtikas produkts saglabā tam raksturīgās īpašības, ja tiek pienācīgi uzglabāts (Eiropas Savienības Oficiālais... 2011)

Derīguma termiņš tiek “Izlietot līdz...” – tiek norādīts uz pārtikas produktiem, kas no mikrobioloģijas viedokļa ir īpaši ātrbojīgi un tādēļ īsā laikā var radīt tiešas briesmas cilvēka veselībai (Eiropas Savienības Oficiālais... 2011)

Pārtikas atkritumu apsaimniekošanas hierarhija – nosaka prioritāru secību rīcībām, kā nepieciešams apsaimniekot pārtikas atkritumus

Pārtikas piegādes ķēde un tās dalībnieki – visi, kas iesaistīti primārajā ražošanā, pārstrādē un ražošanā, mazumtirdzniecībā un cita veida izplatīšanā, sabiedriskajā ēdināšanā un gala patērētāji (Par Atkritumu apsaimniekošanas...2021)

## IEVADS

Balstoties uz 2011. gada datiem, apmēram viena trešdaļa no pasaulē saražotās pārtikas tiek zaudēta vai iznīkta, kas gada laikā rada aptuveni 1,3 miljardus tonnu pārtikas atkritumu. Tiek lēsts, ka Eiropā šis skaitlis ir vidēji 88 miljoni tonnu, kas atbilst aptuveni 173 kg uz vienu iedzīvotāju. No ekonomiskā viedokļa tie ir 143 miljardi eiro zaudējumi gadā (Tonini et al. 2018). Latvijas mērogā, balstoties uz Atkritumu apsaimniekošanas valsts plānā 2021.–2028. gadam pieejamo informāciju, ir novērojams, ka pārtikas atkritumu daudzumam piegādes ķēdēs ir tendence pieaugt (Par Atkritumu apsaimniekošanas... 2021).

Pēdējo gadu laikā pārtikas atkritumu problēma radījusi lielāku sabiedrības uzmanību tieši galveno problēmu dēļ, kas saistītas ar pārtikas izšķērdēšanu. Viena no tām ir morāles jautājums, jo liela daļa pārtikas, kas vēl ir lietojama uzturā, tiek izmesta, kamēr citās pasaules valstīs cilvēki no pārtikas trūkuma cieš badu. Otra problēma ir ierobežotie zemes resursi un pārtika, kas tiek ražota ar iespējamību, ka to var izmest, šos resursus izšķiež. Kā trešo problēmu var minēt ekonomisko faktoru – nauda, kas tiek ieguldīta, lai produktu saražotu, tiek vienkārši izmesta atkritumos reizē ar šo precī, nevis patērēta paredzētajam mērķim (Eriksson 2012). Svarīgi uzsvērt arī to, ka atkritumos izmesta pārtika un tās pārpalikumi atstāj ievērojamu ietekmi uz vidi. Tiem sadaloties, rodas fotoķīmiskie oksidanti un siltumnīcefekta gāzes (Par Atkritumu apsaimniekošanas... 2021).

Lai gan statistika rāda, ka mazumtirdzniecības sektorā pārtikas atkritumi veidojas salīdzinoši vismazāk (Stenmarck et al. 2016), tomēr sektora izpētes nozīme ir ļoti būtiska, jo mazumtirgotājiem ir liela ietekme, veidojot gan pārtikas ražošanas iezīmes, gan patērētāju vēlmes. Veikali ir vieta, kur krustojas dažādi pārtikas aprites dalībnieki, un tieši veikali ir tie, kas var ietekmēt ne tikai to, cik tie iznīko, bet arī citu sektoru pārtikas atkritumu daudzumu, piemēram, ražošanā vai mājsaimniecībās. Tirdzniecības vietās vienuviet atrodas liels daudzums ar pārtikas produktiem, tāpēc tā ir piemērota vieta, kur veicināt pārtikas atkritumu samazināšanas pasākumus. Būtisks ir arī sociālais aspekts, kas izriet no pārtikas atkritumu apsaimniekošanas mazumtirdzniecības sektorā, jo liela daļa no izmestajiem produktiem joprojām ir piemēroti cilvēku patēriņam. Tas liecina par to, ka pārpalikumu apsaimniekošana ir svarīga. Apsaimniekošana veicinātu ne tikai iespējas samazināt izmestās pārtikas daudzumu, kas neietekmētu uzņēmumu zaudējumus, bet arī veicinātu sociālā jautājuma aktualitāti, nodrošinot ar pārtiku tos, kam tas ir nepieciešams (Cicatiello et al. 2017; Eriksson et al. 2016).

Darba izstrādes procesā pārtikas atkritumu termins tiek definēts balstoties uz EK direktīvā 2008/98/EK minēto definīciju, kur pārtikas atkritumi ir visu veidu pārtika, kas piemērota lietošanai cilvēku uzturā, kas kļuvusi par atkritumiem (Eiropas Savienības oficiālais vēstnesis 2008). Otra svarīga definīcija, kas darbā tiek aplūkota, ir pārtikas pārpalikumu definīcija, kas, balstoties uz VARAM izstrādāto pārtikas atkritumu un pārpalikumu uzskaites formu uzņēmumiem, ir: “[...] produktu ēdamās un neēdamās daļas, kas paredzētas cilvēku uzturam, bet dažādu iemeslu dēļ šim nolūkam netiek izmantotas, bet atkritumos nenokļūst, jo tiek apsaimniekotas savādāk” (VARAM 2020).

Maģistra darba mērķis ir izpētīt, kā pārtikas atkritumu novēršanu un pārtikas pārpalikumu apsaimniekošanu realizē mazumtirgotāji Tērvetes un Dobeles novados.

Uzdevumi, lai sasniegtu maģistra darba mērķi:

- Veikt literatūras un labās prakses piemēru apkopošanu par aprites ekonomiku attiecībā uz pārtikas atkritumiem un pārtikas atkritumu apsaimniekošanas hierarhiju;
- Analizēt normatīvos aktus par iespējam pārtikas atkritumu novēršanas jautājumā un pārtikas pārpalikumu apsaimniekošanā;
- Izpētīt Tērvetes un Dobeles novados esošos jaukta sortimenta pārtikas veikalus;
- Izzināt ekspertu un iesaistīto pušu viedokļus par pārpalikumu apsaimniekošanu veikalos;
- Noskaidrot cik mazumtirgotāji ir informēti un iesaistīti pārtikas atkritumu novēršanas procesā;
- Pamatojoties uz veikto pētījumu, izdarīt secinājumus un izstrādāt ieteikumus, kā pārtikas atkritumus padarīt par resursu racionālai izmantošanai.

Maģistra darba apjoms ir 74 lpp, tajā ietilpst 15 attēli, kā arī 12 pielikumi. Pielikumu kopējais apjoms ir 32 lpp.

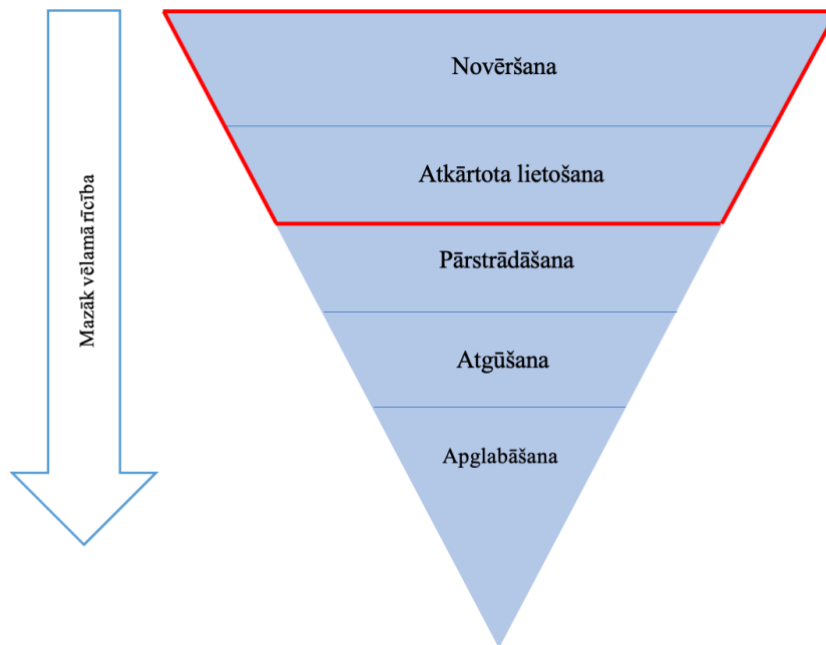
# 1. LITERATŪRAS APSKATS

## 1.1. Pārtikas atkritumu apsaimniekošanas hierarhija un definīcijas, aprītes ekonomikas ietvars

2015. gadā ANO Ģenerālā asambleja izveidoja ilgtspējīgas attīstības programmu 2030.gadam, kurā noteikti 17 Ilgtspējīgas attīstības mērķi un 169 apakšmērķi. Šie mērķi ir izstrādāti, lai vērstu valstu uzmanību uz to, lai pasaulē mazinātos nabadzība un pasaules attīstība būtu ilgtspējīga (Pārresoru koordinācijas centrs S.a.). Svarīgi atzīmēt 12.3. mērķi, kura uzdevums ir līdz 2030.gadam uz pusi samazināt pārtikas atkritumu (turpmāk – PA) apjomu mazumtirgotāju un patērētāju līmenī un samazināt pārtikas zudumus pārtikas ražošanas un piegādes ķēdēs. Pārtikas atkritumu novēršana nozīmē darbu kopā ar visiem galvenajiem dalībniekiem no publiskā un privātā sektora, lai labāk identificētu, izmērītu, saprastu un rastu risinājumus, kā samazināt pārtikas atkritumu daudzumu (European Commission S.a.).

PA rašanās ir neizbēgama, tāpēc ir jāveicina pēc iespējas labāka un kvalitatīvāka sistēma, kas to novērstu. Apsaimniekošanai ir neskaitāmas alternatīvas, tomēr joprojām visizplatītākā un vismazāk vēlamā prakse ir šāda tipa atkritumu nokļūšana poligonos. Lai mazinātu šādu darbību realizēšanu un pārtikas pārpalikumu (turpmāk – PP) apsaimniekošanu, būtiski ir veicināt darbības, kas atbilstu ilgtspējības principiem, kā piemēram atkritumu apsaimniekošanas hierarhijas principu ieviešana (Giordano et al. 2020; Garcia–Garcia et al. 2016).

Lai veicinātu pārdomātu un efektīvu pārtikas atkritumu apsaimniekošanas hierarhiju, tās līmeņi tiek sadalīti attiecīgi no vēlamākā uz mazāk vēlamu (skat. 1.1.att.). Primārās darbības ir novērst PP un atkritumu rašanos. Ja darbības neizdodas vai nev iespējams realizēt, tad pārtikas pārpalikumus ir ieteicams izmantot attiecīgi prioritātā kārtībā - cilvēku patēriņam, ja tie atbilst kvalitātes un higiēnas prasībām, ja nē, tad tos var nodot dzīvniekiem. Vismazāk vēlamā darbība ir atkritumu apglabāšana (Papargyropoulou et al. 2014 ; Giordano et al. 2020).



1.1.att. Pārtikas atkritumu novēršanas hierarhija, atzīmēti tie līmeņi, kas darba ietvaros tiek aplūkoti padziļināti (Papargyropoulou et al. 2014)

Svarīgi apzināties, ka pārtikas izšķērdēšanas jautājums ir jāapsver visā piegādes ķēdē, lai aptvertu un maksimāli izmantotu atkritumu rašanās novēršanu. PA apsaimniekošanas politika būtu jāintegrē un jāaskaņo plašākā mērogā – jārunā par pārtikas standartiem, pārtikas nepietiekamības mazināšanu, ilgtspējīgu ražošanu un patēriņu (Papargyropoulou et al. 2014). Tāpēc svarīgi ir uzsvērt aprites ekonomikas nozīmību šajā jomā. Tās ieviešana pārtikas sistēmā nozīmē tur radušos atkritumu daudzuma samazināšanu un pārtikas izmantošanu. Šo pasākumu īstenošanā jāiesaistās gan ražotājiem, gan patērētājiem un atkritumu apsaimniekotājiem. Atkritumu apsaimniekošanas valsts plānā 2021–2028. (turpmāk – AAVP) ir pieejama programma PA novēršanā, kas izstrādāta, lai veicinātu PA rašanās novēršanu un samazināšanu. Programmas mērķis ir samazināt PA par 30 % no kopējā radītā PA daudzuma līdz 2025. gadam un turpināt samazināšanu, lai līdz 2030. gadam sasniegtu 50 % mērķrādītāju (Vīksna 2019; VARAM 2020). Pārtikas atkritumu novēršana nozīmē darbu kopā ar visiem galvenajiem dalībniekiem no publiskā un privātā sektora, lai labāk identificētu, izmērītu, saprastu un rastu risinājumus, kā samazināt pārtikas atkritumu daudzumu (European Commission S.a.). ES un tās dalībvalstis ir apņēmušās sasniegt šos mērķus, ieviešot rīcībpolitikas, kuru rezultātā tiek nodrošināts attiecīgais rezultāts (uzsverot aprites ekonomikas principus) – tiek samazināts atkritumu daudzums, īstenojot atkritumu novēršanas, mazināšanas, pārstrādes un atkārtotas

izmantošanas pasākumus. Pārtika tiek izmantota lietderīgi, tiek novērsti pārtikas zudumi visā pārtikas ķēdē, veicināta ilgtspējīga ražošana uzņēmumos u.c. (Par Rīcības plānu... 2020). Kā vēl vienu būtisku starptautisku paziņojumu var minēt 2019.gada 11.decembrī Eiropas komisijas paziņojumu par “Eiropas zaļo kursu”, kura mērķis ir veicināt resursu efektīvu izmantošanu, pārejot uz aprites ekonomiku, atjaunot bioloģisko daudzveidību un samazināt piesārņojumu. Šis kurss ir būtisks arī PA iesaistei aprites ekonomikā, ar stratēģiju “No lauka līdz galdam”, kas risina uzdevumus, kas saistīti ar ilgtspējīgām pārtikas sistēmām, atzīstot, ka cilvēka un sabiedrības veselība ir neatraujami saistīta ar visas planētas veselību (Eiropas Komisija 2020; Eiropas Zaļais kurss 2020). Aplūkojot ES rīcības plānu pārejai uz aprites ekonomiku un tur noteiktos uzdevumus, kas attiecās uz PA, kā būtiskākie tiek minēti – izstrādāt kopīgu ES metodiku PA daudzuma mērīšanai, veikt pasākumus, lai precizētu ES tiesību aktus, kas attiecās uz atkritumiem, pārtiku un barību, un atvieglotu pārtikas ziedošanu, eikt pasākumus, pētīt veidus, kā uzlabot to, kā tiek izprasts derīguma termiņa marķējums. Jāpiebilst, ka ES uzsvāru aprites ekonomikā, kas attiecas tieši uz PA, liek uz to, lai veicinātu PA novēršanu un samazināšanu jau sākumposmā (Eiropas Komisija 2015).

Liels izaicinājums visos ar pārtikas atkritumiem un pārpalikumiem saistītajos pētījumos un darbībās ir problēmas noteikšana, jo nav starptautiski saskaņotu pārtikas atkritumu definīciju. Ir pētījumi, kas uzskata, ka pārtikas atkritumi var būt iedalāmi šādās kategorijās – tādi, no kuriem var izvairīties (piemēram, jebkuru ēdienu vai tā daļu, ko var ēst), no kuriem nevar izvairīties (augļu mizas, čaumalas). PA var parādīties dažādos ķēdes posmos, piemēram, primārajā ražošanā vai pārstrādes un iepakojuma posmos. Pārtikas atkritumos var ietilpt arī visas pārtikā izmantojamās pārtikas daļas, kas ražotas cilvēkiem, bet kuras iznīcinātas vai izņemtas no pārtikas ķēdes citiem nolūkiem, nevis cilvēku patēriņam (Szulecka et al. 2019; Filmonau et al. 2017).

Vēl PA var kategorizēt kā “plānotos” (neizbēgami pārtikas atkritumi, no kuriem vajadzētu atbrīvoties) un “neplānotos” (pārtikas atkritumi, no kuriem var izvairīties un vajadzētu izvairīties, jo rodas sliktas vadības un bezatbildīgas patērētāju izturēšanās dēļ) (Filmonau et al. 2017). Citi pie pārtikas atkritumiem pieskaita arī produktus, kurus varētu dēvēt par “pārtikas zudumiem” vai bojātiem produktiem, kas radušies pēc ražas novākšanas (Parfitt et al. 2010). Kā minēts iepriekš, šajā darbā PA definīcija tiek balstīta uz EK direktīvā 2008/98/EK minēto definīciju, kur pārtikas atkritumi ir visu veidu pārtika, kas piemērota lietošanai cilvēku uzturā, kas kļuvusi par atkritumiem (Eiropas Savienības oficiālais vēstnesis 2008). PP definīcija ir skaidrāk nosakāma un saprotama, jo pēc PA

apsaimniekošanas hierarhijas principa pārpalikumi ir tie, kurus vēl var patērēt uzturā, tāpēc attiecīgi tie tiek definēti, kā vēl uzturā lietojama pārtika, uzsverot to, ka cilvēki mēdz patērēt pārpalikumus, bet retāk ēd to, ko uzskata par “atkritumiem” (Teigiserova et al. 2019). Jāuzsver arī tas, ka neapsaimniekoti PP bieži kļūst par PA.

## **1.2. Pārtikas atkritumu un pārpalikumu novēršanas risinājumi mazumtirdzniecības sektorā**

Pēdējo desmitu gadu laikā pārtikas piegādes ķēde, no primārās ražošanas līdz tirdzniecībai, ir kļuvusi garāka un sarežģītāka, pateicoties tirgus globalizācijai, lielākām patērētāju vēlmēm attiecībā uz izvēles daudzveidību un produktu kvalitāti, kas palielina starpnieku daudzumu pieaugumu un pārtikas zaudējumu risku (Priefer et al. 2016).

Pārtikas atkritumu un pārpalikumu novēršana ir primārā darbība, kas atainota pārtikas atkritumu novēršanas hierarhijā, tāpēc mazumtirdzniecības iestādēm, kas nodarbojas ar pārtikas tirgošanu, ir vairāki veidi, kā to sekmēt.

Pētījumos (Priefer et al. 2016; Bilcka et al. 2016) kā galvenie iemesli, kas veicina PA rašanos mazumtirdzniecības nozarē, tiek minēti nepiemēroti tehniskie faktori, kā neatbilstošas uzglabāšanas iekārtas, to sliktais stāvoklis, reti veikta apkope. Kā iemesls tiek minēts arī personāla nepietiekamās zināšanas par produktiem (attiecīgā uzglabāšanas temperatūra, vides apstākļi u.c.), arī citu veidu apmācības trūkumi, kas var ietekmēt PA veidošanos. Izplatīts iemesls ir arī iepakojuma vai produkta (bez iepakojuma) bojājumi, kas neatbilst pārdošanas standartiem un vizuāli nepiesaista klienta uzmanību. Kā faktoru var minēt arī derīguma termiņa pārsniegšanu, kad produktiem realizācijas termiņš beidzās ātrāk, kā tie tiek pārdoti. To var ietekmēt gan nepārdomāta iepirkumu plānošana, neapbrīžinot pieprasījuma prognozes, gan neatbilstoša mārketinga stratēģija, gan klientu iepirkšanās paradumi. Jāmin arī veikalu ķēdēs izplatītas akcijas, kā piemēram “pērc divus, maksā par vienu” vai “pērc vienu, otru saņem bez maksas”. Lai arī tas samazina preču skaitu veikalā, tas ir attiecināms uz kontroles trūkumu ienākošajām un izejošajām precēm. Šāda veida akcijas var izraisīt neparedzētas pieprasījuma izmaiņas un līdz ar to padarīt neprecīzas prognozes, iepērkot produktus (De Moraes et al. 2020). Šāda veida akcijas veicina arī PA palielināšanos mājāsaimniecību sektorā, jo lielākoties patērētāji “uzķeras” uz tām, kaut produkts nemaz nav nepieciešams. Uzlabojot vai novēršot minētos iemeslus, mazumtirdzniecības sektoros var būtiski novērst PA rašanos.

Lielāko daļu no minētajiem PA rašanās iemesliem var ietekmēt un ietekmē klienti. Viņu vidū ir izplatīts iegādāties produktus, kuru derīguma termiņš ir visilgākais, ignorējot to, kā produkti ir izkārtoti plauktā (secībā ar īsāko derīguma termiņu priekšā un ilgāko aizmugurē) (Hermsdorf et al. 2017). Pētnieku grupa uzskata, ka svarīgi ir veicināt cenu stratēģiju veikalos, kas var rezultēties ar PA samazināšanu (Teller et al.). Kā risinājums ir noteikt zemākas cenas produktiem, kuru derīguma termiņš tuvojas beigām, bet tiem produktiem, kuru termiņš ir garāks, cena paliek nemainīga. Tas stimulētu pircējus ne tikai pirkt produktus ar īsu derīguma termiņu, bet arī meklēt šāda tipa produktus vairāk, kas arī veicinātu to, ka iestādēm vajadzētu izmest mazāk. Lai gan šāda tipa priekšlikums būtu efektīvs PA samazināšanas jautājumā, tomēr grūtības varētu sagādāt patērētāju pielāgošanos šādam jaunam cenu samazināšanas veidam, tas radītu bažas par produkta svaigumu un kvalitāti (Teller et al. 2018; Hermsdorf et al. 2017).

PA rodas arī no mazumtirgotāju izvēlētajiem kvalitātes standartiem. Vēl vienu praksi PA samazināšanai, ko jau veicina daži Eiropas mazumtirgotāji, ir pārdot svaigos produktus (augļu un dārzeņu), kuriem ir manāmi defekti, bet tas nemainītu produktu kvalitāti. 2008. gada 5. decembra Regulā (EK) Nr. 1221/2008 tika būtiski samazināts Eiropas svaigo augļu un dārzeņu standartu nosacījumi, ar mērķi veicināt to produktu pārdošanu un palielināt patērētāju izvēli piedāvājumā (Priefer et al. 2016). 2013. gadā šāda veida praksi piekopa mazumtirdzniecības ķēdes Austrijā, Francijā un Šveicē, akcentējot produktu unikālo izskatu. Tomēr šis variants nav izplatīts mazumtirgotāju vidū, jo tie bieži saskarās ar nevēlamiem blakusefektiem, kā, piemēram, sūdzības par produkta kvalitāti, kas var veicināt neslavu tirgotāju vidū. Patērētāji ir pieraduši pie standarta izskata produktiem, un nevēlas iegādāties tādus, kam ir vizuāli defekti, kas noved pie tā, ka šie produkti tāpat kļūtu par atkritumiem. Kā piemēru var minēt Dānijas gadījumu, kur patērētāji retāk iegādājas produktus, kas atšķiras no pieņemamajiem standartiem, liekot noprast, ka līdz ar nestandarta izskatu tiem zūd arī kvalitāte (Hermsdorf et al. 2017).

Lai arī patērētāju iepirkšanās stils būtiski ietekmē PA rašanos mazumtirdzniecības sektorā, tomēr liela nozīme ir arī mazumtirdzniecības iestāžu komandas darbam un plānošanai. Vissvarīgākie cēloņi un prakse ir saistīta ar iekšējām darba metodēm, piemēram, loģistiku, produktu glabāšanu, atkritumu apsaimniekošanu. Svarīgi ir arī mazumtirgotāju un piegādātāju sadarbības veidi, tehnoloģijas, kas uzlabotu precīzāku pieprasījuma prognozēšanu, dzesēšanas un uzglabāšanas iekārtas, darbinieku apmācības, informēšana, kas var palīdzēt identificēt PA cēloņus (De Moraes et al. 2020).

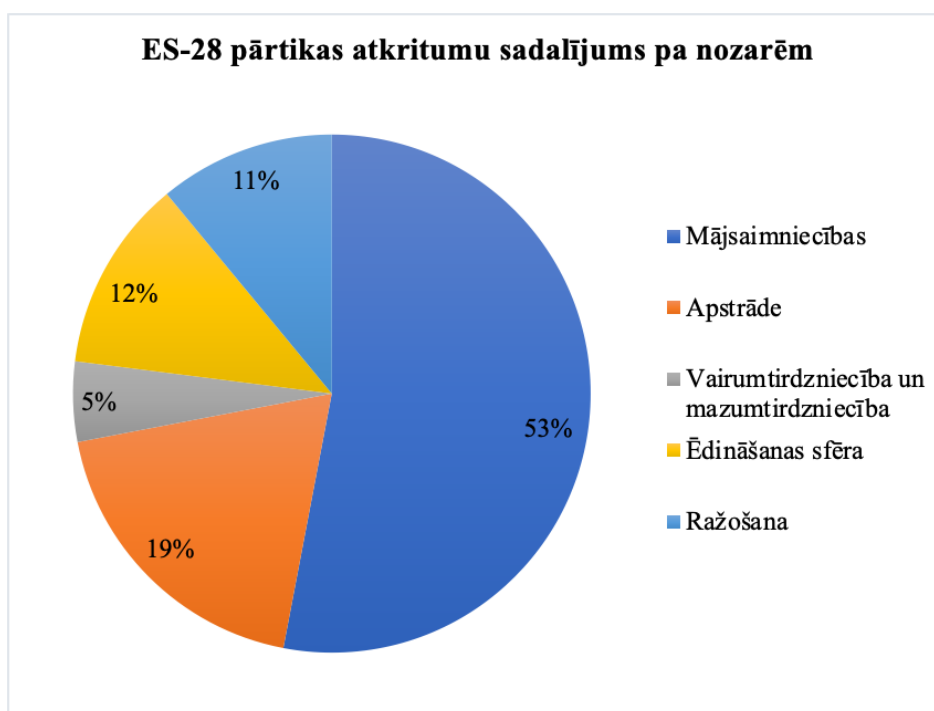
Pārmērīga produktu pasūtīšana, nerēķinoties ar nepieciešamo daudzumu, kas izriet no produktu neuzskaitīšanas, pieprasījumu neprognozēšanas ir būtisks PA rašanās cēlonis. Uzņēmumam ir jānodrošina attiecīgs un atbilstošs pasūtījums, balstoties uz prognozēm, kas izstrādātas novērojot patērētāju uzvedību un pirkšanas spēju (De Moares et al. 2020; Lewis et al. 2017). Apvienotajā Karalistē mazumtirgotāju vidū produktu prognozēšanas daudzums un nekalkulēta pasūtīšana ir viens no visbiežāk sastopamajiem PA rašanās cēloņiem. Produktu nepieciešamības prognozēšana ir sarežģīts process, kuru var ietekmēt dažādi faktori, kā piemēram, laika apstākļi, sezonālitate, mārketinga kampaņas, akcijas, svētku laiks (Mena et al. 2011). Stingrai noliktavas organizēšanas politikai ir izšķiroša nozīme jebkuras piegādes ķēdes darbībā, īpaši ātri bojājošiem produktiem, piemēram, augļiem un dārzeņiem. Nepietiekama preču krājumu pārvaldība ir viens no riskiem, kas veicina PA rašanos. Svarīgi ir apzināt noliktavas stāvokli un sekot līdzi produktu derīguma termiņiem. Tas var tikt praktizēts, piemēram, izstrādājot dažādus plānošanas modeļus, kā piemēram, stratēģiju “Pirmais – beidzies termiņš/pirmais ārā”, kura pamatideja ir piemērot noliktavas produktu rotāciju tā, lai katra produkta atlikušais glabāšanas laiks būtu saskaņots ar pieveduma un uzglabāšanas ilguma iespējām (De Moraes et al. 2020; Lewis et al. 2017).

Savstarpēja sadarbība un komandas darbs mazumtirdzniecības uzņēmumos ir nozīmīgs ierocis PA samazināšanā – informācijas apmaiņa, kopīgu lēmumu pieņemšana – cenas, izkārtojums u.c. Sakārtotai informācijai jābūt ne tikai uzņēmumu iekšienē, bet arī starp piegādātājiem, ražotājiem u.c. (De Moares et al. 2020). Mazumtirdzniecības organizācijām un veikaliem jāveicina lielāka izpratne par pārtikas izšķērdēšanu darbinieku vidū. To varētu panākt, apmācot un iekļaujot tēmu iekšējās vadlīnijās un politikā. Pārtikas atkritumu samazināšanu varētu stimulēt ar darbinieku prēmijām vai uzslavām. Šāda veida darbības parāda to, cik svarīga ir cilvēkresursu nozīme pārtikas atkritumu samazināšanas pasākumos un veikalu loģistikas procesu efektīvā izpildē (Teller et al. 2018). Nozīmīgas ir arī darbinieku apmācības, jo gadās, ka tie neievēro kraušanas, plauktu un krājumu rotācijas nozīmību, kas arī ir iemesli PA veidošanai. Šāda veida problēma īpaši izteikta ir svētku laikā, kad mazumtirgotāji pieņem papildus darbaspēku, kuri nav apmācīti šādās darbībās (Mena et al. 2011).

Kā būtisks iemesls produktu ātrākai bojāšanai, var minēt neatbilstošu uzraudzības praksi veikalā. Piemēram, nepiemērota glabāšanas vidi augļiem vai dārzeņiem, kas veicina ātrāku to bojāšanos. Arī saldēšanas vai atdzesēšanas iekārtu tehniski nepiemērotais stāvoklis, kas veicina nepareizus uzglabāšanas apstākļus, tādējādi apdraud produktu kvalitāti. Šāda veida tehnisko ierīču neatbilstība var bojāt produkta uzglabāšanas ciklu (pēc

sagatavošanas visu laiku atrodas noteiktā vidē). Šīs kļūdas var novērst, regulāri uzraugot produktam nepieciešamo vidi, ierīču kvalitāti vai investēt un ieguldīt līdzekļus jaunas un atbilstošas tehnikas iegādei (Cicatiello et al. 2016; Raak et al. 2017). Kā labo piemēru tehniskās apsaimniekošanas jautājumos var minēt veikalu tīklu Stockmann, kurš 2019.gadā Rīgā ieviesis augļu un dārzeņu mitrināšanas iekārtu, kas nosaka gaisa konsistenci vietā, kurā atrodas produkti un, ja tā ir par sausu, tad automātiski tie tiek apsmidzināti ar ūdens migliņu. Šāda veida iekārta samazina augļu un dārzeņu zudumus, jo tie ilgāk saglabā svaigumu (Stockmann ilgspējas programmas jaunumi S.a.).

Atkritumu daudzuma pieaugums Eiropas Savienības valstīs ir izteikts pēdējo gadu laikā. Aplūkojot pētāmās nozares, kurās rodas pārtikas atkritumi – vairumtirdzniecība un mazumtirdzniecība rada 5% no kopējā sadalījuma (skat. 1.2.att.) (Stenmarck et al. 2016).



1.2. att. ES–28 pārtikas atkritumu sadalījums 2012. gadā pa nozarēm (ietver ēdienu un ar ēdienu saistītās neēdamās daļas) (Stenmarck et al. 2016)

Jāņem vērā, ka pētījumā nav ņemti dati no visām Eiropas Savienības valstīm, jo tie nav bijuši pilnīgi vai pieejami (tai skaitā nav datu par situāciju Latvijā).

Kā vienu no problēmām veikalos var minēt to, ka atkritumi netiek sistemātiski mērīti un apsaimniekoti (Mena et al. 2011). Uzskaitē prasa papildus resursus gan no uzņēmuma, gan darbiniekiem. Šādus pasākumus ir grūtāk īstenot mazākos veikalos, jo darbinieki ir mazāk specializējušies tajā, ko viņi dara (Teller et al. 2018). PA uzskaitē nepieciešama ne

tikai uzņēmumu, bet arī nacionālā līmenī, lai apzinātos kopējo atkritumu daudzumu pārtikas piegādes ķēdē. Pēc iegūtajiem datiem var spriest par to, kurā no apsaimniekošanas posmiem rodas visvairāk atkritumu un veikt nepieciešamos uzlabojumus, lai tos novērstu. Viens no uzdevumiem ES ir izveidot vienotu datu sistēmu, kurā tiktu apkopota informācija par PA daudzumu ES dalībvalstīs. Tas veidotu izpratni par atbildīgu PA apsaimniekošanu, to novēršanu. Šī uzskaitē atjaunotu statistikas datus visās ES valstīs un norādītu uz to, cik veiksmīgi sanāk samazināt PA daudzumu kopumā un attiecīgos ķēdes posmos (European commission 2017; Pārtikas atkritumu daudzuma mērīšana 2020). Arī Latvija sadarbībā ar biedrību “Zaļā brīvība” ir izstrādājusi (VARAM pārraudzībā) pārtikas atkritumu mērīšanas rokasgrāmatu un to pielāgojusi uzņēmumu un māsaimniecību vajadzībām. Līdz ar šīs rokasgrāmatas izveidi no 2020.gadā Latvijā tiks veikti PA un pārpalikumu mērījumi visos pārtikas piegādes ķēdes posmos (VARAM 2020; Par atkritumu apsaimniekošanas... 2021).

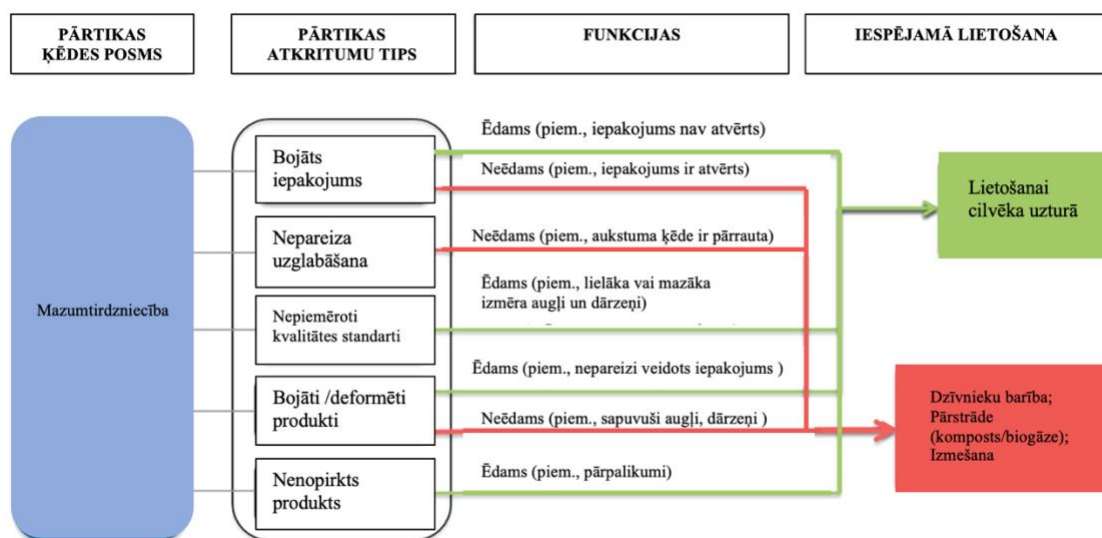
Mazumtirdzniecības sektors ir izdevīga platforma, kur vērst klientu uzmanību uz PA problēmu, kā piemēram, informācijas nodošana vidē, kurā ir patērētājs, kad iepērkas, piemēram, uzlīmes uz veikalu plauktiem, plakāti veikalos, audio ziņojumi. Par šāda veida mārketinga darbībām var ziņot arī ar trešo pušu iesaistīšanos, piemēram, labdarības organizācijām, kā tas vērojams Apvienotajā Karalistē, kur veiksmīgi ir īstenota sabiedriskās politikas pasākumu piemērs – nacionālā kampaņa “Mīli ēdienu nīsti atkritumus” (“Love food hate waste”), kuras mērķis ir palielināt Apvienotās Karalistes iedzīvotāju izpratni par pārtikas izšķērdēšanas problēmu un panākt, lai tas mazinātos (Teller et.al 2018).

### **1.3. Pārtikas pārpalikumu izmantošana**

Liela daļa no PA rodas no PP un produktiem, kuru derīguma termiņš drīz beigsies vai ir jau beidzies. Šāda veida produkti tiek uzskatīti par primārajiem pārtikas izšķērdēšanas avotiem (Liao et al. 2019). Vēl viens iemesls tam, kāpēc veidojas pārtikas pārpalikumi un potenciāla pārtikas izšķērdēšana, ir saražotais daudzums, kas bieži vien pārsniedz pieprasījuma daudzumu. Jāmin arī dažādi faktori, ko var ietekmēt gan uzņēmuma standarti, gan piegādātāja nekompetence (Cicatiello et al. 2016). Lai gan uzņēmuma galvenajam mērķim būtu jābūt novērst gan PA, gan pārtikas pārpalikumus, tomēr ne vienmēr tas izdodas, tāpēc svarīgi ir veidot šo produktu pārvaldi (skat. 1.3.att.). Atkarībā no pārtikas pārpalikumu rašanās iemesla uzņēmumi var izmantot dažādas pieejas, lai tos apsaimniekotu,

piemēram, pārstrāde, pārsaiņošana, atlaides, akcijas, atdošanu darbiniekiem, ziedošanu bezpeļņas organizācijām (Sert et al. 2018).

Mazumtirgotāji nav ekonomiski ieinteresēti, lai ziedotu pārtikas pārpalikumus tiem, kam tas ir nepieciešams, tāpēc bezpeļņas organizāciju iesaiste ir ļoti nozīmīga. Ar to palīdzību tirdzniecības sektors var ziedot pārtikas pārpalikumus, citādi ziedošanas process būtu pārāk dārgs uzņēmējiem, lai to vispār apsvērtu (Sert et al. 2018). Viens no risinājumiem, kā veicināt pārtikas pārpalikumu nodošanu lietošanai, ir ar pārdales starpnieku (brīvprātīgās organizācijas, sociālie uzņēmumi, kopienas u.c.) palīdzību, kuru



1.3. att. Pārtikas pārpalikumu rašanās iemesli un to iespējamā izmantošana (Cicatiello et al. 2016)

mērķis ir no tirdzniecības iestādēm savākt produktus, un ziedot tos labdarības organizācijām (Cicatiello et al. 2016). Šāda veida sadarbība ir daudz efektīvāka, kā uzņēmumu tieša komunikācija ar atlikumu patērētāju. Lielbritānijā šāda tipa modelis ir plaši izplatīts. Tur strādā vairākas organizācijas, kas darbojas kā starpnieki starp uzņēmumu un patērētāju, kā piemēru, var minēt Fare Share, kuru veido 18 neatkarīgas organizācijas. Organizācija pieņem mazumtirgotāju ziedotos pārtikas produktus, vai arī tās pārstāvji brauc pēc ziedotajiem produktiem uz uzņēmumiem, lai pēc tam nodotu gandrīz 11 000 labdarības organizācijām, kam tas ir nepieciešams. Šāda veida starpnieki kalpo arī kā kvalitātes kontrole, jo ziedotie produkti, pirms nodošanas galapatērētājiem, tiek šķiroti un pārbaudīti,

vai tie atbilst cilvēku patēriņam (Who we are S.a.; Alexander et al. 2008; Why surplus food is important... 2017).

Kā populārāko pārtikas pārpalikumu izmantošanu, var minēt ziedošanu ar “pārtikas banku” starpniecību. Ziedojumi “pārtikas bankām” ir izplatītākais pārtikas izšķērdēšanas novēršanas pasākums, kur pārtikas pārpalikumi tiek nodrošināti cilvēku uzturam (Liao et al. 2019). Lielbritānijā viena no lielākajām organizācijām, kas nodarbojas ar šāda veida darbību, ir Trussell Trust, ar kuru sadarbojas aptuveni 400 sabiedrības organizācijas. Tādējādi saziņotā pārtika no dažādiem uzņēmumiem tiek sagrupēta tā, lai nepaliek pāri kāda vienība (jo uzņēmumi var noziedot arī vienu vai dažas vienības) (Why surplus food is important... 2017).

Arī Latvijā var novērot dažāda veida pārtikas ziedošanas modeļus, jau minētās “pārtikas bankas”, ko šeit pārstāv viena organizācija – “Paēdušai Latvijai”, kas ir Latvijas Samariešu apvienības vadīta pārtikas programma. Viņu galvenais uzdevums ir palīdzēt ar pārtiku trūcumā nonākošiem iedzīvotājiem, primāri atbalstot ģimenes ar bērniem un zemiem ienākumiem, kuriem ir atteikts trūcīgā/maznodrošinātā statuss. Tiek palīdzēts arī senioriem un personām ar invaliditāti, kuriem attiecīgi arī ir atteikts statuss. Pamatā ziedotā pārtika tiek iegūta no ražotāju, pārstrādātāju un tirgotāju ziedotajiem pārtikas produktiem. Sadarbojoties ar reģionālajiem labdarības organizācijām un pašvaldību sociālajiem dienestiem, pārtikas pakas tiek izsniegtas visā Latvijā (Par mums S.a.).

Vēl viena iespēja, lai izmantotu pārtikas pārpalikumus, ir šos produktus atdot vai pārdot darbiniekiem, jo, piemēram, pārtiku, kuras termiņš “izlietot līdz...” ir beidzies konkrētā datumā, nākamajā dienā to tirgot nevar, bet darbinieki pēc darba laika beigām to var paņemt, līdzīgi ir ar bojātu iepakojumu, kuru netirgo klientiem, to var paņemt darbinieki. Lai gan šāda prakse var būt efektīva, tomēr pētījumā (Hermsdorf et al. 2017) norādīts, ka darbinieki to var izmantot savā labā un speciāli bojāt iepakojumus, lai precī dabūtu par brīvu, kas var novest pie nekontrolētas rīcības darbinieku vidū. Šī iemesla dēļ arī liela daļa tirdzniecības iestāžu Vācijā izvēlas sadarboties ar “pārtikas bankām”.

Ar tehnoloģiju attīstību un interneta pārklājuma piekļuvi lielākajā daļā pasaules, arī šī vide kļūs arvien pieprasītāka dažādu veidu lietotājprogrammām, kas palīdz samazināt un pārvaldīt pārtikas pārpalikumus. Pārtikas pārpalikumu apsaimniekošanas lietotnes nodrošina labāku pārtikas apsaimniekošanu un papildus finanšu ietaupījumus. Tās kalpo kā digitālas platformas, kas savieno piedāvājumu un pieprasījumu (uzņēmumu un pārpalikumu saņēmēju), apejot dažādus šķēršļus, kā attālums, izmaksas, pārtikas nodrošinājums u.c. Principā šīs lietotnes ir tehnoloģiski risinājumi, viens no veidiem, kas veicina pārtikas

izšķērdēšanas samazināšanos un, optimizē darījumus, piemēram, informācija par produktu, pakalpojuma efektivitāti, pamatojoties uz piedāvājumu un pieprasījumu u.c. (de Almeida Oroski 2020; Phri et al. 2019).

Pašreiz visā pasaulē ir pieejamas vairākas šāda veida lietotājprogrammas, ar dažādiem uzstādījumiem – pārpalikumu apmaiņa mājsaimniecību ietvaros, pārpalikumu piedāvājums no ēdināšanas uzņēmumiem, mazumtirdzniecības sektoriem u.c.

Kā vienu no lietotājproramām var minēt To good to go, kas iemantojusi uzticību vairākās Eiropas un pasaules valstīs. Izmantojot šo platformu, lietotājs var saņemt pārpalikumus no vietējiem pārtikas piegādātājiem, piemēram, maiznīcām, restorāniem, pārtikas preču veikaliem, kur šie pārpalikumi tiek apzīmēti kā “pārsteiguma maisiņš” (“magic bag”) un tos var nopirkt ar atlaidi. Pircējam nav zināms, kas maisiņos būs iekšā, līdz brīdim, kad tas tiek paņemts. Tas dod iespēju uzņēmumiem elastīgi pārvaldīt to, ka nekas netiek izmests, jo citreiz paredzēt pārpalikumu klāstu ir neiespējami. Izmantojot šo lietotni, lietotājs saņem informāciju par uzņēmumiem, kas ir tuvumā un cikos var izņemt pasūtījumu. Var gadīties, ka uzņēmumos pēkšņi rodas pārtika, kuru var atdot par lētāku summu, tāpēc ir jābūt pārliecinātam, ka telefonā parādīsies paziņojums, ja kas tāds notiks. Šī aplikācija ir pieejama dažādās valstīs (Fischer 2020; Ramsay 2020). Līdzīga veida pakalpojumu piedāvā aplikācija, kuru var izmantot Kanādā un ASV, atšķirība ir tāda, ka pircējam ir dota izvēle no produktiem, kuru derīguma termiņš tuvojas beigām un tos iegādāties par zemākām cenām, tādējādi iekonomējot līdzekļus (produktu cenas tiek pazeminātas līdz 50%) un nopērkot produktus, kuri tiktu izmesti ārā (Our home.. S.a.)

Liela daļa šo aplikāciju mērķauditorija ir bezpeļņu organizācijas, piemēram, lietotājprogramma Food cloud, kur veikali, kuri dažādu iemeslu dēļ nevar pārdot uzturā lietojamu pārtiku, izmantojot šo aplikāciju un augšupielādē aprakstu par produktiem, kurus ir gatavi atdot. Labdarības organizācija, kas arī izmanto šo platformu, saņem paziņojumu, ka veikalam ir pārpalikumi, kuri ir pieejami, un dodas tos savākt. Šāda veidā ieguvums ir abpusējs – veikali atbrīvojas no produktiem, kurus izmestu, un organizācijas nodrošina svaigu produktu krājumus, kā arī palīdz sabiedrības grupai, kam tas ir nepieciešams (How Foodcloud works S.a.). Liela nozīme šo platformu darbībā ir arī brīvprātīgajiem darbiniekiem, piemēram, Food Rescue US piemērā. Līdzīgi, kā iepriekš minētā platforma, izmantojot šo aplikāciju pārtikas ziedotāji reģistrē pieejamo pārtiku, organizācijām, kurām tā nepieciešama, veic pasūtījumu, ar attiecīgajiem produktiem, kas ir nepieciešami un ar brīvprātīgo palīdzību šie produkti tiek nogādāti organizācijām. Brīvprātīgie ir svarīgs punkts šajā ķēdē, jo ar to palīdzību ēdiens nonāk pie patērētājiem (Food Rescue US S.a.).

Kā piemēru var minēt arī kopienas ledusskapjus, kas ir globāli zināma iniciatīva, kas vērš sabiedrības uzmanību attiecībā uz PA un mudina tos mazināt. Ledusskapis atrodas publiskā vietā un pieejams ikvienam un ikviens tajā var ievietot vai no tā izņemt ēdienu (Gražule 2020). Šāda veida projekts vairāk ir domāts sabiedrības informēšanai un iesaistei, bet arī tirdzniecības iestādēm ir iespēja ņemt daļību un iesaistīties PA novēršanā, lai gan šāda veida iesaiste var asociēties ar labdarības procesu (Bērziņa, Johansons 2021). Latvijā kopienas ledusskapju kustība kļūst arvien populārāka, pirmais ledusskapis tika atklāts 2019.gada 19.decembrī Kaņepes Kultūras centra pagalmā (Kopienas skapis S.a). Pēc šādas iniciatīvas īstenošanas vairākas citas organizācijas un kopienas visā Latvijā izveidoja “kopienas skapja” projektu. Piemēram, Humānā palīdzības centra Grobiņas filiālē šāds skapis tika atklāts 2020.gada 18.maijā, ar nodomu samazināt PA daudzumu, bet tai pat laikā palīdzēt cilvēkiem, kas ir nonākuši grūtībās (Kopienas skapis—atnes ... 2020). Vērā ņemams projekts ir “Food pick up point”, ar kuru palīdzību šāda veida ledusskapjus ir plānots izvietot dažādās Latvijas pilsētās, lai informētu cilvēkus un veicinātu gan PA samazināšanu, gan palīdzētu cilvēkiem, kam ir grūtības nodrošināt sev pārtiku. Lai izveidotu šādus skapjus, tiek veikta sadarbība ar iestādēm, kuras varētu palīdzēt ar vietām, kur tos izvietot un uzraudzīt (Ēvalde 2021).

Svarīgi arī atzīmēt, cik ļoti tirdzniecības vietas grib un iesaistās pārtikas pārpalikumu ziedošanā, piemēram, Lielbritānijā visi lielākie pārtikas lielveikali uzskata par prioritāti pārtikas pārpalikumu ziedošanu (Filimonau et al. 2017), tai pat laikā Ķīnā, kur ir pasaulē lielākais pārtikas un dzērienu tirgus arī lielākajās pilsētās, piemēram, Šanhajā, Pekinā, Čengdu un Guandžou ir izveidotas pārtikas bankas un kopienu ledusskapji, tomēr pārtikas ražotāju un mazumtirgotāju iesaiste ziedot pārtikas pārpalikumus Ķīnā joprojām ir maza (Liao et al. 2019). Lietuvā viena no mazumtirdzniecības ķēdēm jau kopš 2009.gada sadarbojās ar pārtikas banku un 2012.gadā tika ziedots aptuveni 1500 tonnas ar pārtiku, kuru termiņš drīz beigsies un kuru vairs nebūs iespējams tirgot. Šī mazumtirdzniecības ķēde ir vienīgā Lietuvā, kura ikdienā seko līdz sociālās atbildības principiem – ir atvērti sociāliem projektiem, piedalās akcijās un dara visu, lai samazinātu pārtikas izšķiešanu. Arī pārtikas produkti, kuri vairs nav piemēroti cilvēku patēriņam, nonāk pie zemniekiem vai uzņēmumos, kas nodarbojas ar dzīvnieku kopšanu, lai tā tiktu izbarota tur (Kliugaite et al. 2017).

Ziedotāju motīvus var klasificēt divējādi, pirmie būtu stratēģiski motīvi – reaģēšana uz valdības un sabiedrības spiedienu vai otrie, altruistiski motīvi – reaģējot uz saņēmējam nepieciešamo palīdzības pakāpi, cik nepieciešams tas ir (Sert et al. 2018). Saskaņā ar EK

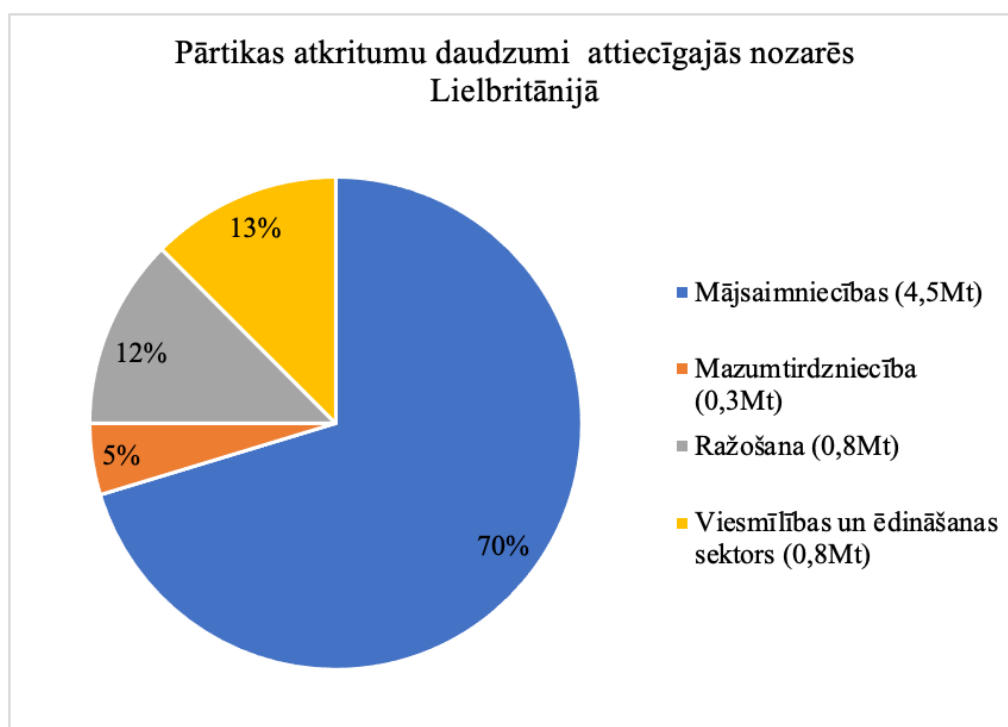
regulu Nr. 178/2002 arī pārtikas ziedošanas kontekstā iesaistītās puses skaitās kā uzņēmēji, kas iesaistīti pārtikas apritē, un abu pušu iesaiste tiek pielīdzināta jebkurai citai tirgus darbībai, kas saistīta ar pārtikas apriti. Tas nozīmē, ka visiem pārtikas ziedošanā iesaistītajiem dalībniekiem ir jāuzņemas atbildība par pārtikas izsekojamību, veselību un drošību (Eiropas Savienības Oficiālais Vēstnesis 2002; Deloitte 2014). Šīs regulas nosacījumi ir iemesls, kāpēc daudzi uzņēmumi nelabprāt ziedo pārtikas produktus, lai tādējādi izvairītos no reputācijas sabojāšanas, kas pastāv, ja netiek ievērots kāds no nosacījumiem. Lai nevarētu izvairīties no atbildības ziedot, Francijā tika apstiprināts likums, kas lielajiem mazumtirgotājiem liek obligāti ziedot savus nepārdotos pārtikas produktus labdarības organizācijām (Ambote 2020; Baglioni 2016). Kā stimulu ziedot pārtikas pārpalikumus, daļa Eiropas valstis uzņēmumiem dod iespēju uzskaitīt pārtikas ziedojumus kā atskaitāmus izdevumus, lai samazinātu ar nodokli apliekamo ienākumu. Liela daļa no ES valstīm nepiemēro PVN ziedotajai pārtikai, tas var būt skaidrojams ar to, ka šīs valstis interpretē ES direktīvu (Direktīva 2006/112/EK) tā, ka ziedotās pārtikas vērtība, kurai drīz beigsies derīguma termiņš, ir maza vai pat nulle, kā to vērtē arī EK (Deloitte 2014). Ziedotājiem Portugālē var piemērot līdz pat 140% atskaitījumus no pārtikas vērtības ziedojuma veikšanas laikā, ja pārtika tiek paredzēta sociāliem mērķiem, protams, vērtība tiek ierobežota – 8/1000 no ziedotāja apgrozījuma (Baglioni 2016; Pārtikas ziedošana ES .a.).

Pētījumos novērots, ka uzņēmumu galvenais iemesls ziedot ir leģitimitāte un pozitīva zīmola veidošana un procentuāli mazs procents ir tie, kuru ziedošanas motīvs ir altruisms (Moir, Taffler 2004 citēts Sert et al. 2018). Arī Austrālijā ir novērots, ka galvenais ziedošanas iemesls ir stratēģiskas peļņas palielināšanai vai politisku iemeslu dēļ un vēlme palīdzēt cilvēkiem netika uzskatīts par svarīgu faktoru (Sert et al. 2018).

## 1.4. Eiropas valstu piemēri

### 1.4.1. Lielbritānijas piemērs mazumtirdzniecības sektorā

2013.gada oktobrī veikals Tesco, kas ir viens no lielākajiem pārtikas mazumtirgotājiem pasaulē, publicēja paziņojumu, kas apkopoja izšķērdētās pārtikas daudzumu šajā uzņēmumā. Statistika bija šokējoša – Apvienotajā Karalistē 2013./2014.gadā šis uzņēmums pārtikas atkritumos izmeta gandrīz 57 000 tonnas ar pārtiku. Paziņojums tikai papildināja jau esošos pierādījumus par nozīmīgu vides un sociālo problēmu ne tikai Anglijā, bet visā pasaulē, līdz ar to piesaistot lielāku uzmanību pārtikas atkritumu novēršanai (Swaffield et al. 2018). Balstoties uz 2020.gada apkopotajiem datiem, Lielbritānijā 4% no pārtikas atkritumiem (neieskaitot neēdamās daļas) rodas mazumtirdzniecības sektorā (skat. 1.4. att.) (Food surplus... 2020).



1.4. att. Pārtikas atkritumu (neieskaitot neēdamās daļas) daudzums Lielbritānijā pa nozarēm (kopējā produktu tirgus vērtība apmēram 6.4Mt) (Food surplus.. 2020)

Līdzīgi, kā minēts iepriekš, arī Lielbritānija savos likumos ir iestrādājusi “atkritumu apsaimniekošanas hierarhiju”, kas attiecināma arī uz pārtikas atkritumiem. Šī hierarhija

nodrošina mazumtirgotājiem pārpalikuma pārvaldības sistēmu un darbojas kā ceļvedis, kas nosaka vispiemērotākās iespējas, lai risinātu arvien pieaugušās pārtikas atkritumu problēmas (Swaffield et al. 2018).

Pārtikas atkritumu mazināšana mazumtirdzniecībā Apvienotajā Karalistē nav juridiski nostiprināta, tāpēc lielveikali šo problēmu risina, izmantojot brīvprātīgas sabiedrības izpratnes veidošanas kampaņas. 2005. gadā lielākie Lielbritānijas mazumtirgotāji ar Atkritumu un resursu rīcības programmu (WRAP) parakstīja tā saucamo Courtauld Commitment (Jamasp, Nepal 2010). Šī Atkritumu un resursu rīcības programma sadarbojas ar mazumtirgotājiem kampaņās, kas veicina sabiedrības gudrāku iepirkšanos, kā piemēram, iepirkšanās sarakstu veidošana, produktu labāka uzglabāšana, ēdienreīžu plānošanu un ēdienu pārpalikumu izmantošanu (Young, et al. 2017). Vēl daudzi mazumtirgotāji veikuši tehniskus jauninājumus, piemēram, datumu marķēšanas vienkāršošanu un informācija par uzglabāšanu un porciju lielumu. Tas ir būtiski, jo lielākās grūtības mazumtirgotājiem sagādā pārdot pārtiku, kurai drīz beigsies derīguma termiņš, kā piemēru var minēt banānus, kuri ir visneizdevīgākie augļi mazumtirdzniecībā (20% no kopējā augļu izšķērdēšanas), jo patērētāji bieži kļūdaini domā, ka pārgatavojušies banāni rada draudus veselībai. Būtiski atzīmēt arī to, ka redzamākas iniciatīvas demonstrē mazumtirgotāju sapratni par to, ka mārketinga prakse var ietekmēt pārtikas atkritumu daudzumu. Jāveido izmaiņas reklāmās, kas veicina pārāk lielu pārtikas pirkšanu, piemēram, “pērc vienu, otrs par brīvu” (Welch et al. 2018; Filmonau et al. 2017).

Kas attiecās uz pārtikas pārpalikumu mazināšanas metodēm, visi lielākie Lielbritānijas lielveikali uzskata pārtikas ziedošanu par korporatīvo prioritāti, kas radās pieaugušā sabiedrības spiediena rezultātā, pēc Francijas un Itālijas valdības lēmuma atturēt lielākos veikalus no nevajadzīgas pārtikas atkritumu rašanās, tā vietā to ziedot labdarības organizācijām un “pārtikas bankām”. Šis spiediens ir paātrinājis pārtikas ziedojumus lielākajos Lielbritānijas mazumtirgotāju sektoros, kuru mērķis ir aktīvi ziedot pārtiku, veidojot stratēģiskas partnerattiecības ar pārtikas pārpalikuma izplatīšanas platformām, kā, piemēram, FareShare, vai atsevišķām pilsoniskās sabiedrības organizācijām, piemēram, vietējām labdarības organizācijām (Filmonau et al. 2017).

Ņemot vērā attīstību tehnoloģiju jomā, veikalu ķēde Tesco izmēģina viedtālrunu lietotni ar nosaukumu “Pārtikas mākonis”, kas ļauj veikala vadītājiem reālā laikā ziņot labdarības organizācijām par pārtikas produktu pārpalikumu vai pārtikas produktiem, kam drīz beigsies derīguma termiņš. Līdz ar to reģistrētās labdarības organizācijas var saņemt ēdienu tieši no veikala. Pastāv iespēja, ka arvien vairāk palielināsies šāda tipa tehnoloģiskie

risinājumi, kas atvieglos pārtikas ziedošanu. Lielbritānija arī piekopj to, ka regulārs cenu samazinājums visu dienu ir tiem produktiem, kam tuvojas derīguma termiņa beigas vai arī tādiem produktiem, kuru iepakojums ir bojāts. Tesco ir arī uzsākuši savu produktu klāstu “Perfekti nepilnīgie”, kur augļi un dārzeņi ar defektiem tiek pārdoti par lētāku summu. Līdzīgas produktu līnijas ir ieviesuši arī citi lielveikali Lielbritānijā. Kā piemēru var minēt arī veikalus ASDA un Morrison's, kuri it atteikušās drukāt “ieteicams līdz” datumus uz pašu zīmolu pārtikas produktu iepakojumiem, lai klienti negribētu priekšlaicīgi atbrīvoties no tiem (Filmonau et al. 2017).

Vēl viens veids, kā apsaimniekot pārtikas pārpalikumus, ir kafejnīcu izveidošana, kurās tās cenšas pārstrādāt no tirdzniecības vietām iegūtos pārpalikumus. Šādi piemēri novērojami arī Apvienotajā karalistē. Piemēram, Transition Bro Gwaun kafejnīca Fišgārdā, kuras mērķis ir izmantot pārtikas pārpalikumus, kas nonāktu atkritumos, pagatavot no tiem maltīti un pārdot par pieņemamām cenām. Kafejnīcas galvenais mērķis, ko vēlas panākt ar šo darbību, ir palīdzēt videi – samazināt pārtikas atkritumus, kas nonāktu poligonos, palīdzēt trūkumā nonākušiem cilvēkiem ir tikai papildus bonuss, ko paredz projekts. Kafejnīcas uzstādījums ir sekot līdz hierarhijas principam, ka primāri šie produkti ir jānodod cilvēku patēriņam, tad dzīvniekiem un tikai pēc tam, citur, kur var izmantot (Caplan 2017). Līdzīgu pieeju var novērot kafejnīcas REfUSE iniciatīvā, kur lielāks uzsvars tiek likts tieši uz sociālo jautājumu, parādot, ka gan produktiem un vietām, kas tiek izšķiesti vai aizmirsti, ir vērtība. Katru mēnesi kafejnīca no tirdzniecības vietām saņem produktus, kuri tiktu izmesti ārā. Par maltītēm var maksāt balstoties pēc principa “Maksā, kā jūties”, kas paredz, ka apmeklētāji var maksāt naudā, bet tikpat vērtīgi ir nemateriālais ieguldījums – apzināties pārtikas patieso vērtību, kādi resursi tiek ieguldīti to saražojot, kā novērst to kļūšanu par atkritumiem, palīdzot citiem, kam tas ir nepieciešams, svarīgi ir vērst sabiedrības uzmanību uz problēmu (About S.a.).

#### **1.4.2. Dānijas piemērs mazumtirdzniecības sektorā**

Pēc pieejamajiem datiem Dānijā gada laikā mazumtirdzniecībā rodas 167 100 tonnas ar pārtikas atkritumiem (29,8 kg/ uz cilvēku gadā) (Stenmarck, et al. 2016). Lielāko daļu pārtikas atkritumu mazumtirdzniecības nozarē rada augļi, dārzeņi, maize un jogurts (Halloran et al. 2014). Dānijā pārtikas izšķērdēšana bija aktuāla problēma, bija nepieciešamas darbības, kas veicinātu šo atkritumu samazināšanos visā pārtikas aprites ciklā, sevišķi mazumtirdzniecības posmā. 2008.gadā aktīviste Selīna Juula (Selina Juul)

izveidoja kustību “Pietiek izniekot ēdienu” (Stop Spild Af Mad), kuru uzskata par lielāko bezpeļņas organizāciju Dānijā, kas aktīvi cīnās pret pārtikas izšķērdēšanu. Šo projektu atbalstīja Dānijas pilsoņi, kā arī Eiropas Parlamenta deputāti, Dānijas parlamenta locekļi, Dānijas labākie šefpavāri u.c. Līdz ar šīs kustības izveidošanu visi Dānijas mazumtirgotāji pieņēma pārtikas atkritumu samazināšanas stratēģiju. Kā piemēru var minēt veikalu ķēdi Rema1000, kas 2008.gadā, pēc šīs kampaņas izveidošanas un izpratnes veidošanu par pārtikas atkritumiem, pakāpeniski pārtrauca vairākus akciju piedāvājumus, kā, piemēram, “pērc vienu, otru saņem par brīvu” vai “3 par 2 cenu”. “Pietiek izniekot ēdienu” kustība ir kļuvusi pārsteidzoši veiksmīga, jo ar tās aizsākšanu piecu gadu laikā pārtikas atkritumu daudzums Dānijā ir samazinājies par 25%, kas ir pozitīvs rādītājs Eiropas līmenī (Cicatiello et al. 2017; Szulecka et al. 2019; Aschemann–Witzel, Kulikovskaja 2016).

2011.gadā Dānijas Vides ministrija izveidoja brīvprātīgu “Iniciatīvu grupu cīņai pret pārtikas atkritumiem” (“Initiative Group Against Food Waste”), kurā ieinteresētās personas, kas pārstāv publisko un privāto sektoru, varēja strādāt kopā, lai Dānijas pārtikas sistēmā panāktu samazinātu pārtikas atkritumu daudzumu. Tajā pašā gadā dažādu ministriju un nozaru pārstāvji parakstīja “Hartu par mazāku pārtikas atkritumu daudzumu” (Charteron Less Food Waste), ko var uzskatīt par nozares pašregulācijas piemēru, izmantojot brīvprātīgu vienošanos par pārtikas atkritumiem. To parakstīja deviņpadsmit galvenās ieinteresētās puses, piemēram, dažādas lielveikalu ķēdes, restorāni un viesnīcu ķēdes (Halloran et al. 2014; Szulecka et al. 2019).

Populārs veids, kā Dānijā cīnās ar PA samazināšanu, ir tās ziedošana, sadarbojoties ar nevalstiskajām organizācijām vai citām organizācijām, ziedojot produktus, kuri tiktu izmesti. Šāda tipa pārtika tiek nodota arī pārtikas bankās un novirzīta no mazumtirgotājiem uz sekundāro mazumtirgotāju sektoru. Kā, piemēru, var minēt Dānijā ir izveidoto veikalu Wefood, kurā tiek pārdotas preces, ko mazumtirgotāji vairs nevar pārdot, jo ir beidzies minimālais derīguma termiņš, “ieteicams līdz...”. Produktiem ir nepareizas etiķetes, vai bojāts iepakojums. Produkti, kas atrodami šajā veikalā, saskaņā ar Dānijas tiesību aktiem pārtikas jomā, joprojām ir lietojami uzturā un droši veselībai. Mazumtirgotāji, kas nevar vairs konkrētus produktus pārdot, tos ziedo šim veikalam, tādēļ arī katru dienu tā klāsts atšķiras. Produkti tiek pārdoti ar ievērojamu atlaidi – 30% – 50% no tirgus cenas. Būtiski arī uzsvērt, ka, ziedojot pārtiku, mazumtirgotāji no nodokļiem var atskaitīt līdz pat 14 800 DKK, kas ir gandrīz 2000 EUR, ja attiecīgais uzņēmums ir uzskaitīts kā Dānijas nodokļu administrācijas apstiprināta apvienība, kas parāda to, ka pārtikas atkritumu samazināšanas

jautājums valstij ir būtiski svarīgs un atbalsta uzņēmumus, kas veido šādu praksi (Wefood.. S.a.; Aschemann–Witzel et al. 2016; Teigiserova et al. 2019).

Dānijā par standarta praksi visās lielākajās mazumtirdzniecības ķēdēs ir kļuvis iezīmēt produktus ar uzlīmēm. Tās parasti vērš uzmanību uz cenu – “liela atlaide” (Stærktneðsat), “atlaide” (Rabat), uz cenu un datumu – “skatīties datumu” (Sedato), kā arī tādas uzlīmes, kas vērš uzmanību uz jau minētajiem aspektiem, klāt minot pārtikas atkritumu aspektu – “ēd tagad, ietaupi vairāk, izmet mazāk” (Spis nu Spare mere Spildmindre), “pietiek izniekot ēdienu” (Stop madspild). Parasti uzlīmju krāsa ir piesaistoša – oranžā vai dzeltenā krāsā (Aschemann–Witzel 2018; Aschemann–Witzel, Kulikovskaja 2016). Aktuāli ir arī piešķirt dažādu kategoriju atlaides, atkarībā no produkta tipa un derīguma termiņa beigām, piemēram, maizes izstrādājumiem preces cenas samazināšana svārstās no 17% līdz 50% un pat 72%. Cenu samazinājums parasti tiek veikts dienā, kad beigsies derīguma termiņš vai dienu pirms (Aschemann–Witzel, Kulikovskaja 2016).

Būtiska loma tam, lai pārtikas produkts tiktu nopirkts, ir arī tā iepakojumam un izvietojumam veikalā plauktos. Pētījumi Dānijā pierāda to, ka 85% pircēju produktu nopērk, nemaz nepaņemot to rokās, neapskata kādu citu alternatīvu vai aplūko produktu tikai no priekšpuses. Patērētāji vienkārši izvēlas ar acīm, un lielāks iepakojums piesaista pircēju uzmanību (Halloran, et al. 2014). Šī iemesla dēļ daudzas veikalā ķēdes Dānijā atsakās no lieliem iepakojumiem vai akcijām, kā “pērc 3 par 2 cenu”. Šāda veida akcijas bieži vien var kļūt par pārtikas izšķērdēšanas avotu, kad mājsaimniecībās, kur nav daudz cilvēku, tiek nopirkti vairāk produktu, kā tie var patērēt un pārtika netiek izlietota pirms tās derīguma termiņa beigām. Apmēram 60% no dāņiem lielveikalos labprātāk pērk mazāku iepakojumu, it īpaši gaļai, dārzeņiem un sviestmaizēm (Kulikovskaja, Aschemann–Witzel 2017). Kas attiecās uz dārzeņiem, tad lielā daļā lielveikalā dārzeņi ir nopērkami iepakojumā, kas arī var veicināt pārtikas atkritumu veidošanos. Tomēr daži mazumtirgotāji Dānijā piedāvā opciju svērt augļus un dārzeņus, tādējādi pircēji var nopirkt tik daudz, cik nepieciešams (Aschemann–Witzel, Kulikovskaja 2016). Svarīgs ir arī produktu izkārtojums. Dānijā tiek piekoptas dažādas prakses – gan produktu, kuriem drīz beigsies derīguma termiņš, novietošana blakus tādiem pašiem produktiem, bet ar lielāku termiņa laiku, gan šādu produktu novietošana atsevišķos plauktos, kur visi produkti, ar drīz beigušos derīguma termiņu, atrodas vienuviet (Aschemann–Witzel, Kulikovskaja 2016).

Svarīgi uzsvērt arī mazumtirgotāju komunikāciju par pārtikas izšķērdēšanu, kas Dānijā kļūst aizvien populārāka. Daudzās veikalā mājaslapās, arī veikalā bukletos, tiek veidoti raksti un informatīvi uzskates materiāli par to, kā mājsaimniecībās samazināt

pārtikas atkritumu daudzumus – informācija par pārtikas uzglabāšanu, apstrādi un ēdienu gatavošanu (receptes, kas veicinātu tajās izmantot arī pārtikas pārpalikumus) (Kulikovskaja, Aschemann–Witzel 2017).

### 1.4.3. Francijas un Itālijas piemērs

Eiropas līmenī tikai divas valstis – Francija un Itālija, ir ieviesušas noteikumus par pārtikas pārpalikumu apsaimniekošanu mazumtirdzniecības vietās nacionālā līmenī. Pirmā to izdarīja Francija (2016.gada 11.februārī) un drīz pēc tam arī Itālija (2016.gada 19.augustā) (Giordano et al. 2020).

Jau 2015. gada aprīlī Francijas politiskais spēks vērsa uzmanību uz pārtikas izšķērdēšanu, izveidojot paziņojumu “Pārtikas atkritumu apkarošana: priekšlikumi valsts politikai”, kas apkopo vērienīgus priekšlikumus valsts politikai attiecībā uz pārtikas izšķērdēšanu, piedāvājot plašu ideju kopumu. Kopā tika izstrādāti 36 priekšlikumi, kas tika izvirzīti balstoties uz pētījumu rezultātiem un sadarbojoties Vides un Lauksaimniecības ministrijām. Procesu vadīja Parlamenta loceklis Gijoms Garots (Guillaume Garot) un līdzdalību ņēma 120 eksperti un ieinteresētās personas. Šie priekšlikumi kalpo kā regulatīvi un politiski pasākumi visā Francijas pārtikas sistēmā, veicinot apkarot pārtikas izšķērdēšanu nacionālā līmenī. Kā pamats šim paziņojumam “Pārtikas atkritumu apkarošana: priekšlikumi valsts politikai” bija novērojumi Francijas pārtikas sistēmas ķēdē – gadā uz vienu iedzīvotāju Francijā tiek izšķērdēti aptuveni 136kg, kas norāda uz to, ka pārtikas ražošanas un patēriņa sistēmā ir jūtama krīze. Ierobežojot šāda veida izšķērdēšana, tiktu veicināta ētiskāka sabiedrības veidošana (Mourad 2015).

Pieņemtajos noteikumos kā galvenie punkti, kas attiecas uz tirdzniecības iestādēm, ir sekojoši – likumos iestrādāt pārtikas atkritumu apsaimniekošanas hierarhiju, kas būtiski samazinātu pārtikas izšķērdēšanu. Ar likumu ir noteikts, ka visām mazumtirdzniecības iestādēm, kuru lielums pārsniedz 400 m<sup>2</sup>, obligāti ir jānoslēdz līgums ar pilnvarotām bezpeļņas organizācijām, lai ziedotu pārtikas pārpalikumus, kas joprojām ir piemērota un droša cilvēku uzturam, atbilstoši noteiktajām prasībām. Līguma mērķis ir nodrošināt ziedojumu kvalitāti un izmantojamību. Un attiecīgi, ja pārtika nav izmantojama cilvēku uzturā, tad pēc hierarhijas principa to izmanto dzīvnieku barībai, rūpnieciskajai izmantošanai, anaerobai apstrādei un kompostēšanai, ja netiek ievēroti hierarhijas principi, var tikt piespriesti naudas sodi. Pēc šī likuma ieviešanas arī mazumtirgotāji ir ieguvēji, jo

tie iegūst nodokļu atlaidi, kas ir 60% no noziedotās pārtikas vērtības (Mourad 2015; Albizzati et al. 2019).

Kas attiecās uz Itālijas gadījumu, tad galvenie noteiktie likumi attiecībā uz pārtikas atkritumu novēršanu ir līdzīgi – likumos tiek iestrādāta pārtikas atkritumu apsaimniekošanas hierarhija. Kas attiecās uz mazumtirgotājiem nepieciešamo pārtikas pārpalikumu ziedošanu, Itālija ir nedaudz maigāka ar to ieviešanu, ja Francijas gadījumā par pārtikas pārpalikumu neziedošanu tirgotājiem var piespriest naudas sodu, Itālijā šāda tipa iniciatīvas tiek stimulētas attiecīgi bez sodu piespriešanas – pašvaldības ir tās, kas var piemērot atkritumu nodokļa samazinājumu mazumtirgotājiem, kuri ziedo pārtikas pārpalikumus labdarībai. Šāda veida likumdošanai var būt liels potenciāls, tomēr jāņem vērā, ka salīdzinoši maz Itālijas pašvaldības ir mēģinājušas to īstenot. Itālijas likumdošanā vērojams tas, ka vairāk pūļu tiek pievērsts izpratnes veidošanai par PA samazinājumu (kampanjas, pasākumi u.c.), kas Francijas gadījumā izpaužas ar aicinājumu pārtikas ķēdes dalībniekus rīkoties pret pārtikas izšķērdēšanu. Jāuzsver arī Itālijas valdības pūles attiecībā uz saskaņotiem un vienkāršotiem spēkā esošiem normatīvajiem aktiem, kas attiecās uz pārtikas ziedošanu mazumtirdzniecības sektorā, kas padara to vieglāk realizējamu, Francijas gadījumā visa atbildība par ziedošanu ir jāuzņemas mazumtirgotājiem, pašiem jāslēdz līgumi, ja vēlas izvairīties no naudas sodiem (Giordano et al. 2020; Franco, et al. 2021).

Lai gan, ņemot vērā šīs atšķirības valstu vidū, kas attiecas uz veidu, kā šie likumi tiek ieviesti, svarīgi minēt, ka Francija un Itālija ir valstis, kas reāli rīkojas, lai nacionālā līmenī novērstu PA rašanos. Šo valstu piemēri ir pirmklasīgi, jo pārtikas pārpalikumi un atkritumi ir definēti un tos izmanto kā resursus, kas veicina to izmantošanu pilnībā, nepieļaujot to nonākšanu atkritumu poligonā. Atkritumu novēršana tiek noteikta nacionālā līmenī un veicina to, lai mazumtirgotājiem PA hierarhijas primārie līmeņi (pārtikas ziedošana u.c.) likuma priekšā, būtu vieglāk realizējami. Ar šāda veida likumu ieviešanu tiek paredzēts, ka labums būs gan no vides viedokļa, gan ekonomiskā un arī pozitīva sociālā ietekme, piemēram palielinot pārtikas pieejamību cilvēkiem ar zemākiem ienākumiem, integrējot sociālās grupas, uzlabojot cilvēku uzturam nepieciešamos produktus (Albizzati et al. 2019).

Dažādos literatūras avotos pieejams daudzveidīgs teorētiskais materiāls un labās prakses piemēri par iespējām izvairīties no pārtikas atkritumu veidošanas un pārtikas pārpalikumu efektīvas tālākas izmantošanas, kas ir divas efektīvākās rīcības pārtikas atkritumu problēmas risināšanai, balstoties uz atkritumu apsaimniekošanas hierarhijas līmeņiem. Pēc literatūras analīzes apkopojuma tika noteikti galvenie pētījuma kritēriji, pēc

kuru pamata tika izveidota interviju struktūra un pamats tam, kā tiek strukturēta pētījuma gaita – personāla zināšanas/apmācības, pircēju paradumi, cenu samazinājums, noliktavas organizēšanas politika, produktu izkārtojums veikalā, pasūtījumu prognozēšana, pārtikas pārpalikumu ziedošana labdarībai/galapatērētājam, pārpalikumu atdošana dzīvnieku patēriņam.

## 2. MATERIĀLI UN METODES

Maģistra darba izstrādes procesā tika izmantoti literatūras avoti un normatīvie akti, kas attiecās uz PA un PP apsaimniekošanu Eiropā un Latvijā. Pētījumā izmantotas kvalitatīvās metodes datu iegūšanai un veikts tirdzniecības vietu apsekojums. Darba izstrādes gaitu var sadalīt attiecīgās metodēs:

1. Zinātniskās literatūras analīze;
2. Analizējamo pārtikas tirdzniecības vietu izvēle un to apsekojums;
3. Veikalu darbinieku un vadītāju intervijas;
4. Intervijas ar nozaru ekspertiem;
5. Normatīvo aktu analīze;
6. Ieteikumi.

### 2.1. Zinātniskās literatūras analīze

Zinātniskās literatūras analīzē aplūkota pārtikas atkritumu apsaimniekošanas hierarhija. Detalizēti aplūkoti hierarhijas pirmie divi līmeņi (pārtikas atkritumu novēršana un pārpalikumu apsaimniekošana), kas primāri būtu jāievēro visām ar pārtikas ražošanu, tirdzniecību un patēriņu iesaistītām pusēm. Literatūras analīzē izkristalizējās rīcību iespējas mazumtirdzniecības sektoram jeb pārtikas veikaliem:

1. Personāla zināšanas/apmācības;
2. Nestandarta produkti;
3. Patērētāju paradumi;
4. Cenu stratēģija veikalos;
5. Prognozēšana;
6. Noliktavas organizēšana/preču izkārtojums veikalā.

Pētījuma daļā šīs iespējamās rīcības izmantotas kā kritēriji analīzei gan veikalu apsekojumos, kur rīcību īstenošanu vai to nepielietošanu varēja novērtēt vizuāli, gan interviju jautājumos iesaistīto pušu viedokļu noskaidrošanai. Zinātniskās publikācijās tika pievērsta uzmanība dažādu Eiropas valstu piemēriem, kas pārtikas atkritumu novēršanas un pārpalikumu apsaimniekošanā ir sasnieguši būtiskas izmaiņas gan valstiskā, gan organizāciju līmenī.

## 2.2. Analizējamo pārtikas tirdzniecības vietu izvēle un to apsekojums

Darbā tiek aplūkotas pārtikas tirdzniecības vietas no diviem novadiem – Tērvetes un Dobeles. Tērvetes novads ir izteikts lauku reģions, bez noteikta centra. Dobeles novads sevī iekļauj gan lauku reģionu, gan Dobeles pilsētu. Attiecīgie novadi izvēlēti tādēļ, ka autore dzīvo Tērvetes novadā un saistībā ar gaidāmo novadu reformu to apvienos ar Dobeles novadu. Saistībā ar pārvietošanās ierobežojumu un attālināto mācību laiku, paplašināt pētāmo teritoriju nebija iespējams.

Tā kā darbā tiek aplūkots pārtikas ziedošanas aspekts, pamatojoties uz MK noteikumu Nr.514 minētajiem norādījumiem, visiem ziedošanā iesaistītajiem uzņēmumiem un personām ir jābūt reģistrētām Pārtikas un Veterinārajā dienestā (turpmāk – PVD), tāpēc izvēlētas tirdzniecības vietas tika ņemtas no PVD uzraudzībai pakļauto uzņēmumu reģistra, kas pieejams PVD mājaslapā. Saskaņā ar tur atrodamo informāciju Dobeles un Tērvetes novados atrodas 53 tirdzniecības vietas, kuru darbības veida kods apzīmēts ar 29 – jaukta sortimenta pārtikas veikals. Pētījuma gaitā izkristalizējās galvenās reģionu veikalu iezīmes, kas bija novērojamas reģionos, kuros veikali atradās, tāpēc veikalus var iedalīt tādos, kuri atrodas pilsētā – Dobelē, kur tie ir 16 un tie, kuri ir lauku reģionos, kopā tādi ir 37. Vēl svarīgi tirdzniecības vietas ir iedalīt pēc to lieluma, tomēr darba gaitā netika noteikti stingri kritēriji, kas ļautu saprast veikalu sadalījumu, lai noskaidrotu to telpiskās platības. Attiecīgi, veikalu lielumi tika šķiroti pēc autores uzskatiem, kas atbilda vizuālajiem kritērijiem. Līdz ar to, iedalot veikalus mazākos un lielākos, kur mazo veikalu izmēri ir aptuveni līdz 80m<sup>2</sup>, bet lielāki pārsniedz minēto lielumu. Abos novados atrodas gan veikalu ķēdes, gan individuāli apsaimniekoti veikali. Novados individuāli apsaimniekoti tiek 18 veikali. Pārējie ir pieskaitāmi veikalu ķēdēm, kur lielākais veikalu skaits pieder SIA “Bēnes PB”, zem kura atrodas 12 veikali. Pēc tā seko SIA “Dobeles PB”, kam pieder seši veikali, SIA “Mārksmens” tīkls pārstāv četrus veikalus, SIA “RV Kodoli” ir trīs veikali un attiecīgi pārējie – SIA “Maxima Latvija”, SIA “Rimi Latvija”, SIA “Tērvetes garša”, SIA “Banderi S.IDE” un SIA “Altoss R” pārvalda pa diviem veikaliem.

Pētījuma ietvaros tika veikts pētāmo mazumtirdzniecības vietu apsekojums, izvērtējot:

- Nocenoto preču cenu samazinājumu;
- Nocenoto produktu izvietojumu veikalā;
- Papildus uzmanības pievērsošus faktorus, kas norādītu, ka cena ir samazināta;
- Nestandarta produktu pārdošanu;

- Augļu un dārzeņu turēšana aukstumskapjos.

Kopā klātienē tika apsekoti 22 veikali – 11 no tiem Dobeles pilsētā, četri lauku reģionos Dobeles novadā un septiņi Tērvetes novadā. Apsekoto veikalu skaits nesakrīt ar reāli esošo veikalu skaitu, jo daļa veikalu norādītajās adresēs nav atrodami vai veikali vairs neeksistē un autorei nebija iespējams apsekot visus veikalus, jo to atrašanās vietas neatrodas vienkopus, bet izklaidus pa novadiem.

Ja pētījumu paplašinātu arī citos Latvijas novados ārpus lielajām pilsētām, būtu iespēja novērtēt, vai iegūtie rezultāti ir attiecināmi uz visu Latvijas teritoriju ārpus lielajām pilsētām.

### **2.3. Veikalu darbinieku un vadītāju intervijas**

Pētījuma daļā tika veiktas socioloģiskas intervijas, kuras bija daļēji strukturētas. Balstoties uz respondentu pienākumiem veikalā, izveidoti trīs interviju veidi dažādām amatu kategorijām – vadītājiem, darbiniekiem un vadītājam un darbiniekam, ja tā ir viena persona. No 53 jaukta sortimenta pārtikas veikaliem attālināta komunikācija bija plānota ar 42 veikalu vadītājiem un darbiniekiem, jo 11 veikaliem bija norādīta nepareiza kontaktinformācija vai tā nebija norādīta vispār. 42 respondenti no 26 veikaliem atteicās sniegt intervijas, ar astoņiem respondentiem autore sazinājās, bet no viņiem darba izstrādes gaitā netika saņemta atbilde. Rezultātā darba ietvaros intervēts 31 respondents no 27 veikaliem. To skaitā 14 ir darbinieki, 12 vadītāji un pieci respondenti, kuri ir gan veikala vadītāji, gan darbinieki (skat. 2.1 att.). Interviju mērķis bija noskaidrot iesaistīto personu viedokli par iespējām, risinājumiem un šķēršļiem pārtikas atkritumu neradīšanai vai pārpalikumu tālākai izmantošanai. Vadītāju intervijas sastāvēja no 19 jautājumiem (skat. 1. pielikumu), darbiniekiem uzdoti 15 jautājumi (skat. 2. pielikumu). Personai, kura bija gan vadītājs, gan darbinieks, tika izveidota individuāla intervija, apvienojot jautājumus no darbinieku un vadītāju intervijām, kopā uzdodot 21 jautājumu par pētāmo tēmu (skat. 3. pielikumu). Veidojot intervijas, ar nodomu tika veidoti atvērtā tipa jautājumi, lai noskaidrotu darbinieku zināšanas un viņu risinājumus, kas, iespējams, nav iekļauti veikala nolikumā vai nevienā pētījumā līdz šim. Laika posms, kurā veiktas intervijas, bija no 2021. gada 25. martam līdz 2021. gada 26. aprīlim.



2.1. att. Pētījumā uzrunāto respondentu skaits un sadalījums

Saistībā ar valstī izsludināto ārkārtas stāvokli un ar COVID–19 izsludinātajiem ierobežojumiem, intervijas notika telefoniski vai elektroniski, lai ievērotu visus epidemioloģiskos drošības pasākumus, kas pētījuma izstrādes laikā bija valstī noteikti. Respondenti uzrunāti, izmantojot internetā pieejamos kontaktus, vaicājot vietējiem iedzīvotājiem mazumtirdzniecības sektorā strādājošo kontaktus noteiktajā reģionā, kā arī dodoties uz reģionā esošajiem veikaliem un jautājot pašiem darbiniekiem. Intervijas bija anonīmas, lai efektīvāk iegūtu datus, telefoniskās intervijas tika ierakstītas, izmantojot lietotni “Voice Memos”. Elektroniskās intervijas bija anketu tipa, kas izveidotas izmantojot “Google docs”, šāda veidā uz jautājumiem atbildēja divi no respondentiem. Dati apkopoti manuāli.

#### 2.4. Intervijas ar ekspertiem, kas pārstāv ar pārtikas pārpalikumiem saistītas nozares

Atsevišķa pētījuma daļa ir specifiskākas ekspertu intervijas, norādot uz konkrētu problēmas apskati. Ekspertu interviju mērķis bija noskaidrot viņu viedokli par iespējām, risinājumiem un šķēršļiem pārtikas atkritumu neradīšanai vai pārpalikumu tālākai izmantošanai. Katram no ekspertiem bija pielāgota intervija ar viņu nozarei attiecināmiem

jautājumiem. Viena no intervijām notika ar Latvijā vienīgās “pārtikas bankas” “Paēdušai Latvijai” vadītāju Agitu Kraukli (atšifrējums 4. pielikumā), lai aplūkotu situāciju no ziedojumu saņēmēju puses. Intervēta arī veikalu tīkla “Maxima Latvija SIA” komunikācijas vadītāja Liene Dupate–Ugule (atšifrējums 5. pielikumā), šis veikalu tīkls izvēlēts, jo tas aktīvi iesaistās ziedošanas kampaņās un bijis viens no iniciatoriem MK noteikumu Nr.514 izveidošanā. Intervija notikusi arī ar Agnesi Priekuli (atšifrējums 6.pielikumā), kura Zviedrijā divus gadus bija “Foodsaving” aktīviste un Gēteborgā iesaistījās kopienu skapju popularizēšanas kampaņā, kuras ietvaros, kā sadarbības partnerus centās iesaistīt arī tirdzniecības vietas. Darba izstrādes laikā viena no ekspertu intervijām bija plānota ar PVD pārstāvi, bet pēc sazināšanās pārstāve minēja, ka šādu jautājumu gadījumā labāk vērsties pie Zemkopības ministrijas, jo PVD pārbauda, vai un kā tiek ievērotas likumos noteiktās prasības, mazāk strādājot pie to izstrādes. Līdz ar to ceturttā ekspertu intervija norisinājās ar Zemkopības ministrijas Veterinārā un pārtikas departamenta pārtikas drošuma un higiēnas nodaļas vadītājas vietnieci Guntu Evardsoni (atšifrējums 7. pielikumā). Intervijas katram ekspertam tika sastādītas individuāli, balstoties uz problēmjautājumiem, ar ko autore saskārās darba izstrādes gaitā. Ekspertu intervijas ierakstītas, izmantojot jau minēto “Voice Memos” lietotni un platformu “Zoom”. Pēc tam veikti interviju transkripti, kas pievienoti darba saturam.

## 2.5. Normatīvo aktu analīze

Normatīvo aktu analīze veikta pētījuma sadaļā, lai iezīmētu normatīvo ietvaru tam, kā PP apsaimniekošanas jautājums tiek aktualizēts ES un Latvijas līmenī. Pētījumā aplūkoti attiecīgie normatīvi:

- ES direktīvas;
- ES regulas;
- ES paziņojumi;
- Latvijas likumi;
- Noteikumi;
- Rīkojumi.

Normatīvie akti analizēti, vērtējot, vai tie veicina vai bremzē PA un PP apsaimniekošanu tirdzniecības sektorā.

## 2.6. Ieteikumu izstrāde

Balstoties uz respondentu sniegtajām atbildēm un apkopojot tās pētījumā, autore izstrādāja ieteikumus, kas veicinātu PA novēršanu tirdzniecības vietās un palīdzētu efektīvāk apsaimniekot PP.

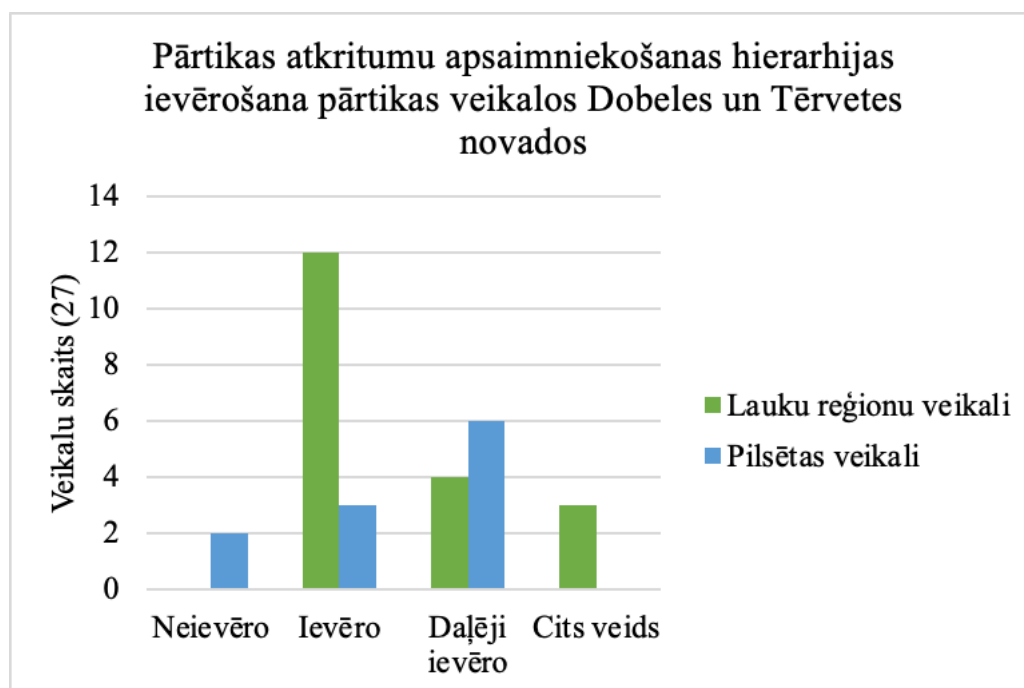
Darba izstrādes gaitā autore saskārās ar vairākām problēmām, kas ietekmēja darba izstrādi. Būtiskākie bija COVID–19 epidemioloģiskie ierobežojumi, kas liedza intervijām notikt klātienē. To var minēt kā rezultātu atainojumu ietekmējošu faktoru, jo klātienē intervijās var izveidoties labāks kontakts ar darbinieku, kas savukārt var uzlabot intervijas kvalitāti. Nebija iespējams apsekot visus veikalus, jo to atrašanās vietas neatrodas vienkopus, bet izklaidus pa novadiem, kas arī liedza klātienē apmeklēt veikalu un sarunāt intervijas. Problemātiski bija arī tas, ka daudzi respondenti bija atsaucīgi uz lūgumu sniegt intervijas vai aizpildīt tās elektroniski, tomēr darba izstrādes gaitā netika saņemtas atbildes.

Pētījumā būtu bijis svarīgi akcentēt veikalu telpu lielumu, kas palīdzētu precīzāk definēt ierosinājumus, kādi būtu nepieciešami konkrētu veikalu tipam.

### 3. REZULTĀTI

#### 3.1. Normatīvo aktu analīze pārtikas atkritumu un pārpalikumu apsaimniekošanas kontekstā

Balstoties uz EP un Padomes Direktīvu 2008/98EK “Par atkritumiem un dažādu direktīvu atcelšanu” 4.pantu: “Atkritumu rašanās novēršanas un apsaimniekošanas tiesību aktos un politikā prioritārā kārtībā izmanto šādu atkritumu apsaimniekošanas hierarhiju[...]”, kas attiecīgi primāri ir atkritumu rašanās novēršana, pēc tam sagatavošana atkārtotai izmantošanai [...]. (Eiropas Savienības... 2008). Arī Latvijas Atkritumu apsaimniekošanas likumā ir noteikta atkritumu apsaimniekošanas hierarhija, kur primāri: “novērš atkritumu rašanās cēloņus, samazina radīto atkritumu daudzumu, bīstamību un sagatavo atkritumus atkārtotai izmantošanai [...]” (Atkritumu apsaimniekošanas... 2010). AAVP minēts: “lai novērstu pārtikas izšķērdēšanu, nepieciešams ierobežot PP rašanos visos pārtikas ķēdes posmos, bet, ja pārpalikumi ir radušies, tie ir jāizmanto pēc iespējas lietderīgāk, balstoties uz atkritumu rašanās novēršanas hierarhiju” (Par atkritumu apsaimniekošanas ... 2021). Lai arī atkritumu apsaimniekošanas hierarhija ir iestrādāta likumdošanā, praksē tirdzniecības vietas PA apsaimniekošanas hierarhijas principus ievēro daļēji (skat. 3.1. att.).



3.1. att. Pārtikas atkritumu apsaimniekošanas hierarhijas ievērošana pārtikas veikalos Tērvetes un Dobeles novados

Apkopojot informāciju no sniegtajām intervijām, varēja novērot, ka lauku reģionu veikalos pārtikas izmešana ir pēdējais solis, kas tiek darīts. Respondenti arī atzina, ka lauku reģionos ir vieglāk novērst pārtikas izmešanu, jo pārpalikumus ir vieglāk realizēt. Lielajos pilsētu veikalos vairāk seko līdz iekšējiem rīkojumiem, kas ir jādara ar pāri palikušajiem produktiem, kas pārsvarā beigās noved pie to izmešanas. Līdz ar to nav izstrādāta to pilnīga apsaimniekošana. Lai gan normatīvie akti paredz hierarhijas principu ievērošanu, pētījums liecina, ka ir nepieciešami uzlabojumi – izstrādāta kārtība, kas veicinātu tieši PA apsaimniekošanas hierarhijas integrēšanu mazumtirdzniecības sektorā.

AAVP ir iestrādāta PA rašanās novēršanas programma 2021.–2028, ar kuras palīdzību tiek īstenoti pasākumi un mērķi, lai novērstu vai samazinātu PA rašanos. Programmas ietvaros ir izstrādāti vairāki rīcības virzieni un pasākumi:

- Pārtikas ziedošanas sistēmas pilnveidošana;
- Pārtikas atkritumu rašanās novēršana;
- Informētības palielināšana un patērētāju informēšana par pārtikas atkritumu rašanās novēršanu un samazināšanu;
- Pārtikas atkritumu daudzuma mērījumi un monitorings;
- Atbalsts pētniecībai un inovācijām, kas vērstas uz pārtikas atkritumu rašanās samazināšanu (Par Atkritumu apsaimniekošanas... 2021).

Darba izstrādes gaitā iezīmējās vairākas darbības, kas jau tiek vai daļēji tiek integrētas praksē (skat. tabulā 11. pielikumā), lai veicinātu PP apsaimniekošanu un nepilnības, kuras ar šīs programmas izpildi varētu pilnveidot un uz kurām vajadzētu vērst lielāku uzmanību, tādējādi programmas veidotājiem būtu vērtīgi sadarboties ar veikaliem, kas to praktizē.

### **3.1.1. Pārtikas ziedošanas sistēma**

Līdz šim Latvijas normatīvos ir izstrādāti noteikumi, kas atbalsta un pilnveido pārtikas ziedošanas kultūru. 2020. gadā tika pieņemti divi MK noteikumi saistībā ar pārtikas ziedošanu. Vieni no tiem ir 2020. gada 11. augustā MK pieņemtie noteikumi Nr.514 “Prasības pārtikas izplatīšanai pēc minimālā derīguma termiņa beigām” (atsaucoties uz ES direktīvā 2018/85, 9.punkta g) apakšpunktu, kur tiek veicināta pārtikas ziedošana un cita veida pārtikas sadale cilvēkiem, tādējādi samazinot pārtikas zudumus), kur noteiktas

pārtikas produktu grupas, kuras var izplatīt pēc derīguma termiņa beigām (skat. 8. pielikumu) (Eiropas Savienības... 2008; Prasības pārtikas izplatīšanai.. 2020). Šis noteikums gan nosaka, ka attiecīgās pārtikas produktu grupas nedrīkst tirgot, bet ir atļauts nodot ziedošanai biedrībām un nodibinājumiem, kā arī reliģiskām organizācijām un to iestādēm, kas nodarbojas ar labdarību un ir reģistrētas Pārtikas un veterinārajā dienestā (turpmāk – PVD) un tieši galapatērētājam (Prasības pārtikas izplatīšanai.. 2020). Otri ir 2020. gada 17. martā MK pieņemtie noteikumi Nr.145 Prasības mazumtirdzniecības uzņēmumiem, kas piegādā mājputnu olas vai ziedo dzīvnieku izcelsmes pārtiku, kas ļauj tirdzniecības vietām ziedot dzīvnieku izcelsmes produktus (attiecīgi ievērojot visus noteiktos drošības pasākumus) labdarības organizācijām (Prasības mazumtirdzniecības... 2020).

Saskaņā ar ES noteikumiem ne visus produktus, kuru derīguma termiņš ir beidzies, drīkst izplatīt tālāk. Regulā (EK) Nr.1169/2011 24.pantā ir norādīts, ka produkti pēc “izlietot līdz...” termiņa beigām ir nedroši un var apdraudēt cilvēku veselību un saskaņā ar Regulas (EK) Nr. 178/2002 14.panta 2.–5.punktiem šāda veida produktus nedrīkst laist tirgū. Tai pat laikā regulā nav norādīts, ka produktus, kuru minimālais derīguma termiņš “ieteicams līdz...” ir beidzies, nedrīkst izplatīt pēc šī termiņa beigām. Tas nozīmē, ka šādus produktus ES drīkst tirgot un nodot patērētājiem pēc termiņa beigām, ja tie tiek uzglabāti vajadzīgajos apstākļos, tādējādi neradot kaitējumu cilvēka veselībai (Eiropas Savienības Oficiālais...2002; Eiropas Savienības Oficiālais... 2011). Latvijas likumdošana šajā jautājumā ir stingra – pārtikas aprites uzraudzības likuma 14.pantā norādīts, ka pārtika ir izplatīšanai nederīga, kad tai ir beidzies derīguma termiņš, izņemot gadījumus, kad izplatīšana notiek atbilstoši MK noteikumiem Nr.514, kurā MK nosaka attiecīgās produktu grupas, kuras drīkst izplatīt (11.<sup>2</sup> pants) (Pārtikas aprites... 1998). Arī dažās citās ES dalībvalstīs šādu produktu tirgošana tiek ierobežota vai aizliegta, kas veicina novēršamu PA rašanos. Kā galvenais iemesls tam, kāpēc Latvijā netiek tirgoti produkti pēc minimālā derīguma termiņa beigām, ir ieinteresēto pušu (tirgotāji/ražotāji) nepatīkamā pieredze no patērētāju puses – sūdzības par preces kvalitāti un neatbilstību cilvēku uzturam (Eiropas Savienības Oficiālais Vēstnesis 2017; Evardsone 2021).

Lai gan normatīvos aktus par pārtikas izplatīšanu pēc minimālā derīguma termiņa beigām ir iespējams uzlabot vēl vairāk, kas veicinātu pēc iespējas mazāku PA rašanos, tomēr svarīgāk ir pierast pie izstrādātajiem noteikumiem un tos aktualizēt iesaistīto pušu vidū, tādēļ tuvākajā laikā jauni grozījumi par šo tēmu Latvijā nav paredzēti (Evardsone 2021). Pašreiz pieņemtie noteikumi ir liels solis uz priekšu Latvijā saistībā ar PP apsaimniekošanu,

un tā kā to izstrādē piedalījās gan labdarības organizācijas, gan ziedotāji, nosacījumi ir labvēlīgi abām pusēm (Kraukle 2021). Tomēr jāatzīst, ka ir nepieciešami uzlabojumi vai papildinājumi tieši saistībā ar ziedojumu nodošanu galapatērētājiem, piemēram, izstrādāt sistēmu vai piedāvājumus, kas veikalus ieinteresētu ziedot tieši šai grupai, jo pašreiz tas ir dārgs risinājums, ko ne katrs veikals vēlas darīt (Dupate–Ugale 2021). Svarīgi uzsvērt arī to, ka 10 no respondentiem minēja, ka bija dzirdējuši par MK noteikumiem Nr.514, tomēr izpratne par tiem nav līdz galam skaidra. To atzina arī divi no respondentiem, kas liecina, ka tirdzniecības vietām informācija par šo netiek izskaidrota vai pat nodota. Neizpratni normatīvajos aktos varēja novērot arī darba izstrādes procesā. Respondenti minēja argumentus, kāpēc ziedojumi netiek nodoti galapatērētājam – tā ir lieka dokumentācija un papildu uzmanība no PVD puses, kas apgrūtina darbu un var veicināt papildus pārbaudes veikala darbībā. “Pārtikas bankas” vadītāja Agita Kraukle minēja, ka veikalu pārstāvji kā galvenos iemeslus, kāpēc tie nevēlas ziedot produktus galapatērētājiem, norāda draudus uzņēmuma reputācijai (pulcēšanās veikalos, dažādas reakcijas u.c.), papildu slodzi no darbinieku puses un problemātiku nodrošināt higiēnas prasības un izsekojamību (Kraukle 2021). Lai gan, pamatojoties uz MK noteikumiem Nr.514, ja ziedotājs nodod pārtiku galapatērētājam, tam ir jānodrošina atsevišķa vieta pārtikas izdālei, jāinformē pircējs, ka produktam ir beidzies minimālais derīguma termiņš “ieteicams līdz...”, tas jāmarķē kā produkts, kas paredzēts ziedošanai. Balstoties uz Regulu (EK) Nr. 852/2004 par pārtikas produktu higiēnu, jāievēro vispārīgas prasības attiecībā uz uzņēmumu telpām, kur uzglabā pārtiku, kas veikalam jau ir jānodrošina, ja tie tirgo pārtikas preces (Prasības pārtikas izplatīšanai... 2020; Eiropas Savienības Oficiālais Vēstnesis 2004). Kas attiecās uz izsekojamības principu, tad, ja ziedotais produkts tiek ziedots galapatērētājam, tad visiem pārtikas apritē iesaistītajiem ir jāuzskaita piegādātāji, no kuriem pārtika tiek saņemta un produktu saņēmēji. Tas nozīmē, ka jāizseko viens solis pirms un solis pēc, bet attiecībā uz gadījumiem, kad pārtika tiek izdalīta galapatērētājiem, tad saņēmēji nav jāuzskaita (Eiropas Savienības Oficiālais Vēstnesis 2017).

Svarīgi uzsvērt, ka noteikumu veidošanā iesaistīti vairāku pušu pārstāvji – ražotāji, tirgotāji, PVD pārstāvji, labdarības organizācijas – noteikto produktu klāsts un realizācijas termiņš, kādā produkts ir jānodod, pieņemts kopīgā lēmumā. Tomēr kā atzīst ZM pārstāve Gunta Evardsone, pirms augustā pieņēma noteikumu uzlabojumus bija jūtama zema aktivitāte no iesaistītajām pusēm attiecībā uz pārtikas produktu saraksta papildināšanu (Evardsone 2021). Aplūkojot AAVP viens no pārtikas ziedošanas sistēmas pilnveidošanas rīcības virzieniem ir turpināt normatīvo aktu uzlabošanu attiecībā uz pārtikas ziedošanas

sistēmu, kas iekļauj sevī papildinājumu par pārtikas produktu grupām un laika posmiem, kādos tās atļauts izdalīt, kā arī jāpaplašina to gala saņēmēju loks, kas varētu ziedoto pārtiku saņemt (Par atkritumu apsaimniekošanas... 2021). Tomēr aplūkojot reālo situāciju, šāda veida pilnveidošana var sagādāt grūtības, jo iesaistītās puses skeptiski skatās gan uz produktu grupu papildināšanu, gan termiņiem, kādā laikā tie ir jāizsniedz. Lielāks uzsvars AAVP būtu jāliek uz to, lai iesaistītās puses būtu ieinteresētas ziedot attiecīgos produktus.

Lai iesaistītos pārtikas ziedošanā, labdarības organizācijai ir jābūt reģistrētai PVD. Pētījuma izstrādes laikā atklājās, ka Dobeles un Tērvetes novados nav neviena organizācija, kura ir reģistrēta PVD kā pārtikas izdales vieta labdarībai, kas nozīmē, ka veikali, kuri atrodas šajos reģionos, nemaz nevar nodot ziedojumus. Šādu faktoru var skaidrot ar nepietiekamu informācijas apmaiņu, jo ieviešot MK noteikumus Nr.514, tirdzniecības vietām individuāli vajadzēja skaidrot organizācijām nosacījumus, kas nepieciešami, lai varētu ziedojumus saņemt. Pēc trīs gadiem, kopš noteikumi ieviesti, joprojām nav skaidri zināms, vai no Latvijas Tirdzniecības asociācijas puses organizācijām tiek sniegta šāda informācija (Dupate –Ugule 2021; Evaradsone 2021). Var novērot, ka izstrādājot noteikumus iesaistītās puses ir aktīvas, tomēr, lai veicinātu noteikumu realizēšanu ir jūtama atturība un nepilnīga iesaiste informācijas un ideju apmaiņā, nav noteikti atbildīgie par noteikumu integrēšanu.

### **3.1.2. Pārtikas pārpalikumu ziedošana dzīvniekiem**

Balstoties uz Regulas (EK) Nr. 1069/2009, ar ko nosaka veselības aizsardzības noteikumus attiecībā uz dzīvnieku izcelsmes blakusproduktiem un atvasinātajiem produktiem, kuri nav paredzēti cilvēku patēriņam un ar ko atceļ Regulu (EK) Nr. 1774/2002 (Dzīvnieku izcelsmes blakusproduktu regula) 10.panta f) punktu dzīvnieku izcelsmes produkti vai pārtika, kuri vairs nav paredzēti cilvēku patēriņam, tiek pieskaitīti pie 3.kategorijas materiāla. Darba ietvaros tie ir dzīvnieku izcelsmes produkti, kuru “izlietot līdz...” termiņš ir beidzies. Balstoties uz tās pašas regulas 14. pantu, šos produktus var izmantot pārstrādājot tos par barību lolojumdzīvniekiem. Savukārt 18.pantā minēts izņēmums, ka šāda tipa produktus, ja tiek ievēroti nosacījumi, kas nodrošina cilvēku un dzīvnieku veselībai radītā riska kontroli, var izmantot arī attiecīgu dzīvnieku barošanai, piemēram, zooloģiskajā dārzā, patversmēs, kažokzvēru audzētavās u.c. (Eiropas Savienības oficiālais Vēstnesis 2009). Pēc regulas 23.panta šāda tipa uzņēmumiem, kas pieņem un izmanto produktus, ir jābūt reģistrētiem PVD. Pēc PVD mājaslapā pieejamā reģistra,

Dobeles novadā ir viena iestāde, kas pieņem un izmanto agrāko pārtiku (pārtika, kurai, piemēram, beidzies derīguma termiņš, manāmas bojāšanās pazīmes u.c.) un kas var pieņemt šāda veida produktus no veikaliem (PVD, S.a.; Grīnberga 2011). Pēc respondentu sniegtajām atbildēm viens no veikaliem sadarbojas ar dzīvnieku patversmi un tai nodod 3.kategorijas produktus. Viens no respondentiem minēja, ka šie produkti tiek pārstrādāti. Lielā daļā veikalu pāri palikušo 3.kategoriju produktu nav tik daudz, lai veidotu sadarbību ar kādu no iepriekšminētajām iestādēm, bet, pamatojoties uz Regulas (EK) Nr. 1069/2009 19.panta d) punktu, šos produktus var likvidēt citādi, ja daudzums, kas tiek likvidēts nepārsniedz notieku normu (Eiropas Savienības oficiālais Vēstnesis 2009), ko arī 10 no intervētajiem dara.

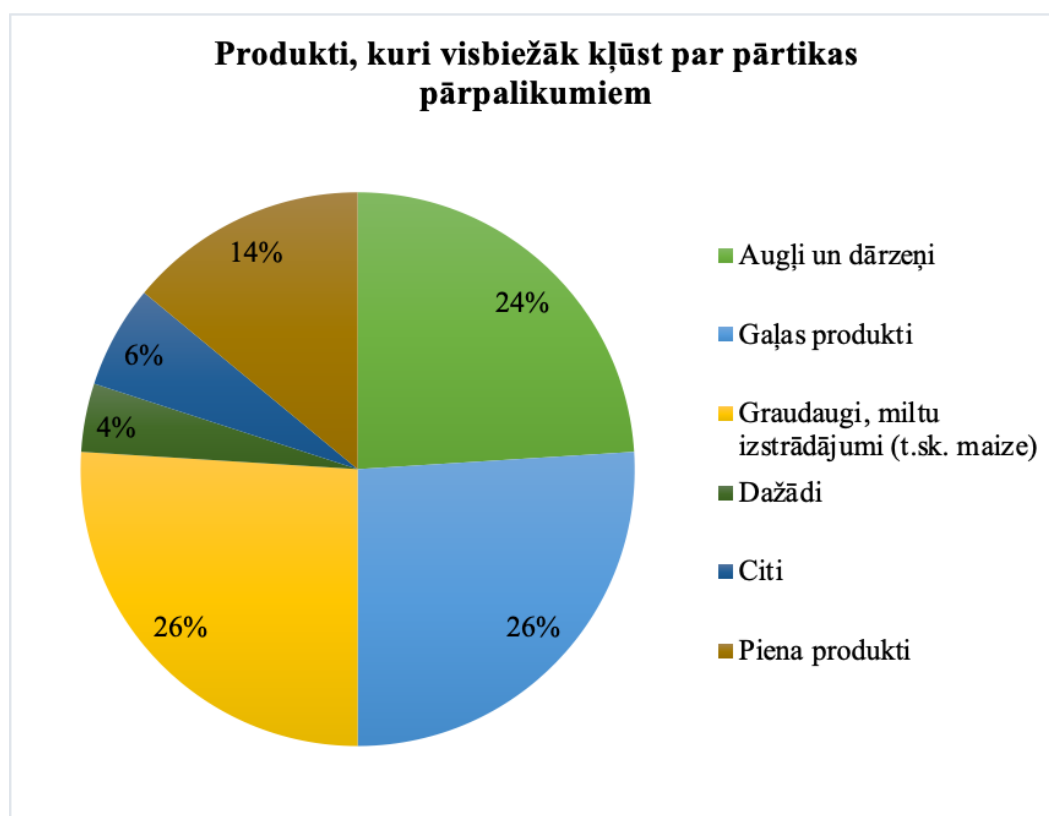
Otrs izplatītākais produktu tips, kas paliek pāri, ir augļi un dārzeņi. Divu respondentu atbildēs minēts, ka veikalam agrāk ir bijusi sadarbība ar zemniekiem, kuri šos produktu tipus ir ņēmuši dzīvnieku patēriņam, bet, mainoties veikalu iekšējiem noteikumiem, sadarbība tika pārtraukta. Balstoties uz MK noteikumu Nr.742 Izplatīšanai nederīgas pārtikas turpmāka izmantošana vai iznīcināšanas kārtība 8.1. pantu augu izcelsmes un jauktā tipa pārtikas produktiem, kuri nav derīgi cilvēku patēriņam, var izmantot par dzīvnieku barības sastāvdaļu, ja tas nav bijis saskarē ar termiski neapstrādātiem dzīvnieku izcelsmes produktiem (Izplatīšanai nederīgas... 2009). Tas nozīmē, ka attiecīgos produktus kā, piemēram, augļus, dārzeņus un maizi/graudaugus drīkst nodot dzīvnieku patēriņam, bet no intervētajiem veikalu pārstāvjiem tikai vienam ir izveidojusies sadarbība ar zemnieku saimniecību. Arī šajā gadījumā, normatīvi ir labvēlīgi tam, lai pārtikas pārpalikumus varētu nodot dzīvnieku patēriņam. Svarīgi ir šos normatīvus integrēt veikalu stratēģijās vai plānos, kas informētu un veicinātu tirdzniecības iestāžu ieinteresētību.

Apkopotie novērojumi, kā veikali seko līdz normatīvo aktu regulējumam, ir skatāmi 12. pielikumā.

### **3.2. Pārtikas atkritumu un pārpalikumu daudzumi pētāmajā teritorijā**

Intervējot respondentus var secināt, ka galvenais iemesls, kāpēc veidojas pārtikas pārpalikumi un atkritumi, ir grūtības paredzēt pirkjspēju un nepieciešamo daudzumu, ko nepieciešams pasūtīt no piegādātājiem. Pēc respondentu domām šis ir tas faktors, kuru ir grūti novērst pilnībā, bet kuru noteikti var uzlabot. To izteikti var redzēt lauku reģionu veikalos, jo tur pircēju ir mazāk, tādējādi var saprast viņu paradumus.

Apkopojot informāciju no visu veikalu respondentiem, lielākā daļa no produktiem, kas kļūst par pārpalikumiem, ir augļi, dārzeņi, gaļas produkti un graudaugi, miltu izstrādājumi (t.sk. maize) (skat. 3.2. att.). Arī pēc veikalu tīkla “Maxima” informācijas var novērot, ka lielāko daudzumu no PP, kuri tiek ziedoti, veido maizes izstrādājumi, augļi un dārzeņi (skat. 9. pielikumā) (Dupate – Ugule 2021).



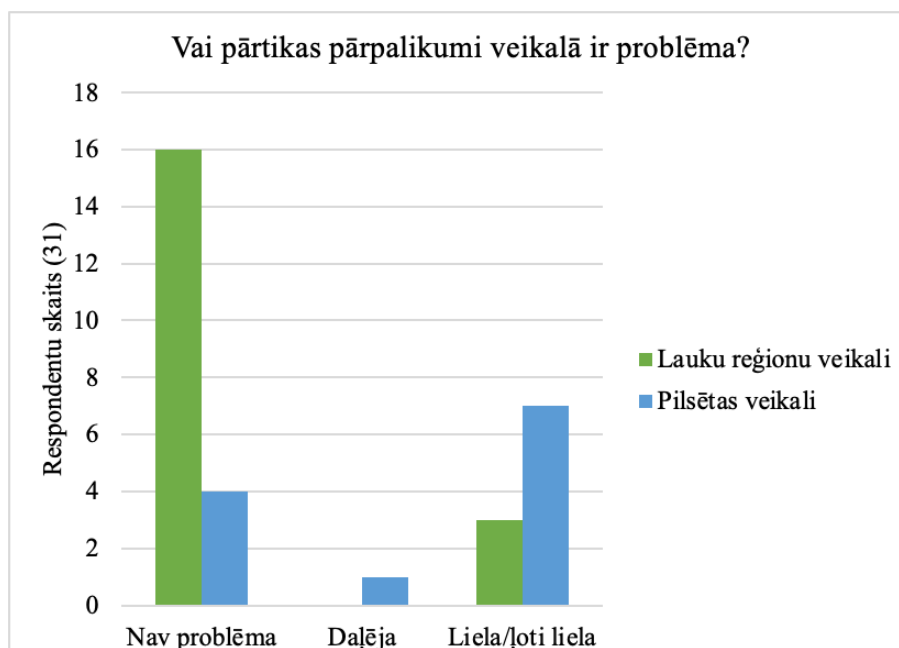
3.2. att. Produkti, kuri visbiežāk kļūst par pārtikas pārpalikumiem (dati apkopoti no 30 respondentu intervijām)

Pēc respondentu sniegtajām atbildēm tikai reti kurš varēja minēt konkrētu pārtikas daudzumu, kas paliek pāri vai tiek izmests. Vienpadsmit no respondentiem, kas pārstāvēja mazākos veikalus veikalus minēja, ka PP veidojas ļoti maz, viens no lauku reģiona veikala pārstāvjiem minēja, ka tie neveidojas vispār. Tikai pieci no respondentiem varēja nosaukt konkrētu daudzumu, ko tie izmet. Divi pārstāvji no lielākajiem veikaliem minēja, attiecīgi viena veikala PA daudzums sasniedz līdz pat 200l nedēļā, otrs, ka 1/3 daļa no produktiem tiek izmesti. Pārējie dati, ko nosauca mazo veikalu pārstāvji, bija attiecīgi – aptuveni 40kg ar augļiem un dārzeņiem, līdz 10kg mēnesī visa veida pārtika un vienā veikalā PA daudzums tika mērīts naudas izteiksmē, kas ir 100EUR mēnesī. Pēc iegūtās informācijas nevar veikt apkopjošu statistiku par konkrētiem daudzumiem – pārtikas produktiem, kas tiek izmesti

vai paliek pāri, jo respondenti nevarēja sniegt precīzus datus par PA daudzumu veikalā un mērvienības datiem bija dažādas.

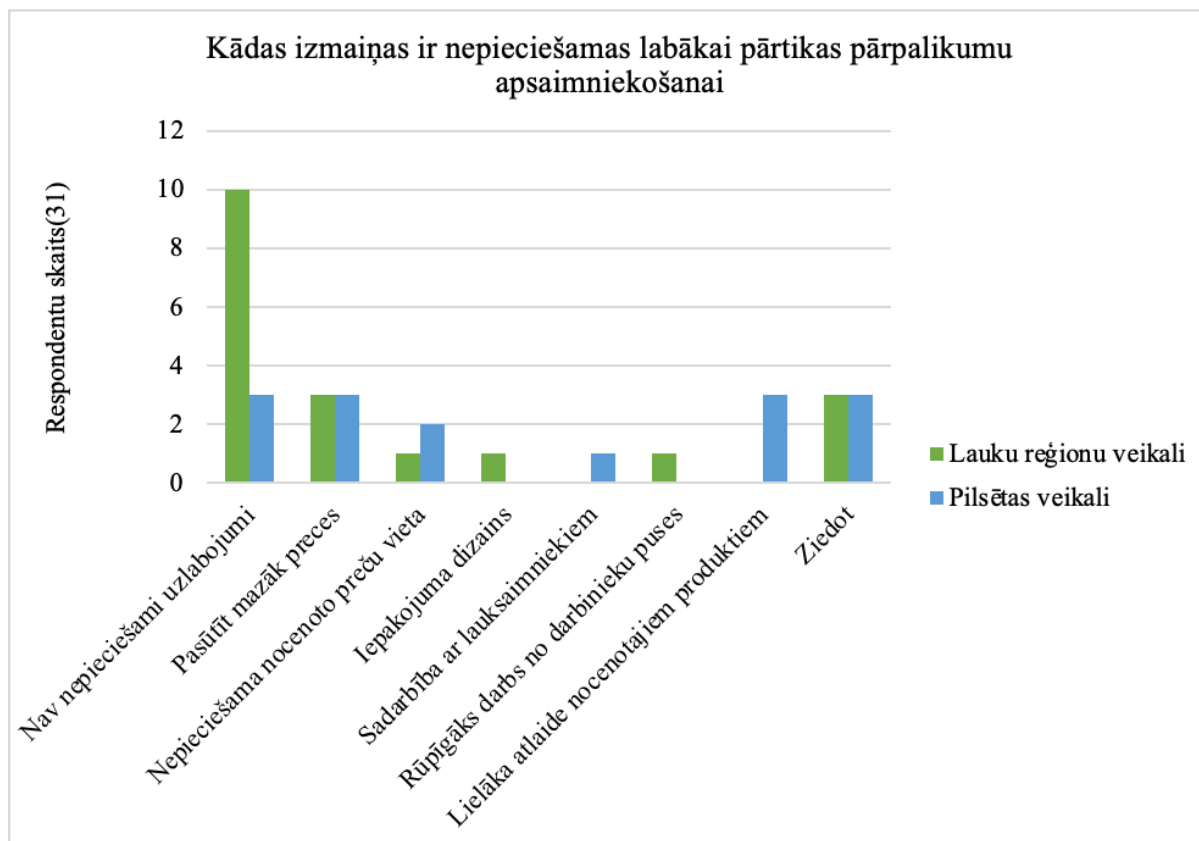
### 3.3. Dobeles un Tērvetes novadu veikalu darbinieku izpratne par pētāmo problēmu

No 31 pētījumā aptaujātā darbinieka, 26 respondenti uzskata, ka pārtikas pārpalikumu problēma Latvijā ir aktuāla vai pat ļoti aktuāla, uzsvāru liekot uz tirdzniecības un mājsaimniecības sektoriem. Kā galveno iemeslu, kāpēc PP veidojas mājsaimniecības sektorā, var minēt pārtikas produktu izmešanu, jo tos nespēj izlietot līdz derīguma termiņa beigām. Kas attiecas tieši uz tirdzniecības sektoru, tad PP problēmu var saistīt ar zemo pirkospēju vai neprognozējamo pieprasījumu. Lauku reģionos ir novērota prakse, ka iedzīvotāji brauc iepirkties uz pilsētām, kur veikalos ir plašāka produktu izvēle. Būtisks faktors, kas arī minēts pie iemesliem, kādēļ veidojas PA un PP ir nekvalitatīvas preces piegāde no tirgotājiem. Trīs respondenti uzskata, ka galvenais iemesls šai problēmai ir atkritumu apsaimniekošanas sistēmas un pārvaldības nesakārtotība. Pēc ekspertu domām pārtikas pārpalikumu problēma Latvijā ir aktuāla, tomēr mazāka problēma, kā citās, bagātākajās Eiropas valstīs, jo šeit pārpalikumu apjomi ir daudz mazāki. Daļa no ekspertiem uzskata, ka lielāka problēma tā ir tieši ēdināšanas un mājsaimniecības sektoros (Kraukle 2021; Evardsone 2021).



3.3. att. Intervēto respondentu (31) viedoklis par pārtikas pārpalikumu problēmu veikalā, kurā viņi strādā. Norādīta arī veikalu lokācija

Lielākā daļa respondentu uzskata, ka PP problēma veikalā, kurā viņi strādā, nav aktuāla (skat. 3.3 att.). Kā būtisku šo problēmu uzskata darbinieki, kuri strādā pilsētas veikalos, kas liecina par to, ka tur šis jautājums ir izteiktāks nekā mazajos reģionu veikalos. Arī deviņi no respondentiem apgalvo, ka lielāku PP problēmu var novērot lielajos pilsētas veikalos.



3.4. att. Respondentu viedokļi, par nepieciešamajām izmaiņām, lai veicinātu labāku pārtikas pārpalikumu apsaimniekošanu

Veikalu darbiniekiem un vadītājiem tika uzdots jautājums par to, vai viņiem ir kādi ieteikumi, lai veicinātu lielāku PP apsaimniekošanu un PA samazināšanu. 13 no respondentiem uzskatīja, ka viņus viss apmierina un ka nav nepieciešamība neko mainīt. Tas nozīmē, ka vairāk nekā puse no respondentiem domā, ka kaut kas būtu jāmaina, lai PP jautājums tiktu risināts vēl vairāk. Kā piemērus ierosinājumiem var minēt pasūtīto preču daudzuma samazināšanu, nocenoto preču vietas nepieciešamību un sadarbību ar lauksaimniekiem. Kā populārs viedoklis minēts arī produktu ziedošana (skat. 3.4. att.).

### **3.4. Pārtikas atkritumu novēršanas un pārpalikumi apsaimniekošanas prakse Dobeles un Tērvetes novadu veikalos**

#### **3.4.1. Personāla zināšanas un apmācības**

Visos veikalos, kuru darbinieki tika intervēti, tiek doti norādījumi, kas jāievēro, lai neveidotos PA vai PP, jo veikali ir ieinteresēti nezaudēt produkciju un ienākumus. Izplatītākā prakse (28 respondentu atbildes), kas ir jāievēro darbiniekiem, lai neveidotos zudumi, ir sekot līdzi produktu derīgumu termiņiem. Kad termiņš tuvojās beigām, šo produktu cena ir jāsamazina, lai pēc iespējas vairāk produktu izpirktu. Pieciem no respondentiem ir noteikts sekot līdzi pieprasījumam, lai varētu pasūtīt pēc iespējas precīzāku produktu skaitu, ko varētu iztirgot. Ne tik izplatīts nosacījums veikalos ir pircējiem individuāli piedāvāt nocenoto produkciju, kas veicinātu produktu izpārdošanu. No dažiem vadītājiem bija dzirdams viedoklis, ka darbinieki ir stingrāk jāapmāca, kā kārtot produktus, cik bieži sekot līdzi to termiņiem u.c. uzdevumi. Lai arī tas prasa papildu ieguldījumu no vadītāja puses, tas ir vērtīgi, jo novērojams, ka pārpalikumu paliek mazāk.

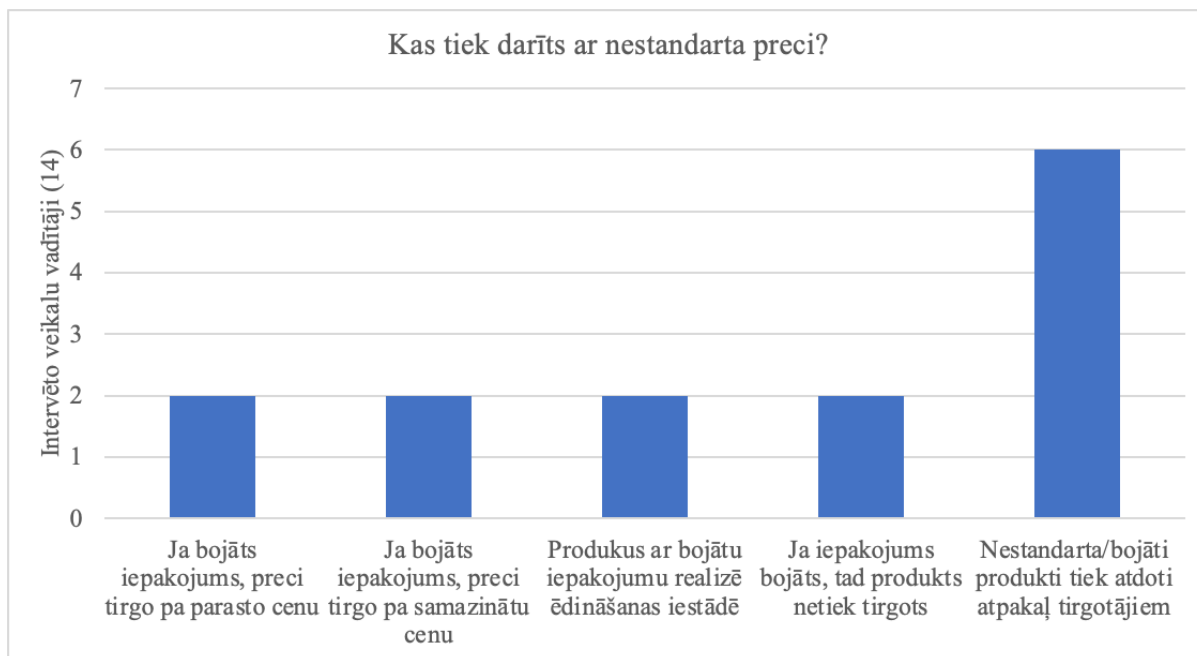
Lai arī 11 no respondentiem uzskata, ka PP problēma veikalos ir aktuāla un tā ir jārisina, reti kurš minēja, ka par šo jautājumu ir runājis ar vadītāju, jo saprot, ka no priekšniecības puses atsaucība nav gaidāma. Viens no respondentiem, atbildot uz autores jautājumu, vai kolektīvā savā starpā runā par šo problēmu, atbilde bija noraidoša, sakot, ka pārsvarā darbiniekiem neinteresē šādi jautājumi, viņi dara to, ko liek, un par to saņem atalgojumu.

Darba izstrādes laikā novērots, ka dažos veikalos ir izstrādāts shematiski organizēts darbs, kas palīdz apsaimniekot preces tā, lai pēc iespējas mazāk produktu paliktu pāri. Divi no respondentiem minēja, ka šādas sistēmas izveidei bija nepieciešams ilgs laiks, lai saprastu visas nianšes un integrētu novērojumus praksē. Šo respondentu minētais liecina, ka tirdzniecības iestādēm vajag izstrādāt vadlīnijas vai plānu, lai darbiniekiem uzreiz būtu skaidrs, kā rīkoties ar produkciju.

#### **3.4.2. Nestandarta iepakojums, produkti**

Uzdodot respondentiem jautājumu, vai viņi veikalā tirgo nestandarta precī, varēja nojaust, ka liela daļa saprot, ka ar šādu terminu tiek apzīmēta prece, kas ir nekvalitatīva, tāda, ko nemaz nevar tirgot. Lielākā daļa vadītāju uzsvēra, ja atvestais produkts nav kvalitatīvs vai neatbilst standartiem, uzreiz to atgriež tirgotājiem, jo zina, ka precī neizpirks

pirms tā sabojājas. Arī no pircēju puses ir jaušams, ka šādi produkti primāri netiek pirkti. Bet ne visi veikalu vadītāji atgriež precī atpakaļ (skat. 3.5. att.).



3.5. att. Veikalu vadītāju rīcības attiecībā uz produktiem ar nestandarta iepakojumu

Veicot veikalu apsekojumu, varēja novērot, ka respondentu apgalvojums daļēji sakrīt ar redzēto. Vienā no tiem produkti ar bojātu iepakojumu tiek ielikti papildu iepakojumā (plastmasas maisiņā) un tirgoti par zemāku cenu (skat. 3.6. att.) Kas attiecas uz augļiem un dārzeņiem, tad no 22 apsekotajiem veikaliem septiņi tirgo tādus, kuri vizuāli neizskatās pievilcīgi, bet ir lietojami uzturā, piemēram, banānus (skat. 3.7.att.). Tai pat laikā vairumā no apskatītajiem veikaliem šāda veida produktus nevarēja novērot, bija redzama standartiem un pieprasījumam atbilstošu produktu tirgošana.

Var novērot, ka pētāmajos novados ir veikali, kas noteikuši standartus un nepārdos produktus, kas ir vizuāli nepievilcīgi vai ar manāmiem defektiem. Pēc autores domām, tas ir attiecināms uz veikalu noteiktajiem standartiem un nevēlēšanos pārdot “neglītus” produktus, lai neietekmētu savu prestižu. Svarīgi atzīmēt arī to, ka liela daļa no augļiem un dārzeņiem jau tiek atvesti nekvalitatīvi, un veikali no tiem atsakās.



3.6. att. Produkts ar bojātu iepakojumu, kas tiek tirgots par samazinātu cenu



3.7. att. Banāni, kuri vizuāli neizskatās pievilcīgi, bet tiek tirgoti

Augļi un dārzeņi ir pieskaitāmi pie tiem produktiem, kas bojājas salīdzinoši ātrāk, tāpēc tie bieži kļūst par PA. Viens no faktoriem, kas to ietekmē, ir tirgotāju atvestie nesvaigie, jau bojātie produkti, bet pēc veikalu apsekojumiem var spriest, ka tam var būt vēl kāds cits pamatojums. Proti, no 22 apsekotajiem veikaliem tikai septiņos augļi un dārzeņi tiek turēti aukstumskapjos, kas tos var saglabāt ilgāk svaigus, lai gan pēc Regulas (EK) Nr. 852/2004 par pārtikas produktu higiēnu šāda tipa produktiem nevajag uzturēt aukstuma ķēdi, jo tos var droši glabāt un turēt apkārtējās vides temperatūrā (Eiropas Savienības Oficiālais Vēstnesis 2004), tomēr šāda vide varētu paildzināt minēto produktu svaigumu.

### 3.4.3. Patērētāju paradumi

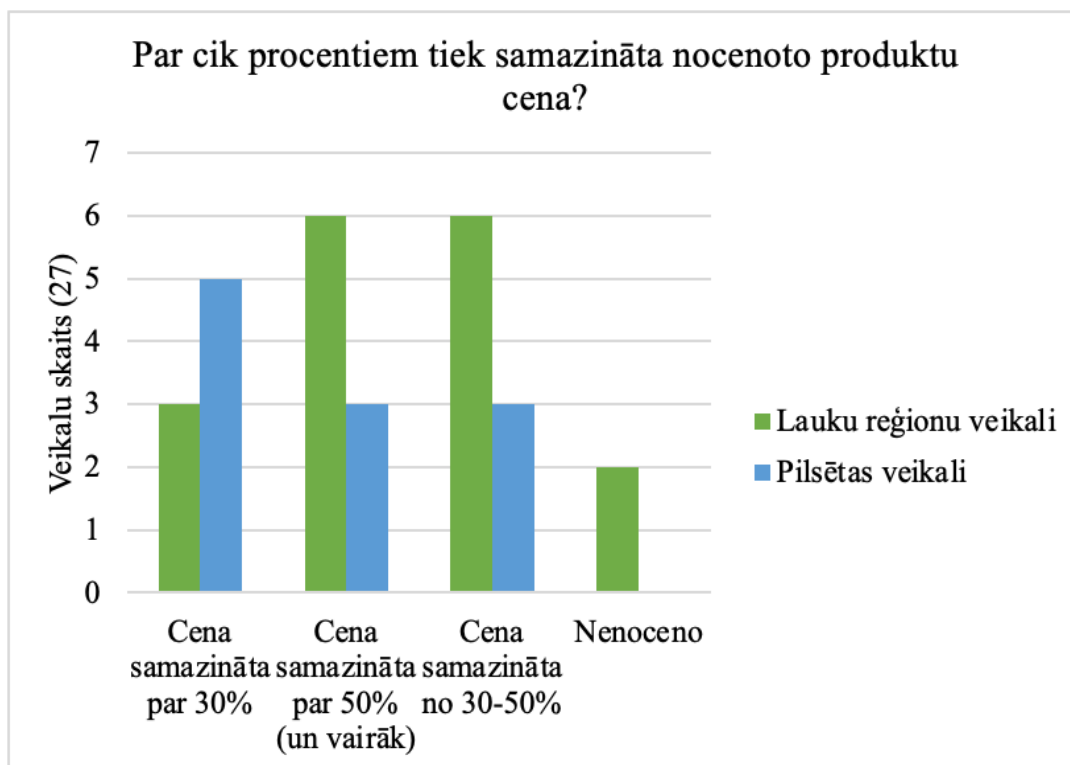
No 20 veikalu darbiniekiem/vadītājiem, kuriem tika uzdots jautājums, vai viņi ir novērojuši pircēju ieinteresētību pirkt produktus ar ilgāku termiņu, lielākā daļa (14 respondenti) atbildēja, ka tas ir izteikti novērojams, pieminot to, ka patērētāji paliek izglītotāki un saprot, kā produkti tiek novietoti plauktos. Pārējie respondenti minēja, ka var novērot dažādību patērētāju vidū – ir pircēji, kuri meklē ilgākos termiņus, ir tādi, kuri ņem to, kas pirmais stāv plauktā. Viens no respondentiem bija īpaši izbrīnīts par cilvēku izpratni par derīguma termiņiem, minot to, ka daudzi pircēji uzskata, ja derīguma termiņš ir beidzies, tad produkts vairs nav derīgs un tas ir jāmet ārā, pat ja uzturā lietot to var. Šajā kontekstā

minēta mediju ietekme, ko varētu uzskatīt par vienu no galvenajiem iemesliem, kāpēc cilvēki tā rīkojas. Arī AAVP sabiedrības informētībai par derīgumu termiņu nozīmi tiek likts liels akcents, jo Latvija ir viena no ES valstīm, kuras iedzīvotāji mazāk saprot termina “ieteicams līdz...” nozīmi. Ja daļa no Eiropas iedzīvotājiem saprot, ka produktus, kuru termiņš “ieteicams līdz...” ir beidzies, drīkst lietot uzturā, tad Latvijā pārsvarā iedzīvotāji uzskata, ka šos produktus nevajadzētu lietot (Par atkritumu apsaimniekošanas ... 2021). Patērētāju attieksme ir viens no tiem aspektiem, kuru paradumu maiņai ir nepieciešams laiks, tāpēc svarīgi ir vērst cilvēku uzmanību uz pārtikas patēriņu pēc iespējas ātrāk. Piemēram, Zviedrijā, kur par to rūpējas jau skolās, izglītojot bērnu par ēdiena efektīvu izmantošanu, un valsts līmenī tiek veidotas sadarbības ar kompānijām, kurām pieder lielveikalu ķēdes, tādējādi risinot sabiedrības izglītošanas jautājumu ar iesaistīto pušu palīdzību (Priekule 2021).

#### **3.4.4. Cenu stratēģija veikalos**

Pārsvarā visos no pētījumā aplūkotajiem veikalos notiek cenu samazinājums precēm, kuru termiņš drīz beigsies jeb tā saucamā preces nocenošana. Lielākā daļa no darbiniekiem uzskata, ka tā ir efektīva metode, lai notirgotu šāda tipa produktus. Jāmin, ka cenu samazinājums veikalos atšķiras, piemēram, astoņos no apsekotajiem veikalos produktus noceno uzreiz par 50%, norādot, ka tas ir visefektīvākais variants, jo patērētājiem ir būtiski redzēt atšķirību cenā. Dažos veikalos ir izstrādāta prakse, ka sākotnēji produktu cenu samazina par 30%, bet, ja tas nav efektīvi, tad atlaidi palielina līdz 50%, uzsverot, ka galvenais ir pārdot produktu, pat ja veikalam tas nav izdevīgi.

Astoņu veikalu respondenti norāda, ka nesamazina cenu vairāk par 30%, kas ir pašizmaksas cena, un šī robeža netiek pārkāpta, kā attaisnojumu minot divus variantus – tas rada veikalam zaudējumus un kopumā nav izdevīgi (skat. 3.8. att.). Svarīgi akcentēt, ka abi veikali, kuru pārstāvji uzsvēra, ka nesamazina preces cenu vairāk par 30%, jo tas būs zaudējums veikalam, izmet produktus, kas netiek pārdoti ne patērētājiem, ne darbiniekiem. Autore šajā rīcībā saskata pretrunu, jo arī produktu izmešana veikalam rada zaudējumus.



3.8. att. Cenu samazinājums nocenotajiem produktiem Dobeles un Tērvetes novados

Pēc respondentu minētā svarīgi uzsvērt arī to, cik ātri produkti tiek nocenoti, ko ietekmē dažādi apstākļi. Piemēram, ja preces ir daudz un to termiņš beigsies pēc noteikta laika, tad izdevīgi produktus nocenot jau dažas nedēļas pirms, lai veicinātu šo produktu izpārdošanu. Dažu veikalu vidū novērots, ka produkti ar derīguma termiņu “ieteicams līdz...” tiek nocenoti jau dažas nedēļas pirms, bet produkti ar “izlietot līdz...” termiņu, tiek nocenoti dažas dienas pirms. Izplatītākā prakse ir nocenot produktus dienu vai dažas dienas pirms derīguma termiņa beigām, lai pēc iespējas ilgāk produktu var pārdod par veikalam izdevīgāko cenu.

Veicot novērojumus klātienē, respondentu teiktais sakrīt ar redzēto, visos apsekotajos veikalos veikts cenu samazinājums, attiecīgi norādīto procentu kategorijās.

Lielu lomu cenu stratēģijā spēlē akcijas, kas cilvēkus piesaista ar izdevīgiem piedāvājumiem, tādējādi veicinot pirkt vairāk nekā vajadzīgs. No 22 tirdzniecības vietām izteikts akciju piedāvājums bija manāms pilsētās, kur no 11 apsekotajiem veikaliem, piecos bija novērojami dažāda veida cenu samazinājumi vai izdevīgi piedāvājumi. Viens no veidiem bija vērsts tieši uz preces gabala cenu – “pērkot 3 preces, par vienu maksā ...EUR”, blakus norādot dārgāku cenu, ja attiecīgo produktu pērk tikai vienu. Citos veikalos bija redzama akcija “pērc 2 maksā, par vienu cenu”. Tāpat veikalos varēja novērot attiecīga

procentu atlaidi noteiktām produktu grupām, konkrētā laika posmā, ar to pievēršot pircēju uzmanību. Arī Zviedrijā šādu atlaižu kults ir populārs, tomēr pēdējā laikā tas tiek ierobežots un praktizēts arvien mazāk, lai veicinātu to, ka patērētājs pērk tik, cik nepieciešams (Priekule 2021).

### **3.4.5. Pasūtījumu prognozēšana**

Viens no galvenajiem iemesliem, kāpēc veidojas PP un PA, ir grūtības paredzēt pirktspēju, tāpēc ir sarežģīti veikt pasūtījumus un precīzi aprēķināt, cik daudz preces nopirks, ir gandrīz neiespējami. Kā pauda viens no respondentiem: “Ja vienu reizi tiek pasūtīts konkrēts produkts, un cilvēki to izpērk ļoti ātri, tad nākamo reizi pasūtot šo produktu vairāk, tas netiek izpirkts, jo pircējiem tas vairs nav aktuāli”. Veikaliem šī ir būtiska problēma, tāpēc to mēģina risināt dažādos veidos. Divos aptaujātajos veikalos pasūtījumus veic un tos pēc konkrētiem parametriem aprēķina datorizēta sistēma. Arī veikalu tīkla “Maxima” pārstāve Liene Dupate – Ugale min, ka tirdzniecības vietās pārsvarā produktu pasūtīšana notiek elektroniski, ar sistēmas palīdzību. Tiek uzskatīts, ka šī sistēma ir precīzāka, kas var paredzēt cilvēku paradumus, algoritmiski skatoties uz to, kā produkti ir pirkti vēsturiski (Dupate – Ugule 2021). Sešos no veikaliem produkti tiek pasūtīti regulāri, pat vairākas reizes nedēļā, kas atvieglo plānošanu un prognozēšanu. Vadītājiem ir viegli orientēties preču sortimentā un sekot līdzi produktu noietam. Citos lauku reģionu veikalos darbinieki jau pazīst pircējus un zina aptuvenos to paradumus, tāpēc prognozēšana nesagādā tik lielas problēmas. Dažos veikalos darbinieki, apjautājot patērētājus, noskaidro to vēlmes un pasūta tiem nepieciešamo preču daudzumu. Būtiska loma pasūtīšanas praksē ir komunikācijai, jo lauku reģionu veikalu darbinieki var apjautāties, kas pietrūkst, ko vajadzētu vairāk vai tieši mazāk. Šādu priekšrocību var novērot mazos veikalos, kur darbiniekam ir iespēja ar pircēju komunicēt individuāli. Trīs no respondentiem atzina, ka labāk pasūta mazāk produktu un tie paliek pāri, nevis pasūta par daudz un tos nav iespējams realizēt. Šādu praksi var piekopt, bet tas var ietekmēt veikala prestižu, jo patērētājs ir pieradis pie izvēles un tukši veikalu plaukti var mulsināt.

### **3.4.6. Noliktavas organizēšana un preču izkārtojums veikalā**

No 19 veikalu vadītājiem 11 minēja, ka veikala noliktavā ir izstrādāta sistēma, kas ļauj pārvaldīt produktu daudzumu un izkārtojumu. Būtiskākais parametrs, kas tiek ievērots noliktavas darbībā, ir sekot līdzi produktu derīguma termiņiem un pēc sistēmas “pirmais

iekšā, pirmais ārā” produkti tiek izkārtoti plauktos. Pēc pētījumā apskatīto veikalu lieluma, var apgalvot, ka noliktavas nav lielas, ko arī daži no respondentiem atzina, un šis faktors vēl vairāk veicina noliktavu sistemātisku pārvaldību. Četros no veikaliem noliktavu neesot, produkti tiek uzreiz izvietoti veikalos, vai arī noliktavas ir tik mazas, ka tur stāv tikai produkti ar ilgu derīguma termiņu. Šāda prakse ir efektīva, jo veikalu plauktos viss ir pārredzamāks un tiek sekots līdz derīguma termiņiem, tādējādi produkti regulāri tiek apsekoti.

Visiem respondentiem veikalos ir jākārto produkti plauktos pēc tāda paša principa kā noliktavā – “pirmais iekšā, pirmais ārā”. Viens no lielveikalu vadītājiem minēja, ka veikalā tiek pieņemta prakse likt klāt produktus ar garāku termiņu tikai tad, kad tiek iztirgota lielākā daļa produktu, kuriem ir īsāki termiņi. Šāds produktu izkārtšanas veids būtu efektīvs, ja tāpēc neveidotos uzkrājums noliktavās, jo daļa veikalu pasūtītos produktus uzreiz liek plauktos. Šis piemērs būtu efektīvs, ja skatās no patērētāju paradumu puses, jo liela daļa no pircējiem izvēlas produktus ar ilgāku termiņu. Ja viņiem šāda izvēle nebūtu dota, tad, visticamāk, pircēji izvēlētos no tā, kas ir pieejams.

Nocenoto preču stends ir veids, kā piesaistīt pircēju uzmanību produktiem, kuru termiņš drīz beigsies, akcentējot tos. Veikalos novērotais sakrīt ar respondentu minēto – lielākajā daļā veikalu ir izveidoti šādi stendi vai atsevišķas vietas veikala telpās, kur novietoti attiecīgie produkti. Lielākajā daļā veikalu nocenotās preces tiek izceltas ne tikai ar cenu zīmēm (skat. 3.9. att.), bet novietojumu veikalā. Produkti, kuriem nav noteiktas konkrētas prasības to uzglabāšanai, tiek novietoti vietās, kas ir vispamanāmākās, piemēram, pie kases. Preces, kuras nepieciešams turēt aukstuma vitrīnās, tiek izceltas citādāk – lielākos veikalos ir atsevišķi plaukti, kur tiek norādīts, ka tie ir produkti ar pazeminātu cenu, bet mazākos veikalos ir izveidotas atsevišķas kastītes vai nodalījumi, kur ar izceltu uzrakstu tiek vērsta pircēju uzmanība par nocenotu produktu. Trīs no respondentiem minēja, ka veikalos nav nocenoto produktu plaukts, bet preces ar pazeminātu cenu tiek liktas kopā ar pārējiem produktiem. Viens no veikala darbiniekiem uzskata, ka tas tiek darīts ar nodomu, jo



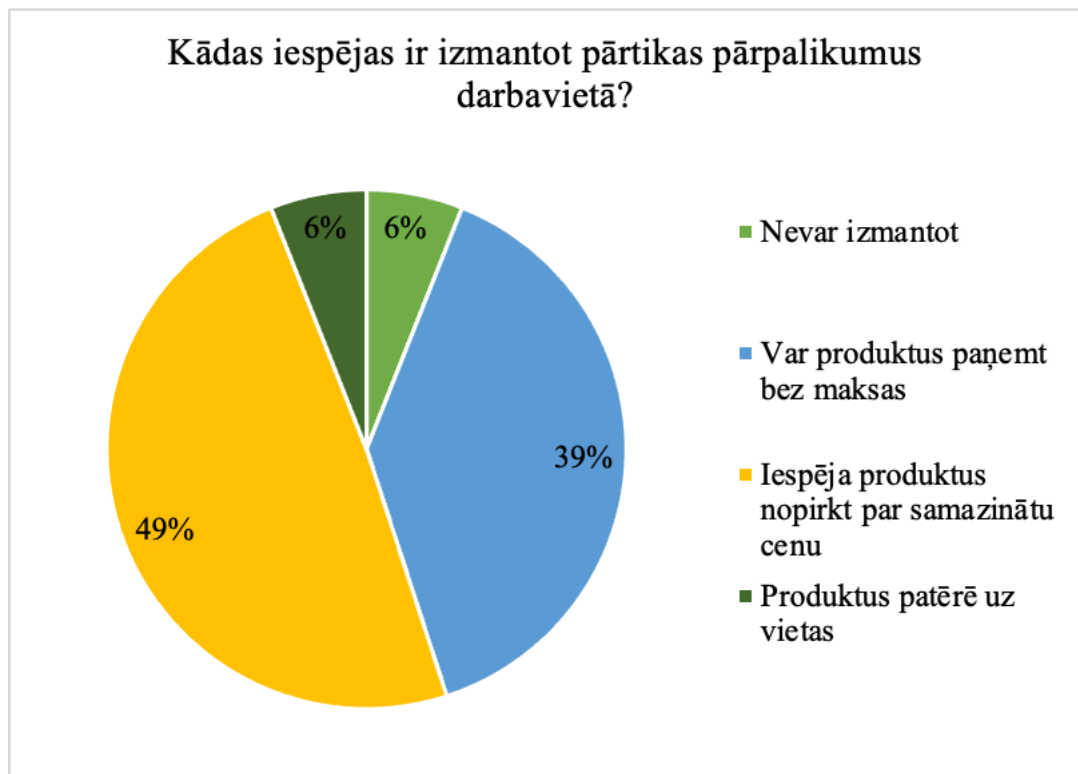
3.9. att. Cenu samazinājums pēdējā dienā pirms derīguma termiņa beigām. Cenas atlaide nepārsniedz 30% sliekšni

uzņēmums nevēlas sabojāt prestižu, uzskatot, ka atsevišķs plaukts nocenotajiem produktiem piesaista nevēlamus apmeklētājus. Cits vadītājs minēja tieši pretēju iemeslu šādai rīcībai, kas saistāma ar to, lai indivīdu vidū, kuri grib nopirkt šādus produktus, neradītu diskomfortu citu priekšā, kas liktu justies nekomfortabli vai nenorādītu uz konkrēta pircēja statusu, problēmām vai pirktspēju.

### 3.5. Pārtikas pārpalikumu apsaimniekošana Tērvetes un Dobeles novados

#### 3.5.1. Pārtikas pārpalikumu izmantošana

Viens no veidiem, kā veicināt PP apsaimniekošanu veikalos, lai primāri tie tiktu patērēti cilvēku uzturā, ir tos atdot vai pārdot darbiniekiem. Divos veikalos šāda opcija neeksistē, bet 13 veikalos darbinieki drīkst produktus paņemt mājās bez maksas. Kā minēja viena no lauku reģiona veikalu vadītājām: “Labāk, lai darbinieks paņem mājās, nekā jāmet ārā”. 16 veikalos darbiniekiem ir iespēja PP nopirkt par samazinātu cenu, kāda tika piedāvāta patērētājiem. Divos veikalos produktus, kuru minimālais derīguma termiņš ir beidzies, var patērēt uz vietas, darbinieku vajadzībām (skat. 3.10. att.). Viens no respondentiem minēja, ka agrāk tika pieņemta prakse darbiniekiem atvēlēt vairāk produktus, ko patērēt darba vidē, bet pēc tam, kad darbinieki sāka izmantot šo priekšrocību savā labā, tas tika ierobežots.



3.10. att. Pētījumā iekļauto veikalu darbinieku iespējas izmantot pārtikas pārpalikumus darbavietā

Četros no veikaliem paralēli tirdzniecības sektoram pieder arī ēdināšanas uzņēmums un PP problēma tiek risināta laicīgi. Ja prognozē, ka produkts netiks izpirkts vai ir palikušas pāris dienas līdz derīguma termiņa beigām, tad šie produkti tiek realizēti ēdināšanas iestādē. Trīs no respondentiem min, ka tas ir lielisks veids, kā apsaimniekot produktus, lai par tiem nevajadzētu domāt, kad termiņš jau ir iztecējis. Šis ir vēl viens no veidiem, kā apsaimn iekot produkciju, lai neveidotos PP.

### 3.5.2. Produktu ziedošana

Atbildot uz autores jautājumu, vai veikals sadarbojas ar kādu labdarības organizāciju un vai nodod ziedojumos produktus, kuru derīguma termiņš “ieteicams līdz...” ir beidzies galapatērētājiem, tikai viens no respondentiem atbildēja apstiprinoši, tomēr produkti, kuri tiek nodoti, vēl iekļaujas termiņā, kas nozīmē, ka neviens no veikaliem neziedo labdarībai produktus, kuru minimālais derīguma termiņš ir beidzies. Tāpat neviens no respondentiem pētāmajā reģionā nenodod šādus produktus tieši galapatērētājam. Pēc respondentu atbildēm var spriest, ka pētāmajos reģionu veikalos pārtikas ziedošana nav izplatīta, bet uzklusot “pārtikas bankas” “Paēdušai Latvijai” vadītājas Agitas Kraukles viedokli, pārtikas ziedošana nav aktuāla Latvijā kopumā, jo divu gadu laikā, kopš ir ieviesti MK noteikumi

Nr.514, tikai divas veikalu ķēdes ziedo produktus (ne tikai tos produktus, kuru termiņš “ieteicams līdz...” ir beidzies), un skaitlis šajā laikā nav būtiski mainījies (Kraukle 2021).

Liela daļa no veikaliem Latvijā iespēju ziedot pārtikas pārpalikumus izmanto maz, atsaucoties uz to, ka veikali plāno pieprasījumu un noceno preces, tādējādi izvairoties no pārtikas pārpalikumu veidošanās (Petrova 2019). Veikalu ķēde “Maxima” visaktīvāk parāda savu iesaisti pārtikas ziedošanā. Kopš pieņemts likums par iespēju ziedot pārtikas preces pēc minimālā derīguma termiņa beigām, veikalu tīkls ir ziedojis 80 tūkstošus pārtikas preču vienības, kas veido tikai 0,01% no kopējā pārdotā pārtikas produktu apjoma. Jāatzīmē, ka šāda veida pakalpojumu nenodrošina visi veikali, kas ir bāzēti Latvijā, bet gan tikai 15 “Maxima” veikali ziedo produktus (“Maxima” mazina pārtikas pārpalikumus ... 2020). Veikalu ķēdes “Rimi Latvia” mājaslapā norādīts, ka jau pirms MK noteikumu Nr.514 pieņemšanas vairāku gadu garumā “pārtikas bankai” ziedo produktus ar ilgu lietošanas termiņu. 2020. gadā šādus produktus ziedoja gandrīz 4000 trūkumā nonākušiem cilvēkiem. Lai gan likums par produktu, kuru termiņš “ieteicams līdz”, ziedošanu tika pieņemts 2019. gadā, tikai ar 2021. gada janvāri “Rimi Latvia” ir apņēmusies šāda tipa produktus ziedot labdarībai (“Ieteicams līdz” pārtikas ziedošana ... 2021). Veikalu tīkls “Elvi”, kas darbojas pēc franšīzes principa, nav pret produktu ziedošanu, tomēr uzskata, ka cilvēki, kuri ir nonākuši grūtībās, ir pelnījuši saņemt kvalitatīvus produktus ar ilgu derīguma termiņu, ko uzturā var lietot droši, uzsverot, ka veikali nedrīkst kļūt par vietu, kas piedāvā cilvēkiem apšaubāmas kvalitātes produktus. Tomēr atzīst, ka iespēju robežās tiek ziedoti arī produkti, kuru minimālais derīguma termiņš ir beidzies (Petrova 2019; LETA 2019).

Pēc pirmajām intervijām autore saprata, ka lauku reģionu veikali nesadarbojas ar labdarības organizācijām, tāpēc jautājums tika papildināts ar piebildi, vai nākotnē gribētu sadarboties ar kādu no organizācijām. 14 respondenti atbildēja, ka labprāt to darītu, bet četri no viņiem minēja, ka nebūtu daudz ko ziedot. Tikpat respondentu minēja, ka to darītu, ja kāds izrādītu interesi un uzrunātu veikalu. Respondenti, kuri būtu gatavi ziedot produktus, atzīmēja, ka tad viņiem būtu nepieciešama papildu vieta noliktavā un darbaspēks, kas varētu apgrūtināt ziedošanu. Divi no respondentiem šo minēja kā iemeslu, kāpēc nepiekrīstu ziedot. Arī “Maxima” pārstāve minēja, ka, pēc viņas domām, tieši papildu resursi no veikalu puses ir viens no iemesliem, kāpēc tirdzniecības vietas nevēlas piedalīties produktu ziedošanā, jo arī “Maxima” tīklam tas prasa gan finansiālo, gan darbaspēku resursu, bet viņiem tas ir iestrādāts uzņēmuma politikā, tāpēc tas nesagādā apgrūtinājumu (Dupate – Ugule 2021). Kā eksperte Agnese Priekule minēja, ka arī Zviedrijā šī ir problēma, bet, skatoties tieši no ziedojumu saņēmēju puses, ir grūti sadarboties ar veikalu tīkliem, ja nav atbildīgo, kuri

varētu palīdzēt. Ir veikalu ķēdes, kas ir atsaucīgas, bet tur ar šiem jautājumiem tiek galā veikala menedžeris, tam nav īpašu amatu (Priekule 2021).

Kā minēts 3.1.1. apakšnodaļā šobrīd normatīvie akti ir pretimnākoši ziedošanas jautājumā Latvijā, bet var novērot, ka tas nav galvenais iemesls, kas ietekmē pārtikas ziedošanu. Galvenie iemesli, kāpēc veikali nepiekrīstu ziedot, ir produktu summa, kas netiktu atgriezta vai daļēji segta, un kas rezultējas zaudējumos. Produktiem, kuri tiek ziedoti pēc minimālā derīguma termiņa beigām, nav finansiāli atvieglojumi, tie tiek “norakstīti” un atdoti labdarības organizācijām, veikals no tā neiegūst neko. Citi nosacījumi ir, ja tiek ziedota pārtika, kura iekļaujas termiņā. Šīm precēm, balstoties arī uz AAVP pieejamo informāciju, tiek piemērots uzņēmuma ienākuma nodokļa atvieglojums (Dupate– Ugule 2021; Par Atkritumu... 2021).

Pēc ZM pārstāves Guntas Evardsones teiktā ir grūti saprast, kāpēc veikali nevēlas piedalīties šādā projektā. Viņa arī nevar to pamatot, jo no Latvijas tirgotāju asociācijas prezidenta puses nav sniegtas atbildes uz šo jautājumu (Evardsons 2021). Iemesli var būt dažādi, piemēram, labdarības organizācijām reģionos ir ierobežota kapacitāte un veikaliem nav intereses veidot sadarbību vai pat nav iespēju to veidot, jo organizācijām nav pietiekamu resursu. Ļoti svarīgs ir arī reputācijas jautājums, sevišķi, ja veikaliem ir bijusi slikta pieredze saistībā ar ziedotiem produktiem. Liela problēma ir tā, ka daļa no veikaliem ir franšīzes tipa un tādējādi ir jāuzrunā katra veikala vadītājs atsevišķi, nevar uzrunāt konkrētu veikalu tīklu, kas atvieglotu procesu. Jūtami arī sabiedrības aizspriedumi attiecībā uz šādu akciju realizēšanu, kā arī papildus slodze darbiniekiem (Kraukle 2021). Arī Zviedrijā var novērot, ka tirdzniecības vietas nav ieinteresētas ziedot PP, tur veikali vairāk nodarbojas ar “green washing” , lai sabiedrības priekšā demonstrētu labu praksi, veidojot daudz reklāmu kampaņu par to kā samazināt PP un PA, bet realitātē tas netiek īstenots. Galvenā problēma, ko var minēt Zviedrijas piemērā ir tā, ka veikalu vadītāji nevēlas algot papildu darbaspēku, kas ar to nodarbotos, jo tas izmaksā dārgi (Priekule 2021).

Kā minēja “pārtikas bankas” pārstāve, viņiem ir sadarbība ar vairāk nekā 40 reģionālajām labdarības organizācijām visā Latvijā (t.sk. arī Dobelē), uz kuriem no Rīgas tiek vestas pārtikas pakas. Jāpiemin, ka pakās neietilpst produkti, kuri ziedoti pēc derīguma termiņa “ieteicams līdz...” beigām. A. Kraukle atzīst, ka būtu izdevīgāk, ja reģionu labdarības organizācijas varētu iesaistīties un saņemt ziedojumus, bet tur šo PP nav tik daudz, lai tērētu resursus produktu savākšanai, citreiz arī organizāciju kapacitāte nav tik liela, lai varētu nodrošināt produktu savākšanu (Kraukle 2021). Tai pat laikā “Maxima” pārstāve minēja, ka veikalu tīkls ir gatavs sadarboties ar organizācijām jebkurā reģionā, kur

atrodas viņu veikali. Tomēr viss ir atkarīgs no labdarības organizācijām, jo citos reģionos tās nav tik aktīvas, kā arī nav reģistrētas PVD, tāpat ir jāskatās arī apjomi, kas paliek pāri veikalā, lai saprastu, vai ir vērts veidot sadarbību (Dupate –Ugule 2021).

Tā kā labdarības organizācijām nav izdevīgi savākt PP, jo to lauku reģionos ir pārāk maz, tad ziedošana tieši galapatērētājam ir ideāls veids, kā apsaimniekot šos mazos daudzumus. Bet pēc Lienes Dupates – Ugules teiktā vēl nav īsti skaidrs un saprotams, kā izdevīgāk šos produktus izsniegt galapatērētājam, jo ir dažādi faktori, kas jāpārdomā ieviešot sistēmu, kas varētu strādāt (Dupate – Ugule 2021). Arī viens no respondentiem minēja, ka vajadzētu izvērtēt šāda veida ziedošanu galapatērētājiem, jo ar laiku cilvēki varētu pieprasīt vairāk, arī produktus, kas neattiektos uz ziedošanu. Viena vadītāja arī skeptiski skatās uz to, ka produktus pēc minimālā derīguma termiņa “ieteicams līdz...” drīkst atdot galapatērētājam, minot, ka sabiedrība tam vēl nav gatava un to varētu izmantot, lai nopelnītu. Ne tikai Latvijā šāda prakse ir izplatīta, arī Zviedrijā tiek novēroti gadījumi, kad no kopienas skapjiem paņemtā pārtika tiek tirgota tālāk. Kā uzskata Agnese Priekule, no šādām situācijām nevar izvairīties, ir jāpieņem fakts, ka vienmēr būs cilvēki, kuri nerīkosies ētiski vai mēģinās nopelnīt, bet tam nevajadzētu būt galvenajam iemeslam, lai nevēlētos palīdzēt tiem, kam tas ir nepieciešams (Priekule 2021). Lielākā daļa no ekspertiem uzskata, ka par ziedošanas tēmu ir jārunā, tā ir jāpopularizē arī sabiedrības vidū, lai beigtos aizspriedumi par to, ka tiek ziedoti veci produkti, ja to termiņš “ieteicams līdz...” ir beidzies, ar sabiedrību ir jākomunicē caur stāstiem, pieredzi. AAVP ir norādīti vairāki rīcību virzieni, kas veicina sabiedrības informētību par ziedošanu un derīguma termiņu izpratni (Par Atkritumu apsaimniekošanas... 2021).

Respondentiem tika uzdots jautājums, vai tiek ziedoti produkti, kuru termiņš “izlietot līdz...” drīz beigsies, uz kuru visi respondenti atbildēja negatīvi. Veikalos netiek piekopta šāda prakse, viens no respondentiem minēja, ka veikals ir par mazu, lai to darītu, attiecīgi produktu nav tika daudz, lai būtu izdevīgi ziedot. “Maxima” pārstāve norādīja, ka īpašie uzglabāšanas apstākļi, kas nepieciešami šiem produktiem, ir galvenais iemesls, kāpēc tie netiek ziedoti, lai izvairītos no riska, ka produkti varētu tikt bojāti, tos nepareizi pārvadājot (Dupate–Ugule 2021).

Pēc apkopotās informācijas spriežot, novados ir cilvēki, kam palīdzība būtu nepieciešama, bet veikali un labdarības organizācijas nav ieinteresētas šajā procesā. No organizāciju puses tā ir kapacitāte un iespējami mazais PP daudzums. No tirdzniecības vietu puses tas ir papildu darbaspēks, reputācija attiecībā uz produktu kvalitāti (sabiedrības viedoklis), kas tiek ziedoti un pulcēšanās veikalos telpās – nav izstrādāta sistēma, kā būtu

ērtāk un kvalitatīvāk pārvaldīt nodošanu tieši galapatērētājam. Citos veikalos PP nerodas tik daudz, lai tos atdotu organizācijām vai pat galapatērētājam. Šie ir iemesli, kādi ir veidojušies izstrādājot pētījumu. Sazinoties ar ZM pārstāvi, uz šo jautājumu nevarēja gūt atbildi, jo no Latvijas tirdzniecības asociācijas vadītāja puses nav sniegtas atbildes par to, kādi ir galvenie iemesli, kāpēc tirdzniecības iestādes neiesaistītās pārpalikumu ziedošanā. Kā vienu no iemesliem var minēt arī sabiedrības izpratnes trūkumu par ziedošanu un produktu kvalitāti pēc minimālā derīguma termiņa “ieteicams līdz...” beigām.

### **3.6. Pandēmijas ietekme pārtikas pārpalikumu apsaimniekošanā, aprites ekonomikas iezīmes**

Pētījuma ietvaros tika aplūkota COVID–19 ietekme uz PP un PA daudzumu palielināšanos tirdzniecības vietās. No 16 aptaujātajiem respondentiem 11 atzina, ka pandēmija nav ietekmējusi pārpalikumu un atkritumu daudzumu, četri no respondentiem minēja, ka pirmajā pandēmijas vilnī (2020. gada martā) bija izteikti jūtams, ka produktu paliek pāri vairāk. Tie norādīja, ka nav bijis iespējams aprēķināt, cik daudz produktu nepieciešams, un nav zināms, kādas preces patērētājiem būs aktuālas, bet ar laiku veikali pielāgojās arī pie šiem apstākļiem. Viens respondents novēroja, ka pārpalikumi tieši šajā laikā samazinoties. Seši no veikaliem pandēmijas laikā pasūtīja mazāk produktus, novērojot mazāku veikalu apmeklējumu, tāpat jūtami samazinājās patērētāju pirktspēja. Četri no respondentiem nemanīja izmaiņas pasūtījumu daudzumā, bet septiņi respondenti no lauku reģionu veikaliem atzina, ka COVID–19 pirmajā vilnī varēja novērot iedzīvotāju iepirkšanos vietējos veikalos, tie retāk devās iepirkties uz pilsētām.

Pētījuma ietvaros autore saskārās ar apgalvojumu, ka PA un PP problēma tirdzniecības sektoros nav tik izteikta kā mājāsaimniecībās. Kā apgalvoja “pārtikas bankas” pārstāve: “Sabiedrība dzīvo stereotipos, ka visvairāk atkritumus izmet ražotāji un tirdzniecības vietas, bet visvairāk to dara mājāsaimniecības. Vairums sabiedrības pērk par daudz un beigās, beidzoties termiņam, preces tiek izmestas. Tirdzniecības vietas nav ieinteresētas, ka kaut kas paliek pāri, tāpēc viss tiek saplānots”. Eksperte Agnese Priekule minēja, ka arī Zviedrijā tiek akcentēts tas, ka PA un PP problēma vairāk tiek novelta uz patērētājiem, minot, ka tas ir loģiski, jo viss, kas saistīts ar produktu (pats produkts, tā dizains, reklāma) tiek radīts tā, lai tas nonāktu patērētāja rokās. Viss tiek ražots patērētājam un beidzas ar to, ka viņš šo produktu var arī izmest ārā. Kā uzsver eksperte: “Šis ir ideāls piemērs tam, ka nepieciešams ieviest aprites ekonomikas principus arī pārtikas ķēdē, lai

veicinātu to, ka pārtika netiek ražota ar domu, ka patērētājs nosaka, ko ar to darīt. Visā ķēdes posmā vajadzīgs pārdomāt aspektus, kas novedīs pie ilgtspējīgas prakses. Nav godīgi atbildību novelt uz galapatērētāju, atbildība ir jāuzņemas visiem ķēdes posmiem, arī tirdzniecības sektoram.” Svarīgi saprast, ka tirdzniecības sektoram ir jākomunicē ar pircēju, protams, iespēju robežās, tādā veidā, lai cilvēks nopirktu tik, cik viņam ir nepieciešams, bet praksē ir novērojams pretējais. Ir jāsaprot, ka veikali ir ieinteresēti peļņā, lai cilvēki vairāk pirktu, lai ar mārketinga palīdzību veicinātu vēl lielāku peļņu. Respondentu vidū arī bija novērojams viedoklis, ka pieaugot konkurencei lielo tirdzniecības ķēžu vidū, tie mazāk piedomā par sekām, kas var notikt, ja viss netiek nopirkts. Mazie veikali vairāk cenšas un piedomā pie veikala pārvaldības, lai pēc iespējas mazāk produktu paliktu pāri.

Veicot pētījumu, novērots vēl viens aspekts, kas pierāda to, ka pārtikas ķēdē atbildība ir jāuzņemas katram posmam un jāveicina tas, ka posms tiek pārvaldīts. Daļa no respondentiem atzina, ka tirgotāji tiem piegādā nekvalitatīvu preci, ko viņi var atgriezt atpakaļ. Šādā veidā iestāde atbrīvojas no atbildības par produktu, bet tas nemaina faktu, ka tas kļūs par atkritumu, tikai citā ķēdes posmā.

## DISKUSIJA

Pētījuma ietvaros tiek secināts, ka neprognozējamā pirktspēja ir galvenais PP un PA iemesls pētāmajā reģionā. Tas palielina problēmas ar pasūtījumu precīzu noteikšanu – lielākā daļa respondentu šo minēja kā galveno PP un PA rašanās iemeslu, līdzīgi kā tas minēts Kamillas Kolombo de Moraes un kolēģu pētījumā (2020). Darba ietvaros var novērot arī patērētāju paradumus, kas var ietekmēt PP veidošanos, izvēloties produktus, kuru termiņš ir ilgāks, tādējādi produkti ar īsāku termiņu paliek veikalu plauktos, līdzīgu novērojumu veicis Deivids Hermsdorfs un pētījuma kolēģi (2017). Tomēr pārsvarā aplūkotajos veikalos ir izplatīta nocenoto preču kultūra, kas ir efektīva un veicina šo produktu izpirkšanu. Noliktavas nekompetenta pārvaldība, kas Helēnas Luis un kolēģu pētījumā (2017) minēts kā viens no PA un PP veidošanās iemesliem, šajā pētījumā netika novērota. Proti visos veikalos noliktavas tiek pārvaldītas, un darbinieki seko līdz produktu izkārtojumam un termiņiem.

Pēc respondentu sniegtajām atbildēm var secināt, ka būtiska PP problēma novērojama lielākos pilsētu veikalos, mazajos veikalos PP pārvaldīšana ir efektīvāka un tur tā netiek uzskatīta par problēmu, kas nonāk pretrunā ar Kristofera Tellera un viņa kolēģu teikto (2018). Viņš uzskata, ka mazākos veikalos ir grūtāk nodrošināt sistemātisku atkritumu apsaimniekošanu, jo darbinieki ir mazāk specializējušies.

Darba izstrādes laikā novērots, ka dažos veikalos ir shematiski organizēts darbs, kas palīdz apsaimniekot preces tā, lai pēc iespējas mazāk produktu paliktu pāri. Divi no respondentiem minēja, ka tam bija nepieciešams ilgs laiks. Šo respondentu minētais liecina, ka tirdzniecības iestādēm vajag izstrādāt vadlīnijas vai plānu, lai darbiniekiem uzreiz būtu skaidrs, kā apsaimniekot produkciju. Šis un citi darba ietvaros izstrādātie un apkopotie autores risinājumi pēc iespējas efektīvākai veikalu pārvaldībai (skat. 10. pielikumā)

Lielākā daļa no respondentiem ievēro pārtikas atkritumu apsaimniekošanas hierarhijas pirmo līmeni, kur tie cenšas novērst PP un PA rašanos, jo tas ir viņu interesēs, tomēr PP izmantošanā ir novērojamas atšķirības dažādu veikalu tipos. Mazos veikalos PP izmantošana notiek pilnīgāk – lielākā daļa no veikaliem PP apsaimnieko tā, ka nekas nepaliek pāri, jo produktu apgrozījums un pārpalikušo produktu daudzums ir neliels, tāpēc tos ir iespējams apsaimniekot. Veikalos, kuri izmēros ir lielāki, var saskatīt problēmas ar PP apsaimniekošanu, jo liela daļa no produktiem nonāk atkritumu konteineros.

Normatīvie akti pēdējo gadu laikā ir izstrādāti un pilnveidoti tā, ka ir labvēlīgi un ļauj iesaistītajām pusēm pievērsties ziedošanas jautājumam, bet, acīmredzot, tas nav bijis

galvenais traucējošais faktors. No veikalu puses bremzējošais aspekts iesaistīties PP ziedošanā ir papildu resursi, kas jāiegulda, svarīgs ir arī reputācijas jautājums, ko uzsvēra “pārtikas bankas” vadītāja un ZM pārstāve, kas var negatīvi ietekmēt vēlmi sadarboties. Apgrūtinājums ir arī tas, ka daļa no veikaliem ir franšīzes tipa un tādējādi ir jāuzrunā katra veikala vadītājs atsevišķi, nevar uzrunāt konkrētu veikalu tīklu, kas atvieglotu procesu.

Reģionos labdarības organizācijām ir zema kapacitāte un resursi, kas kavē iespēju sadarboties ar tirdzniecības vietām, bet jāuzsver arī tas, ka mazākos reģionos veidojas salīdzinoši maz PP, tādēļ reģionos lielāku akcentu var likt uz ziedošanu nodošanu tieši galapatērētājam.

Šobrīd izstrādātie normatīvi ir pietiekami, lai nodrošinātu PP apsaimniekošanu tirdzniecības sektorā, bet tikpat svarīgi ir iesaistītajām pusēm komunicēt savā starpā un saprast galvenos iemeslus, kas traucē un ietekmē ziedošanu. Svarīgi ir ne tikai izveidot normatīvus, bet arī veicināt to, lai iesaistītās puses piedalītos to integrēšanā, tāpēc no valsts un pašvaldību puses ir jāuzlabo un jāpilnveido pasākumi, kas ieinteresētu uzņēmējus apsaimniekot PP un iestrādāt to kā būtisku punktu uzņēmuma vadlīnijās. Dažādu veidu finansiālie atvieglojumi ir viens no būtiskākajiem stimuliem, kas varētu ieinteresēt veikalus. Tiem ir svarīgs ieguvums, jo ētiskais faktors kā stimuls nestrādā. Šāda veida praksi piekopj arī citās ES valstīs, piemēram, Itālijā, kur pašvaldību līmenī tiek piemērots atkritumu nodokļu samazinājums tiem mazumtirgotājiem, kas ziedo pārtiku vai pārtikas pārpalikumus labdarībai (Giordano et al. 2020).

Intervējot veikala darbiniekus un vadītājus, bija novērojams, ka citreiz pārtikas pārpalikumu jēdziens tika saprasts citādāk nekā domāts pētījumā. Tomēr ne tikai intervējot respondentus autore saskārās ar definīciju dažādo uztveri. Sazinoties ar PVD pārstāvjiem jēdziens tika pārprasts arī no viņu puses (PP tiek uzskatīti jau par tādiem produktiem, kas cilvēka uzturā nav piemēroti). Tas pierāda, ka šī jēdziena definīcija sagādā neskaidrības speciālistu vidū, kā tas tika minēts Dominikas Aleksas Teigiserovas un pētījuma kolēģu, (2019) pētījumā, piemēram tāpēc būtiski būtu valstiskā līmenī izlemt par vienotas PP definīcijas lietošanu, lai nozaru speciālistiem nerastos pārpratumi.

Pētījuma ietvaros būtu bijis lietderīgi intervēt arī pārstāvjus no veikalu tīkliem, kas neiesaistās šo produktu ziedošanā, lai saprastu viņu galvenos iemeslus, kāpēc tas netiek darīts. Tikpat nozīmīgi būtu veikt pētījumu par pārtikas pircēju viedokļiem par labākajiem risinājumiem pārtikas pārpalikumu un atkritumu apsaimniekošanā.

Jāatzīmē, ka veikalu un vispār pārtikas ķēžu uzdevums nav pēc iespējas samazināt PA skaitu savā sektorā, bet visā pārtikas ķēdē kopumā. Tāpēc arī mazumtirgotāju vidū viens

no veidiem, kā novērst PA rašanos ir veicināt patērētāju izpratni par pārtiku, tās patēriņu un loģisku izmantošanu. Svarīgi patērētājiem sniegt izpratni un norādījumus par pareizu pārtikas lietošanu, kā ar cieņu pret to izturēties, sniedzot padomus iepirkšanās jautājumos, uzglabāšanu, sagatavošanu u.tml.

## SECINĀJUMI

1. Pārtikas atkritumu problēma pēdējo gadu laikā ir piesaistījusi sabiedrības uzmanību, saistībā ar to, ka pārtika tiek izšķērdēta. Tāpēc svarīgi ir vērst uzmanību uz to, lai pārtikas ķēdē tiktu nodrošināta ilgtspējīga pārtikas apsaimniekošana. Mazumtirdzniecības sektors ir atbildīgs par apmēram 5% no ES atkritumos nonākošās, taču vēl lietojamās pārtikas, un šīs problēmas risināšanai var lietot dažādas darbības gan cenu samazināšanu, gan ziedošanu cilvēku un dzīvnieku vajadzībām, gan iekšējos veikala pārvaldības rīkus un citas metodes.

2. Lielākā daļa Latvijā izstrādāto normatīvo aktu ir labvēlīga pārtikas atkritumu un pārtikas pārpalikumu novēršanai un apsaimniekošanai, svarīga ir atļauto un paredzēto rīcību integrēšana mazumtirdzniecības sektorā, jo lielākā daļa no veikaliem praksē tās nepielieto. Darba izstrādes gaitā varēja sastapties ar to, ka normatīvi tiek pārprasti vai līdz galam nesaprasti, kas var būt viens no iemesliem to neintegrēšanai praksē.

3. Pamatojoties uz pētījuma laikā intervēto respondentu un ekspertu atbildēm, var secināt, ka pārtikas pārpalikumu terminam Latvijā nav vienota un saprotama definīcija un, ka tirgotāji nav informēti par pārtikas atkritumu novēršanas un pārtikas pārpalikumu apsaimniekošanas daudzveidīgajām iespējām.

4. Galvenais pārtikas atkritumu un pārtikas pārpalikumu veidošanās iemesls Tērvetes un Dobeles novada pārtikas veikalos ir grūtības paredzēt pirktspēju un nespēja noteikt nepieciešamo pasūtījuma apmēru, kā arī nekvalitatīvu produktu piegāde. Mazajos veikalos šo problēmu ir viegli risināt, jo komunikācija ar pircēju ir lielāka, kas atvieglo pasūtījumu risināšanu.

5. Lielākos un mazajos pārtikas veikalos ir novērojamas atšķirības pārtikas pārpalikumu un pārtikas atkritumu novēršanā:

- a. Lielākos veikalos biežāk tiek izcelti nocenotie produkti, darbiniekiem ir iespēja pārtikas pārpalikumus gan nopirkt, gan patērēt uz vietas, tomēr tas nenovērš pārtikas pārpalikumu un atkritumu veidošanos;
- b. Mazākos veikalos var novērot izteiktu cenu samazinājumu, darbiniekiem ir iespēja pārtikas pārpalikumus paņemt bez maksas un produktus, kuri netiek izmantoti cilvēku vajadzībām, tiek atdoti dzīvniekiem, kas veicina labāku pārtikas atkritumu novēršanu un pārtikas pārpalikumu apsaimniekošanu.

6. Reģionu veikalos nav izteikti daudz pārtikas pārpalikumu, lai piesaistītu labdarības organizācijas, bet tā ir atbilstoša vieta, lai šādus produktus varētu nodot tieši galapatērētājam. No ziedotāju puses tas prasa papildus resursus, tāpēc ir svarīgi izstrādāt ziedošanas praksei labvēlīgus nosacījumus.

7. Lai veicinātu labāku pārtikas atkritumu novēršanu un pārtikas pārpalikumu apsaimniekošanu ir nepieciešama izteiktāka komunikācija un sadarbība gan starp tirgotājiem un patērētājiem, gan ziedotājiem, ziedošanas sistēmas izstrādātājiem un potenciālajiem ziedojumu saņēmējiem.

## IETEIKUMI

Analizējot nepilnības un problēmas, autore ir sagatavojusi ieteikumus, kas veicinātu labāku un pārdomātāku PP un PA apsaimniekošanu. Ieteikumi būtu pielietojami ne tikai pētāmajā teritorijā, bet visā mazumtirdzniecības sektorā kopumā.

Mazumtirdzniecības sektors ir platforma, kur komunikācija ar patērētāju ir iespējama un pat vēlama. Tirdzniecības vietas var veicināt pārtikas atkritumu daudzumu mājāsaimniecības sektorā. Mazajos veikalos komunicēt ar klientu ir priekšrocība, jo to var darīt individuāli – saprast patērētāja vēlmes, informēt par produkta kvalitāti u.tml. Lielajos veikalos informēšanu var veicināt ar dažādiem uzskates materiāliem vai paziņojumiem, bet tur komunikācija virzienā pircējs–veikals ir mazāk iespējama. Nepieciešams nodrošināt patērētāja informētību par drošu un ilgtspējīgu pārtikas patēriņu, termiņu nozīmi u. tml. Var atsaukties uz Zviedrijas piemēru, kur ilgtspējīgas pārtikas patēriņa temats tiek integrēts izglītības iestādēs, lai veicinātu sabiedrības paradumu maiņu, kas prasa laiku.

Pašreiz normatīvi, kas attiecas uz pārtikas pārpalikumu apsaimniekošanu, Latvijas kontekstā ir labvēlīgi, aktuāli ir tos integrēt veikalu programmās, iekšējos noteikumos un īstenot praksē. Viens no veidiem, kā to panākt ir veikaliem izstrādāt programmu vai iekšējos noteikumus, ja tādu nav, to ietvaros attiecīgā laika posmā, pamatojoties uz veikalu lielumu, iestrādāt konkrētus normatīvus. Šos procesus uzrauga iestādes, kas par to ir atbildīgas (ZM, PVD). Vēl var izstrādāt dažādas atbalsta programmas, kas ieinteresētu puses iesaistīties pārtikas pārpalikumu apsaimniekošanā. Svarīgi ir ne tikai izveidot normatīvus, bet arī veicināt to, lai piedalītos to pildīšanā, tāpēc no valsts un pašvaldību puses ir jāuzlabo un jāpilnveido pasākumi, kas ieinteresētu uzņēmējus apsaimniekot pārtikas pārpalikumus veidā, kas būtu ērti un izdevīgi.

Uz doto brīdi normatīvi, kas attiecas uz pārtikas ziedošanu, ir labvēlīgi labdarības organizācijām, bet pētījuma ietvaros varēja saskarties ar to, ka tām ir zema kapacitāte un resursi, kas kavē iespēju sadarboties ar tirdzniecības iestādēm, bet jāuzsver arī tas, ka mazākos reģionos veidojas salīdzinoši maz pārtikas pārpalikumi, tādēļ reģionos lielāku akcentu vajag likt uz ziedošanu tieši galapatērētājam.

Problēmas sagādā ziedojumu nodošanu tieši galapatērētājiem – vajadzētu izstrādāt sistēmu, kas veikaliem būtu izdevīga, jo pagaidām nodrošināt šādu pakalpojumu ir sarežģīti un dārgi. Praktiski varētu sadarboties ar pašvaldības iestādēm un izveidot konkrētus punktus ārpus veikaliem, kur cilvēki varētu paņemt šāda veida pārtiku, neveidojot drūzmu veikalu telpās. Līdzīgi ir ar franšīžu tipa veikaliem, vajadzīgs izstrādāt darbības, priekšlikumus, kas

ļautu un uzrunātu šāda tipa veikaliem ziedot produktus, lai tas būtu efektīvi un organizācijām būtu viegli sadarboties. Šāda veida sistēmu izveidei ir nepieciešama regulāra komunikācija no iesaistītajām pusēm, svarīgi ir saprast pozitīvos un negatīvos aspektus, kas ļautu izprast pareizos virzienus, kā izstrādāt vislabāko risinājumu.

Lai apsaimniekotu pārtikas pārpalikumus un veicinātu pārtikas atkritumu novēršanu veikalos, svarīga ir iekšējā komunikācija un organizēšanas prasmes. Lielajos veikalos svarīgi ir integrēt ilgtspējības programmu, kas nodrošinātu papildus resursus, lai apsaimniekotu PP ("Maximas" piemērs). Var ņemt piemēru no Zviedrijas, kad valsts līmenī tiek veidota sadarbība ar tirdzniecības tīkliem, veicinot ne tikai sabiedrības informētību, bet periodiski atbalstīt un ļaut veikaliem iesaistīties projektos, kas veicinātu PP apsaimniekošanu.

## IZMANTOTĀ LITERATŪRA

### Publicētie materiāli

- About*. S.a. REfUSE. Sk. 05. 04. 2021. Pieejams: <https://refusedurham.org.uk>
- Albizzati, P. F., Tonini, D., Chammard, C. B., Astrup, T. F. 2019. Valorisation of surplus food in the French retail sector: Environmental and economic impacts. *Waste Management*, 90, 141–151.
- Alexander, C., Smaje, C. 2008. Surplus retail food redistribution: An analysis of a third sector model. *Resources, Conservation and Recycling*, 52(11), 1290–1298
- Ambote, S. 2020. *Atvieglo iespējas labdarībai ziedot dzīvnieku izcelsmes pārtiku*. Sk. 04.04.2021. Pieejams: <https://www.lsm.lv/raksts/zinas/latvija/atvieglo-iespejas-labdaribai-ziedot-dzivnieku-izcelsmes-partiku.a353731/>
- Aschemann–Witzel, J. 2018. Consumer perception and preference for suboptimal food under the emerging practice of expiration date based pricing in supermarkets. *Food Quality and Preference*, 63, 119–128.
- Aschemann–Witzel, J., de Hooge, I., Normann, A. 2016. Consumer – Related Food Waste: Role of Food Marketing and Retailers and Potential for Action. *Journal of International Food & Agribusiness Marketing*. 28(3), 271–285.
- Aschemann–Witzel, J., Kulikovskaja, V. 2016. *Food waste avoidance in initiatives in Danish food retail: COSUS WP 6.2 report*. Denmark, Department of management. Aarhus university. 1–69.
- Atkritumu apsaimniekošanas likums. Pieņemts: 28.10.2010. Saeima.
- Baglioni, S., De Pieri, B., Tallarico, T. 2016. Surplus Food Recovery and Food Aid: The Pivotal Role of Non–profit Organisations. Insights From Italy and Germany. *VOLUNTAS: International Journal of Voluntary and Nonprofit Organizations*, 28(5), 2032–2052.
- Bērziņa, L., Johansons, E. 2021. *Kopienas skapis jeb iespēja nevajadzīgo pārtiku atdot kādam, kam tā noderēs*. Sk. 04.04.2021. Pieejams: <https://lr1.lsm.lv/lv/raksts/ka-labak-dziivot/kopienas-skapis-jeb-iespeja-nevajadzigo-partiku-atdot-kadam-kam-.a139599/>

- Bilska, B., Wrzosek, M., Kołożyn–Krajewska, D. Krajewski, K. 2016. Risk of food losses and potential of food recovery for social purposes. *Waste Management*, 52, 269–277.
- Caplan, P. 2017. Win–win?: Food poverty, food aid and food surplus in the UK today. *Anthropology Today*, 33(3), 17–22.
- Cicatiello, C., Franco, S., Pancino, B., Blasi, E., Falasconi, L. 2017. The dark side of retail food waste: Evidences from in–store data. *Resources, Conservation and Recycling*, 125, 273–28.
- Cicatiello, C., Franco, S., Pancino, B., Blasi, E. 2016. The value of food waste: An exploratory study on retailing. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 30, 96–104.
- de Almeida Oroski, F. 2020. Exploring food waste reducing apps—A business model lens. *In Food Waste Management*, 367–387
- De Moraes, C. C., de Oliveira Costa, F. H., Roberta Pereira, C., da Silva, A. L., Delai, I. 2020. Retail food waste: Mapping causes and reduction practices. *Journal of Cleaner Production*, 120–124.
- Deloitte. 2014. *Comparative Study on EU Member States' legislation and practices on food donation*, Final Report. European Economic and Social Committee (EESC)
- Eiropas Komisija. 2015. Komisijas paziņojums Eiropas parlamentam, padomei, Eiropas ekonomikas un sociālo loetu komitejai un reģionu komitejai. Noslēgt aprites loku– ES rīcības plāns pārejai uz aprites ekonomiku. Brisele. Eiropas Komisija;
- Eiropas Komisija. 2020. Stratēģija “No lauka līdz galdam”. Taisnīgas, veselīgas un videi draudzīgas pārtikas sistēmas vārdā. Eiropas Komisija;
- Eiropas Savienības Oficiālais Vēstnesis. 2002. Eiropas Parlamenta un Padomes Regula (EK) Nr. 178/2002 (2002. gada 28. janvāris), ar ko paredz pārtikas aprites tiesību aktu vispārīgus principus un prasības, izveido Eiropas Pārtikas nekaitīguma iestādi un paredz procedūras saistībā ar pārtikas nekaitīgumu. Eiropas Parlaments, Eiropas Savienības Padome.
- Eiropas Savienības Oficiālais Vēstnesis. 2004. Eiropas Parlamenta un Padomes Regula (EK) Nr. 852/2004 (2004.gada 29.aprīlis) par pārtikas produktu higiēnu. Eiropas Parlaments, Eiropas Savienības Padome.

Eiropas Savienības Oficiālais Vēstnesis. 2008. Eiropas Parlamenta un Padomes Regula (EK) Nr. 2008/98EK (2008. gada 19.novembris), par atkrumumiem un par dažu direktīvu atcelšanu. Eiropas Parlaments, Eiropas Savienības Padome.

Eiropas Savienības Oficiālais Vēstnesis. 2009. Eiropas Parlamenta un Padomes Regula (EK) Nr. 1069/2009 (2009. gada 21. oktobris), ar ko nosaka veselības aizsardzības noteikumus attiecībā uz dzīvnieku izcelsmes blakusproduktiem un atvasinātajiem produktiem, kuri nav paredzēti cilvēku patēriņam, un ar ko atceļ Regulu (EK) Nr. 1774/2002 (Dzīvnieku izcelsmes blakusproduktu regula). Eiropas Parlaments, Eiropas Savienības Padome.

Eiropas Savienības Oficiālais Vēstnesis. 2011. Eiropas Parlamenta un Padomes Regula (EK) Nr.1169/2011 (2011. gada 25. oktobris) par pārtikas produktu informācijas sniegšanu patērētājiem un par grozījumiem Eiropas Parlamenta un Padomes Regulās (EK) Nr. 1924/2006 un (EK) Nr. 1925/2006, un par Komisijas Direktīvas 87/250/EEK, Padomes Direktīvas 90/496/EEK, Komisijas Direktīvas 1999/10/EK, Eiropas Parlamenta un Padomes Direktīvas 2000/13/EK, Komisijas Direktīvu 2002/67/EK un 2008/5/EK un Komisijas Regulas (EK) Nr. 608/2004 atcelšanu. Eiropas Parlaments, Eiropas Savienības Padome.

Eiropas Savienības Oficiālais Vēstnesis. 2017. Komisijas paziņojums. ES pārtikas ziedošanas pamatnostādnes (2017/C 361/01).

*Eiropas zaļais kurss*. S.a. Eiropas Komisija. Sk. 22.03.2021. Pieejams: [https://ec.europa.eu/info/strategy/priorities-2019-2024/european-green-deal\\_lv](https://ec.europa.eu/info/strategy/priorities-2019-2024/european-green-deal_lv)

Eriksson, M. 2012. *Retail food Wastage: A case study approach to quantities and causes. Licentiate Thesis*. Uppsala, Faculty of Natural Resources and Agricultural Sciences, Swedish University of Agricultural Sciences.

Eriksson, M., Strid, I., Hansson, P.–A. 2016. Food waste reduction in supermarkets – Net costs and benefits of reduced storage temperature. *Resources, Conservation and Recycling*, 107, 73–81.

European Commission. S.a *EU Platform on Food Losses and Food Waste*. Sk. 20.04.2021. Pieejams: [https://ec.europa.eu/food/safety/food\\_waste/eu\\_actions/eu-platform\\_en](https://ec.europa.eu/food/safety/food_waste/eu_actions/eu-platform_en)

- Ēvalde, I. 2021. *Kopienas ledusskapji “izplešas” Latvijā. Vai top jauna pārtikas ķēdes forma?* Sk. 09.04.2021. Pieejams: <https://www.la.lv/sabiedriba-velas-mainities-ar-edienu>
- Filmonau, V., Gherbin, A. 2017. An exploratory study of food waste management practices in the UK grocery retail sector. *Journal of Cleaner Production*, 167, 1184–1194.
- Fischer, H. T. 2020. *To Good To Go and Sustainable Behavior Change: An Exploration of the Smartphone Application through Social Practice Theory*. Master's Thesis. Culture, Communication and Globalization, Aalborg University
- Food surplus and waste in the UK – key facts*. 2020. WRAP. Sk. 29.05.2020. Pieejams: <https://wrap.org.uk/resources/report/food-surplus-and-waste-uk-key-facts>
- Franco, S., Cicatiello, C. 2021. Levering waste taxes to increase surplus food redistribution at supermarkets: Gains and scenarios in Italian municipalities. *Waste Management*. 121, 286–295.
- Garcia-Garcia, G., Woolley, E., Rahimifard, S., Colwill, J., White, R., & Needham, L. 2016. A Methodology for Sustainable Management of Food Waste. *Waste and Biomass Valorization*, 8(6), 2209–2227.
- Giordano C, Falasconi L, Cicatiello C, Pancino B. 2020. The role of food waste hierarchy in addressing policy and research: A comparative analysis. *Journal of Cleaner Production*, 252, 119617. 1–32.
- Gražule, I. 2020. *Kopienas skapis atvērts!* Sk. 20.03.2021. Pieejams: <https://www.diena.lv/raksts/videunturisms/dabasdiena/kopienas-skapis-atverts-14233959>
- Grīnberga, V. 2011. *Ja veikals noraksta pārtiku*. Sk. 19.04.2021. Pieejams: <https://lvportals.lv/skaidrojumi/234173-ja-veikals-noraksta-partiku-2011>
- Halloran, A., Clement, J., Kornum, N., Bucatariu, C., Magid, J. 2014. Addressing food waste reduction in Denmark. *Food Policy*, 49, 294–301.
- Hermsdorf, D., Rombach, M., Bitsch, V. 2017. Food waste reduction practices in German food retail. *British Food Journal*, 119 (12).
- How Foodcloud works*. S.a. FoodCloud. Sk. 30.03.2021. Pieejams: <https://food.cloud/how-foodcloud-works-explanation/>

“Ieteicams līdz” pārtikas ziedošana ļaus palīdzēt vēl vairāk Latvijas ģimenēm. 2021. Rimi Latvia SIA. Sk. 04.04. 2021. Pieejams: <https://www.rimi.lv/jaunumi/ieteicams-lidz-partikas-ziedosana-laus-palidzet-vel-vairak-latvijas-gimenem>

Izplatīšanai nederīgas pārtikas turpmākās izmantošanas vai iznīcināšanas kārtība. Pieņemts: 07.07.2009. Ministru kabinets.

Jamasb, T., Nepal, R. 2010. Issues and options in waste management: A social cost-benefit analysis of waste-to-energy in the UK. *Resources, Conservation and Recycling*, 54(12), 1341-1352.

Kliaugaite, D., Kruopiene, J. 2017. Food waste generation and prevention measures in retail sector: A comparative study. *Environmental Research, Engineering and Management*, 73(4), 7-20.

*Kopienas skapis – atnes vai paņem ēdienu bez maksas*. 2020. Grobiņas novads. Sk. 25.03.2021. Pieejams:

[http://www.grobinasnovads.lv/index.php?option=com\\_content&view=article&id=3191:kopienas-skapis-atnes-vai-paem-dienu-bez-maksas&catid=10:vispareji&Itemid=119](http://www.grobinasnovads.lv/index.php?option=com_content&view=article&id=3191:kopienas-skapis-atnes-vai-paem-dienu-bez-maksas&catid=10:vispareji&Itemid=119)

*Kopienas skapis*. S.a. Kaņepes Kultūras centrs. Sk. 20.03. 2021. Pieejams: <https://www.kanepes.lv/lv/kopienas-projekti/>

Kulikovskaja, V., Aschemann-Witzel, J. 2017. Food Waste Avoidance Actions in Food Retailing: The Case of Denmark. *Journal of International Food & Agribusiness Marketing*, 29(4), 328-345.

LETA. 2019. *Mazumtirgotāji būtiski nemainīs ziedošanas politiku un turpinās ievērot produktu termiņus*. Sk. 04.04.2021. Pieejams: <https://nra.lv/latvija/285392-mazumtirgotaji-butiski-nemainis-ziedosanas-politiku-un-turpinas-ieverot-produktu-terminus.htm>

Lewis, H., Downes, J. Verghese, K., & Young, G. 2017. *Food waste opportunities within the food wholesale and retail sectors*. Prepared for the NSW Environment Protection Authority by the Institute for Sustainable Futures at the University of Technology Sydney.

- Liao, C., Hong, J., Zhao, D. 2019. Understanding corporate surplus food donation in China: testing the roles of environmental concern, altruism, past experience, and perceived risk. *Environmental Science and Pollution Research*, 26(16), 16628–16640.
- “Maxima” mazina pārtikas pārpalikums, ziedojo 80 000 preces. 2020. SIA “Maxima Latvija”. Sk. 04.04. 2021. Pieejams: <https://www.maxima.lv/preses-relizes/korporativa-informacija/maxima-mazina-partikas-parpalikums-ziedojo-80-000-preces>
- Mena, C., Adenso-Diaz, B., & Yurt, O. 2011. The causes of food waste in the supplier-retailer interface: Evidences from the UK and Spain. *Resources, Conservation and Recycling*, 55(6), 648–658.
- Mourad, M. 2015. France moves toward a national policy against food waste. Natural Resources Defense Council
- Our home is Toronto, but our impact is global*. S.a. Flashfood. Sk. 04.04.2021. Pieejams: <https://www.flashfood.com/en/story#story-begin>
- Papargyropoulou, E., Lozano, R., K. Steinberger, J., Wright, N., Ujang, Z. bin. 2014. The food waste hierarchy as a framework for the management of food surplus and food waste. *Journl of Cleaner Production*, 76, 106–115.
- Par Atkritumu apsaimniekošanas valsts plānu 2021.–2028. gadam. Pieņemts: 22.01.2021.Ministru kabinets.
- Par mums. S.a. Pārtikas banka “Paēdušai Latvijai”. Sk. 20.03.2021. Pieejams: <http://www.paedusailatvijai.lv/par-mums>
- Par Rīcības plānu pārejai uz aprites ekonomiku 2020.–2027. Gadam. 2020. Ministru kabinets;
- Parfitt, J., Barthel, M., Macnaughton, S. 2010. *Food waste with in food supply chains: quantification and potential for change to 2050*. Philosophical Transactions of the Royal Society B: Biological Sciences, 365(1554), 3065–3081.
- Pārresoru koordinācijas centrs. S.a. *ANO Ilgtspējīgas attīstības mērķi*. Sk. 22.04.2021  
Pieejams: <https://www.pkc.gov.lv/lv/attistibas-planosana/ano-ilgtspejigas-attistibas-merki>
- Pārtikas aprites uzraudzības likums. Pieņemts: 19.02.1998. Latvijas Republikas Saeima.

- Pārtikas ziedošana ES*. S.a. Eiropas Komisija. Sk. 09.04.2021. Pieejams: [https://29september.eurofoodbank.org/wp-content/uploads/2020/09/Infographics\\_LV.pdf](https://29september.eurofoodbank.org/wp-content/uploads/2020/09/Infographics_LV.pdf)
- Petrova, A. 2019. *Veikali maz ziedo pārtiku ar beigušos derīguma termiņu*. Sk. 04.04.2021. Pieejams: <https://www.lsm.lv/raksts/zinas/latvija/veikali-maz-ziedo-partiku-ar-beigusos-deriguma-terminu.a337341/>
- Phiri, G., Trevorrow, P. 2019. *Sustainable Household Food Management Using Smart Technology*. 2019 10th International Conference on Dependable Systems, Services and Technologies (DESSERT).
- Prasības pārtikas izplatīšanai pēc minimālā derīguma termiņa beigām. Pieņemts: 11.08.2020. Ministru Kabinets
- Prasības mazumtirdzniecības uzņēmumiem, kas piegādā mājputnu olas vai ziedo dzīvnieku izcelsmes pārtiku. Pieņemts: 17.03.2020. Ministru kabinets
- Priever, C., Jörissen, J., Bräutigam, K.-R. 2016. *Food waste prevention in Europe – A cause-driven approach to identify the most relevant leverage points for action. Resources, Conservation and Recycling*, 109, 155–165
- PVD. S.a. Atzītie un reģistrētie dzīvnieku izcelsmes blakusproduktu aprites uzņēmumi (regula 1069/2009). 10.sekcija – Blakusproduktu un atvasināto produktu lietotāji īpašiem nolūkiem
- Raak, N., Symmank, C., Zahn, S., Aschemann-Witzel, J., & Rohm, H. 2017. Processing- and product-related causes for food waste and implications for the food supply chain. *Waste Management*, 61, 461–472
- Ramsay, R. 2020. *How do I use Too good to go? Too good to go*. Sk. 28.03.2021. Pieejams: <https://toogoodtogo.co.uk/en-gb/blog/6-ways-to-be-a-star-waste-warrior>
- Sert, S., Garrone, P., Melacini, M., Perego, A. 2018. Corporate food donations: altruism, strategy or cost saving? *British Food Journal*, 120(7), 1628–1642.
- Stenmarck, Å., Jensen, C., Quested, T., et al. 2016. *Fusions. Estimates of European food waste levels*. Stockholm, Swedish Environmental Research Institute.

- Stockmann ilgtspējas programmas jaunumi* S.a. Stockmann. Sk. 21.02.2021. Pieejams: <https://www.stockmann.lv/par-mums/relizes/jauninajumi-atkritumu-mazinasana-un-vides-resursu-saglabasana/>
- Swaffield, J., Evans, D., Welch, D. 2018. Profit, reputation and “doing the right thing”: Convention theory and the problem of food waste in the UK retail sector. *Geo forum*, 89, 43–51.
- Szulecka, J., Strøm-Andersen, N., Scordato, L., Skrivervik, E. 2019. Multi-level governance of food waste: Comparing Norway, Denmark and Sweden. A. Klitkou, A. M. Fevolden, M. Capasso (Eds.), *From Waste to Value: Valorisation Path ways for Organic Waste Streams in Circular Bioeconomies*. Abingdon (etc.), Routledge, 253–271.
- Teigiserova, D. A., Hamelin, L., Thomsen, M. 2019. Towards transparent valorization of food surplus, waste, and loss: Clarifying definitions, food waste hierarchy, and role in the circular economy. *Science of The Total Environment*, 136033. 1–47.
- Teller, C., Holweg, C., Reiner, G., Kotzab, H. 2018. Retail store operations and food waste. *Journal of Cleaner Production*, 185, 981–997.
- Tonini, D., Albizzati, P. F., Astrup, T. F. 2018. Environmental impacts of food waste: Learnings and challenges from a case study on UK. *Waste Management*, 76, 744–766.
- Young, W., Russell, S. V., Robinson, C. A., Barkemeyer, R. 2017. Can social media be a tool for reducing consumers’ food waste? A behaviour change experiment by a UK retailer. *Resources, Conservation and Recycling*. 117, 195–203.
- VARAM. 2020. Pārtikas atkritumu mērīšana. Pārtikas atkritumu un pārpalikumu uzskaites forma uzņēmumiem.
- VARAM. 2020. Pārtikas atkritumu mērīšana. Sk. 24.02.2021. Pieejams: <https://www.varam.gov.lv/lv/partikas-atkritumu-merisana>
- Welch, D., Swaffield, J., Evans, D. 2018. Who’s responsible for food waste? Consumers, retailers and the food waste discourse coalition in the United Kingdom. *Journal of Consumer Culture*, 1469540518773801, 1–21.
- Wefood*. Denmark’s first –ever surplus food supermarket. S.a. DCA actalliance. Sk. 05.06.2020. Pieejams: <https://www.danchurchaid.org/join-us/wefood>

*Who we are.* S.a. Fare Share. Sk. 23.03.2021. Pieejams: <https://fareshare.org.uk>

*Why surplus food is important for feeding vulnerable people.* 2017. GeoFoodie. Sk. 23.03.2021. Pieejams: <https://geofoodie.org/2017/05/27/surplus-food-is-important/>

### **Nepublicētie materiāli**

Evardsona, G. 2021. Intervija. Kroņauce, 27. aprīlī.

Priekule, A. 2021. Intervija. Kroņauce, 21.aprīlī.

Kraukle, A. 2021. Intervija. Kroņauce, 20.aprīlī.

Vīksna, L. 2019. *Bioloģisko atkritumu veidi un to pārstrādes iespējas Latvijā*. Maģistra darbs. Ģeogrāfijas un zemes zinātņu fakultāte, Latvijas Universitāte;

# PIELIKUMI

## 1. pielikums

### Intervijas jautājumi tirdzniecības iestāžu vadītājiem Dobeles un Tērvetes novados

Labdien, mani sauc Krista Skrebele esmu Latvijas Universitātes Ģeogrāfijas un Zemes zinātņu fakultātes Vides zinātnes programmas maģistra studente. Maģistra darba ietvaros veicu pētījumu par pārtikas atkritumu novēršanu un pārtikas pārpalikumu apsaimniekošanu mazumtirdzniecības vietās. Pētījuma ietvaros intervēju dažādu veikalu darbiniekus un atbildes izmantošu tikai apkopotā veidā. Jūsu un citu respondentu viedoklis ir būtisks, lai saprastu problēmas un iespējamus risinājumus.

1. Vai Jūsaprāt, pārtikas pārpalikumu problēma Latvijā ir aktuāla, kāpēc?
2. Vai veikalā, kurā strādājat, pārtikas pārpalikumu problēma ir aktuāla?
3. Vai veikalā veidojas pārtikas pārpalikumi? Cik daudz, kādi? Kur liekat?
4. Vai kolektīvam ir doti norādījumi (rakstiski, mutiski) vai tie tiek apmācīti, kā rīkoties, lai neveidotos pārpalikumi, pārtikas atkritumi?
5. Vai saskatāt trūkumus pārtikas pārpalikumu pārvaldībā veikalā, kurā strādājat? Vai Jums ir ieteikumi, ko gribētu mainīt, uzlabot?
6. Vai varat minēt konkrētu praksi/piemērus, kā veikalā tiek veicināta pārtikas pārpalikumu/atkritumu novēršana?
7. Vai darbiniekiem ir iespēja produktus, kuru derīguma termiņš ir iztecējis, paņemt tos par brīvu dienā, kad termiņš ir beidzies? Kāpēc nē?
8. Par cik % no sākotnējās cenas, produkta cena tiek samazināta, ja tā derīguma termiņš tuvojas beigām vai tas ir efektīvi?
9. Kāpēc ne par vairāk % ? (pieņemot, ka cena tiek samazināta par 30%, cik esmu jau novērojusi)
10. Vai veikals atbalsta nestandarta produktu pārdošanu?
11. Vai veikals sadarbojas (vēlētos sadarboties ) ar labdarības organizācijām, pārtikas bankām?
12. Vai veikals nodod (nākotnē plānots nodot) produktus, kuru minimālais derīguma termiņš ir beidzies, galapatērētājam?

13. Vai tiek ziedoti produkti, kuru termiņš “izlietot līdz...” tuvojas beigām?
14. Vai veikalam ir izstrādāta prakse, kā kārtot un pārvaldīt noliktavu?
15. Vai veikalā ir noteikts, kā produkti tiek izkārtoti plauktos?
16. Vai COVID–19 laiks ir ietekmējis produktu pasūtījumu biežumu un daudzumu?
17. Vai pandēmijas laikā rodas vairāk pārtikas atkritumu vai tieši pretēji?
18. Vai COVID–19 laikā novērotās higiēnas prasības (iefasēt produktus plastmasa maisiņos/trauciņos) ir veikala prasība vai to ir noteikusi valdība, vai tas ietekmē PA daudzumu?
19. Vai Jums personīgi ir kādi ierosinājumi vai piebildes attiecībā uz pārtikas pārpalikumiem un atkritumiem, to apsaimniekošanu veikalā?

## 2. pielikums

### Intervijas jautājumi tirdzniecības iestāžu darbiniekiem Dobeles un Tērvetes novados

Labdien, mani sauc Krista Skrebele esmu Latvijas Universitātes Ģeogrāfijas un Zemes zinātņu fakultātes Vides zinātnes programmas maģistra studente. Maģistra darba ietvaros veicu pētījumu par pārtikas atkritumu novēršanu un pārtikas pārpalikumu apsaimniekošanu mazumtirdzniecības vietās. Pētījuma ietvaros intervēju dažādu veikalu darbiniekus un atbildes izmantošu tikai apkopotā veidā. Jūsu un citu respondentu viedoklis ir būtisks, lai saprastu problēmas un iespējamus risinājumus.

1. Vai, Jūsaprāt, pārtikas pārpalikumu problēma Latvijā ir aktuāla, kāpēc?
2. Vai un kā tā attiecas uz veikaliem?

Pārtikas pārpalikumi ir produktu ēdamās un neēdamās daļas, kas paredzētas cilvēku uzturam, bet dažādu iemeslu dēļ šim nolūkam netiek izmantotas, bet atkritumos nenokļūst, jo tiek apsaimniekotas savādāk

3. Vai veikalā, kurā strādājat, pārtikas pārpalikumu problēma ir aktuāla?
4. Vai veikalā rodas pārtikas pārpalikumi, kādi produkti galvenokārt tie ir un kādēļ rodas?
5. Vai veikalā, kurā strādājat, pārtikas pārpalikumi tiek automātiski uzskatīti par pārtikas atkritumiem vai tomēr tie vēl ir produkti, kurus var lietot uzturā un kuru izmantošanu vajadzētu risināt?
6. Kā tiek risināts pārtikas pārpalikumu jautājums? Kas ar tiem notiek/tiek darīts?
7. Vai kolektīvā ir doti norādījumi (rakstiski, mutiski), kā rīkoties, lai produkti nebūtu jāmet ārā? Vai darbinieki paši uzskata par nepieciešamību novērst pārpalikumu un atkritumu rašanos?
8. Vai ir arī citi veidi, kā veikala vadība rīkojas, lai novērstu PA un PP?
9. Varbūt varat ieteikt kādu ideju, kas šajā veikalā netiek pielietota, kas varētu veicināt pārtikas pārpalikumu izmantošanu/ atkritumu novēršanu?
10. Vai var novērot patērētāju ieinteresētību pirkt produktus, kuru termiņš drīz beigsies? Vai šie produkti tiek nocenoti? Vai šos produktus izdodas izpārdot?
11. Vai veikals nodod (nākotnē plānots nodot) produktus, kuru minimālais derīguma termiņš ir beidzies, galapatērētājam vai labdarībai?
12. Kāpēc (ne)nodod galapatērētājam/labdarībai?

13. Vai veikalā ir noteikts, kā produkti tiek izkārtoti plauktos?

14. Vai darbinieki var nopirkt/paņemt produktus, kuru termiņš “izlietot līdz...” beidzas tajā dienā? – ja nevar, kas notiek ar šo produktu?

15. Vai Jums personīgi ir kādi ierosinājumi vai piebildes attiecībā uz pārtikas pārpalikumiem un atkritumiem, to apsaimniekošanu veikalā?

### 3. pielikums

#### Intervijas jautājumi tirdzniecības iestāžu vadītājam un darbiniekam vienā personā Dobeles un Tērvetes novados

Labdien, mani sauc Krista Skrebele esmu Latvijas Universitātes Ģeogrāfijas un Zemes zinātņu fakultātes Vides zinātnes programmas maģistra studente. Maģistra darba ietvaros veicu pētījumu par pārtikas atkritumu novēršanu un pārtikas pārpalikumu apsaimniekošanu mazumtirdzniecības vietās. Pētījuma ietvaros intervēju dažādu veikalu darbiniekus un atbildes izmantošu tikai apkopotā veidā. Jūsu un citu respondentu viedoklis ir būtisks, lai saprastu problēmas un iespējamus risinājumus.

1. Vai, Jūsaprāt, pārtikas pārpalikumu problēma Latvijā ir aktuāla, kāpēc?
2. Kā tā attiecas uz veikalēm?
3. Vai veikalā, kurā strādājat, pārtikas pārpalikumu problēma ir aktuāla?
4. Vai veikalā veidojas pārtikas pārpalikumi? Cik daudz, kādi? Kur liekat?
5. Vai veikalā, kurā strādājat, pārtikas pārpalikumi tiek automātiski uzskatīti par pārtikas atkritumiem vai tomēr tie vēl ir produkti, kurus var lietot uzturā un kuru izmantošanu vajadzētu risināt?
6. Vai kolektīvam ir doti norādījumi (rakstiski, mutiski) vai tie tiek apmācīti, kā rīkoties, lai neveidotos pārpalikumi, pārtikas atkritumi?
7. Vai saskatāt trūkumus pārtikas pārpalikumu pārvaldībā veikalā, kurā strādājat? Vai Jums ir plāni, ko gribētu mainīt, uzlabot?
8. Vai varat minēt konkrētu praksi/piemērus, kā veikalā tiek veicināta pārtikas pārpalikumu/atkritumu novēršana?
9. Vai darbiniekiem ir iespēja produktus, kuru derīguma termiņš ir iztecējis, paņemt tos par brīvu dienā, kad termiņš ir beidzies? Kāpēc nē?
10. Vai var novērot patērētāju ieinteresētību pirkt produktus, kuru termiņš drīz beigsies? Vai šie produkti tiek nocenoti? Vai šos produktus izdodas izpārdot?
11. Par cik % no sākotnējās cenas, produkta cena tiek samazināta, ja tā derīguma termiņš tuvojas beigām vai tas ir efektīvi?
12. Kāpēc ne par vairāk %? (pieņemot, ka cena tiek samazināta par 30%, cik esmu jau novērojusi)
13. Vai veikals atbalsta nestandarta (arī bojāts iepakojums) produktu pārdošanu?

14. Vai veikals sadarbojas (vēlētos sadarboties ) ar labdarības organizācijām, pārtikas bankām?

15. Vai veikals nodod (nākotnē plānots nodot) produktus, kuru minimālais derīguma termiņš ir beidzies, galapatērētājam vai labdarībai?

16. Vai tiek ziedoti produkti, kuru termiņš “izlietot līdz...” tuvojas beigām?

17. Vai veikalam ir izstrādāta prakse, kā kārtot un pārvaldīt noliktavu?

18. Vai veikalā ir noteikts, kā produkti tiek izkārtoti plauktos?

19. Vai COVID–19 laiks ir ietekmējis produktu pasūtījumu biežumu un daudzumu?

20. Vai pandēmijas laikā rodas vairāk PA vai tieši pretēji?

21. Vai Jums personīgi ir kādi ierosinājumi vai piebildes attiecībā uz pārtikas pārpalikumiem un atkritumiem, to apsaimniekošanu veikalā?

## 4. pielikums

### Intervija ar “pārtikas bankas” “Paēdušai Latvijai” vadītāju Agitu Kraukli

Labdien, mani sauc Krista Skrebele esmu Latvijas Universitātes Ģeogrāfijas un Zemes zinātņu fakultātes Vides zinātnes programmas maģistra studente. Maģistra darba ietvaros veicu pētījumu par pārtikas atkritumu novēršanu un pārtikas pārpalikumu apsaimniekošanu mazumtirdzniecības vietās. Pētījuma ietvaros veicu ekspertu intervijas, kas ar šo jautājumu saskarās ikdienā un ir tie, kas var ietekmēt un veicināt to, lai šis pētāmais sektors tiktu aktualizēts un risināts tā, lai veicinātu pēc iespējas pārvaldāmāku un pozitīvāku rezultātu.

#### 1. Kā Jūs raksturotu pārtikas pārpalikumu problēmu LV?

Jāsāk ar to, ka mēs kā sabiedrība nedaudz dzīvojam stereotipos, jo šķiet, ka visvairāk pārtiku izmet lielveikali un ražotāji, bet patiesībā visvairāk to dara māsaimniecības, kuras domā, ka to nedara. Diemžēl ir tā, ka liela daļa sabiedrības pērk par daudz un beigu beigās šiem produktiem beidzās termiņš un tie ir jāizmet vai cilvēkiem apnīk ēst vienu un to pašu un viņi izmet ārā. Tas kas attiecās uz veikaliem un ražotājiem, viņi ļoti plāno savas piegādes un pasūtījumus, ražošanu, jo viņi nav ieinteresēti tajā, ka kaut kas paliek pāri, jo tie ir viņu zaudējumi. Šis sektors nebūtu tas, kas grēko visvairāk, visvairāk tomēr grēko māsaimniecības. Kas attiecās varbūt uz apjomu, tad negribētos teikt, ka Latvija ir lielākie grēkāži, mēs kaut kādā ziņā plānojam un pēdējos gados šī tēma ir kļuvusi aktuāla, ka pat ģimenes ir sākušas pārdomāt, ko ēd, cik daudz pērk, sāk plānot. Latvija noteikti nav lielākā no pārtikas izšķērdētājām, ja skatās Eiropas kontekstā.

#### 2. Varbūt veikali ir tā platforma, kura var ietekmēt un veicināt to, lai māsaimniecībās mazāk veidojas pārtikas pārpalikumi?

Jā, viennozīmīgi, tas pats “Rimi”, kurš ir viens no “pārtikas bankas” lielākajiem partneriem, viņi pagājušā gada oktobrī, novembrī rīkoja informatīvo, sociālo kampaņu tieši ar mērķi uzrunāt patērētājus pārdomāt iepirkšanās paradumus, maltīšu plānošanu, lai izmestu pēc iespējas mazāk produktus. Lielveikali par to runā un ir “pārtikas bankas” sadarbības partneri, kas, ja gadījumā kaut kas paliek pāri, ir atraduši vēl vienu risinājumu, kā produktus vēl izmantot nevis izmest.

#### 3. Vai ziedotās pārtikas daudzums ir palielinājies kopš 2019.gada, kad tika pieņemti MK noteikumi Nr.514?

Drīzāk teiktu, ka nē, bet ir tā, ka ir radījusies iespēja dažādot šo pakas saturu, kā piemēru varu minēt, “Rimi” veikalu, kuri mums ziedo maizi un smalkmaizītes. Šādus

produktus mēs nevaram ielikt standarta pakā, jo ir ļoti īss derīguma termiņš, bet saņemot ziedojumu mēs varam tajā dienā papildus pie pakas iedot līdz, piemēram, maizi, cilvēki par to ir ļoti priecīgi. Ar šādiem ziedojumiem ir iespējams paku papildināt, bet šo produktu/ziedojumu, kuru minimālais derīguma termiņš “ieteicams līdz...” ir beidzies, nav tik daudz, lai no tiem varētu izveidot paku, pamats pakām joprojām ir citu veidu ziedojumi.

#### **4. Vai šo gadu laikā ir palielinājies tirdzniecības iestāžu skaits, kas ziedo pārtikas pārpalikumus? Pēc Jūsu domām, kāpēc tā?**

Mēs stabili sadarbojamies ar diviem veikalu tīkliem – “Maxima” un “Rimi”, kas attiecās uz citiem lielveikalu tīkliem, tad tur ir maza aizķeršanās, jo “Top”, “Elvi”, “Citro” un pārējie mazie veikali reģionos strādā kā franšīzes tipa veikali un tur nav iespējams uzrunāt konkrēto veikalu tīklu, tur ir jārunā ar konkrētā veikala vadītāju, kas šo procesu sarežģī. Otrs faktors, kas ietekmē to, ka nevar dažādēt sadarbību ar veikaliem, ir tas, ka reģionos ir ļoti maz izmestās pārtikas, reģionos arī pirkspēja ir mazāka, mazajos veikalos ļoti maz kas paliek pāri. Ja tas ir viens vai divi kukuliši, tad mums nav vērts tērēt resursus un braukt pakal pāris produktiem.

#### **5. Vai citos Latvijas reģionos arī pieņem pārtikas pārpalikumu ziedojumus? Vai tiek vesti no Rīgas? Kāpēc netiek attīstīts vietējais ziedojumu pieņemšanas punkts?**

Mums ir sadarbība ar vairāk nekā 40 reģionālajām labdarības organizācijām visā Latvijā un mēs darbojamies kā “jumta organizācija”, mēs esam tie, kas uztur šo projektu, piesaista ziedojumus, jo Rīga ir tā vieta, kur ziedo visvairāk un mēs tālāk ziedojumus sūtam uz šiem reģioniem (bet ziedojumus, kas ietilpst pārtikas pakā, ne tie, kas ir ar minimālā derīguma termiņa beigām). Reģionālie punkti veic pāršķirošanu, komplektēšanu un nodošanu tālāk ģimenēm.

Protams, būtu ātrāk un ērtāk, ja produktus varētu savākt no reģionu veikaliem, bet kā jau minēju, apjoms reģionu veikalos ir ļoti mazs un tas, kas attiecās uz produktiem, kuriem ir vizuāls defekts, kurus arī var saukt par pārtikas atlikumiem, tie, pēc veikalu iekšējiem noteikumiem, nonāk atpakaļ lielajās noliktavās līdz ar to, tā atkal ir Rīga, kur koncentrējās visas lielās noliktavas.

Kā arī jāņem vērā ierobežotais derīguma termiņš – visvairāk tiek ziedota maize, kurai pagarinātais termiņš ir vien 2 dienas, līdz ar to nav daudz laika to vadāt pa izdales punktiem un vēl nodrošināt izdali termiņa ietvaros.

## **6. Vai no ziedojumu saņēmējiem var redzēt atsaucību, vai Jums pēc tam šie pārpalikumi ir jāmet ārā?**

Šobrīd nav nekas jāmet ārā, tas apjoms, ko saņemam, pilnībā aiziet tiem, kam tas ir vajadzīgs. Tā kā ziedojumus saņem Rīgā, tad mēs Rīgā arī izdalām un viss tiek paņemts.

## **7. Pēc Jūsu domām, kāpēc veikali neziedo pārtikas pārpalikumus?**

Organizācijām, kurām ziedo produktus, pašiem ir jābrauc pakal ziedotajiem produktiem, bet bieži vien ir tā, ka reģionālā organizācija ir ar ierobežotu kapacitāti un nevar atbraukt pakal un ziedotājs nav gatavs izdarīt pilnīgi visu – saražot, norakstīt, aizvest. Tātad viens, ko var minēt ir organizāciju kapacitāte, kas veicina to, ka ziedotājs negrib ziedot produktus. Otrs faktors ir reputācijas jautājums, jo tas tomēr ir sensitīvs jautājums un bieži vien uzņēmējiem ir bijusi slikta pieredze un ir ļoti grūti pārlautz to aizspriedumu. Un trešais faktors, ko var minēt, ka izdevīgāk ir strādāt ar vienu organizāciju, nekā ar vairākām. Tas ir īpaši raksturīgi lielajām veikalu ķēdēm, kad viņi sadarbojas, piemēram, ar mums, zem kuriem ir vēl 40 organizācijas, nekā pašiem ar šīm 40 organizācijām.

Šobrīd likums atļauj ziedot uzreiz galapatērētājam, bet cik esmu runājusi ar veikaliem, šādai rīcībai ir arī daudz negatīvu aspektu – grūti nodrošināt higiēnas prasības un izsekojamību, kas ir PVD pamatnoteikumi, draudi uzņēmuma reputācijai – pie veikaliem cilvēki var kļūt agresīvi, apkārtējā vide var tikt piegrūžota gan ar produktu iepakojumu, gan pašu ziedojumu, šāda darbības praktizēšana var palielināt darbiniekiem papildus slodzi. Vienmēr jāpatur prātā, ka uzņēmumam nav pieredzes ziedojumu izdalē, tāpēc viņi sadarbojas ar labdarības organizācijām.

## **8. Vai ir kādi ieteikumi, kā uzlabot sistēmu, lai veikali vairāk ziedotu?**

Viens, kas noteikti ir jā dara, par šo tēmu ir jārunā, jārunā ar sabiedrību un uzņēmumiem, ka tas ir pilnīgi normāli, ziedot šāda veida produktus, ka tas nav nekas slikts. Patiesībā mēs neesam ļoti bagāta tauta, valsts, lai mēs atļautos pa labi, pa kreisi visu izšķērdēt. Tomēr ir jāpārdomā, kur mēs tos produktus liekam, jo varbūt kādam tā ir reāla maltīte. Ar sabiedrību ir jākomunicē, ar stāstiem, pieredzi, domāju, ka tas šobrīd ir jā dara.

Reģionālās NVO bieži vien sadarbojas ar pašvaldību transporta jautājumā. Katra pašvaldība vismaz 1 reizi mēnesī brauc uz Rīgu un pie viena var paņemt arī pārtikas pakas. Bet te jāskatās, cik atsaucīga ir konkrētā pašvaldība, vai mašīnā ir vieta, vai brauciena laiku var salāgot ar mūsu noliktavu. Paprasīt naudu ir visvieglāk, taču dažkārt to nemaz nevajag. Var palūgt pašvaldībai telpas bezatlīdzības lietošanā, ziedot nolietoto biroja tehniku, plauktus un citas noderīgas lietas.

## **9. Vai likumdošana ir pretimnākoša ziedošanas jautājumā, vai ir nepieciešami uzlabojumi?**

Pirms gada jau ieteicām izmaiņas, kas attiecās uz augu izcelsmes produktiem, jo šie produkti paliek arvien populārāki, kas tika arī pieņemti un papildināts saraksts ar šāda veida produktiem.

Īstenībā šie noteikumi, kas jau eksistē, ir ļoti labi, mēs piedalījāmies to izstrādē un, manuprāt, mēs jau esam iekļāvuši to, kas abām pusēm, mums un ziedotājiem, ir labvēlīgi. Laiks rādīs, parādās jauni produkti vai neizpratne, par to kādu termiņu piemērot konkrētiem ziedojumiem, mēs vienmēr varam zvanīt uz Zemkopības Ministriju un PVD un pajautāt visu vajadzīgo. Es domāju, ka pagaidām nevajag neko sarežģīt, tie likumi ir ļoti viegli un lai strādā, kā strādā.

## **10. Vai uzskatāt, ka Latvijā ir nepieciešamas vairāk “pārtikas bankas”, lai veicinātu plašāku pārtikas pārpalikumu apsaimniekošanu?**

Man liekas, ka ar vienu ir pietiekami. Latvijā ir daudz labdarības organizāciju pretstatot citām valstīm, tāpēc mūsu gadījumā izdevīgi būtu vēl vairāk paplašināt “pārtikas bankas” darbību, sadarboties ar vēl vairāk mazajām un attāļajām organizācijām, bet veidot vēl vienu šādu organizāciju, es nezinu vai tas ir vajadzīgs. Svarīgāk ir celt mūsu pašu kapacitāti.

## **11. Vai darbošanās šajā jomā ir tīri brīvprātīgs vai projektu darbs? Vai ieviešas arī atbildīgās personas veikalos u.c., lai šo problēmu risinātu? Vai būtu lietderīgs valsts vai finansiāls atbalsts no citām pusēm?**

Strādājam gadu no gada, projektu veidā, LVM daļu savas peļņas ziedo sociālajiem projektiem un mēs esam viens no tiem, kas šo ziedojumu saņem. Bet reģionālās organizācijas strādā pēc brīvprātīgo principa, bet paralēli piedalās ES projektos. Darbojamies kā projekts, ar daļēju finansējumu.

### **Piebilde no eksperta puses.**

Latvija ir valsts, kas ražo daudz graudaugu produktus, arī dažādu veidu gaļas un zivju konservi, mēs neesam tie, kas ražo ļoti daudz augļus un dārzeņus. Man ir bijušas daudz sarunas ar spāņiem, portugāļiem un viņiem tas lielais pārtikas atlikumu apjoms balstās tieši uz augļiem un dārzeņiem, jo tas ir tas, ko viņi ražo. Un šie ir tie produkti, kas diemžēl ļoti cieš pārtikas ķēdē, līdz galapatērētājam var nonākt ne tik kvalitatīvs. Un viņi šāda veida produktus ziedo labdarībai, bet mums šāda veida produktus īsti nevar nodot ziedošanai. Mums ir graudaugi, kuriem ir ļoti liels derīguma termiņš un pārsvarā šie produkti nepaliek

tik daudz pāri. Mēs ar “Rimi” runājam par to, ka pilota versijā varētu ņemt kā ziedojumus augļus un dārzeņus, paskatīties cik liels ieguvums tas ir mums. Šis produktu tips ir tas, ko cilvēkiem vajadzētu un ko arī prasa, bet tai pat laikā, cik resursi ir jāiegulda, jo šie produkti ir jāšķiro un kārtīgi jāpārskata. Man vispār šķiet, ka šķirošanu vajadzētu uzticēt lauku reģioniem, jo, ja tas tiek darīts Rīgā, tad nederīgie produkti tiek izmesti miskastē, bet lauku reģionos šos produktus var atdot dzīvniekiem vai kompostēt.

## 5.pielikums

### Intervija ar “Maxima Latvija SIA” komunikācijas vadītāju Lienu Dupati– Uguli

Labdien, mani sauc Krista Skrebele esmu Latvijas Universitātes Ģeogrāfijas un Zemes zinātņu fakultātes Vides zinātnes programmas maģistra studente. Maģistra darba ietvaros veicu pētījumu par pārtikas atkritumu novēršanu un pārtikas pārpalikumu apsaimniekošanu mazumtirdzniecības vietās. Pētījuma ietvaros veicu ekspertu intervijas, kas ar šo jautājumu saskarās ikdienā un ir tie, kas var ietekmēt un veicināt to, lai šis pētāmais sektors tiktu aktualizēts un risināts tā, lai veicinātu pēc iespējas pārvaldāmāku un pozitīvāku rezultātu.

#### **1. Kā Jūs raksturotu pārtikas pārpalikumu problēmu Latvijā?**

Tas nav tikai par Latviju, bet par Eiropu un pasauli kopumā, jo daudzumi, ko izmet ir mērāmi tonnās un lielāko daļu no tā izmet tieši mājsaimniecības. Līdz ar to mēs arī aktīvi iesaistāmies, lai, samazinātu šos te PP, jo tas ietekmē dabas resursu, cilvēku resursu. Skatoties no mūsu skatu punkta, apjoms, kas tiek izmests ārā no produktiem, ir aptuveni 1–2%, tāpēc, ka mums ļoti strikti viss ir balstīts prognozēs. Lai var precīzi plānot, cik daudz cilvēki varētu patērēt.

#### **2. Vai gadu laikā ir izstrādāta sistēma, kas pēc iespējas precīzāk var noteikt pieprasījumu?**

Mums to dara mākslīgais intelekts, ja tā var teikt. Tas vairs nav manuāls darbs, ir dažas kategorijas, ko vēl pasūta manuāli klāt, bet pārsvarā viss notiek elektroniski, ar sistēmas palīdzību. Protams, ka sistēma nevar paredzēt izmaiņas, kas saistītas ar pandēmiju, kas arī bija jūtams pagājušo gadu, kad Jāņos piegādāja pārāk daudz sieru, jo sistēma skatījās algoritmu, kas bija no iepriekšējiem gadiem, nevarēja paredzēt to, ka 2020.gadā Jāņus nesvinēs tik plaši, kā citus gadus. Bet šī sistēma ikdienas prognozēm ir precīzākais, kas var paredzēt cilvēku paradumus, algoritmiski skatoties uz to, kā produkti ir pirkti vēsturiski. Viennozīmīgi šis ir efektīvāks variants, kā manuāli veikt šos pienākumus.

Pagaidām ir informācija par to, ka šāda elektroniskā sistēma ir tikai lielākajos veikalos.

#### **3. Vai pārtikas pārpalikumu ziedošana prasa papildus resursus?**

Mums vides ilgtspējas politika ir iestrādāta stratēģiskā līmenī, tāpēc papildus tiek veltīti gan finanšu, gan darba resursi. Arī ar ziedošanu saistītajos darba pienākumos ir

papildus darbinieki, kas par to atbild – slēdz līgumus ar labdarības organizācijām, skaidrojošais darbs ziedojumu saņēmējiem un sistēmas izveidošana, kā tas vispār notiek.

**4. Vai ir jūtama ieinteresētība no organizāciju puses iesaistīties ziedošanas kampaņā?**

Palielinās, jā, regulāri.

**5. Kas, Jūsprāt, ir galvenie iemesli, kas attur tirdzniecības vietas ziedot produktus?**

Tas būtu jāprasa viņiem. Bet pieņemu, ka tas varētu būt saistīts ar resursiem, jo mums tas aizņem gan finansiālo, gan darba resursu, bet tā kā tas ir iestrādāts mūsu uzņēmuma pamatpolitikā, tad mums tam ir līdzekļi.

**6. Vai likumdošana atbalsta vai bremzē pārtikas pārpalikumu apsaimniekošanas procesu? Kuri normatīvi? Vai ir kādi ieteikumi uzlabojumiem?**

Jau pieņemtie MK noteikumi Nr.514, ir liels solis uz priekšu tam, ka var nodot šādus produktus labdarībai. Ko varētu vēl vairāk uzlabot darbību, būtu saistībā ar šo ziedošanu galapatērētājiem. Mēs it kā darām labu, bet tai pašā laikā, tas ir diezgan dārgs risinājums, varbūt var izstrādāt sistēmu, lai mazumtirgotājs būtu ieinteresēts ziedot. Nodokļu veidā vai tīri praktiskā veidā, varbūt sadarbojoties ar pašvaldībām, veidot punktus, kur cilvēki zina, ka var paņemt šos produktus. Ka šos produktus nedod tieši pie veikala, bet sadarbojoties ar pašvaldību, nodrošina kaut kādu vietu vai punktu, kur to darīt.

**7. Kāds ir iemesls ziedot pārtikas pārpalikumus?**

Mums ir ilgtspējīga vide, kas ietver arī PP, ka viss ir par resursu patēriņu, lai nebūtu lieki tie jāpatērē. Resursu lietderīga izmantošana.

**8. Vai tiek ziedoti produkti, kuru termiņš ir garāks?**

Jā, mums ir sadarbība ar ziedot.lv, kur nododam produktus, ja piemēram ir bojāts kāds iepakojums vai atnākusi pārāk liela krava. Tā, kā mums jau ir daudz organizācijas, kam ziedojam šos produktus ar beigušos minimālo termiņu, tad ziedojam arī viņiem produktus ar garu derīguma termiņu. Tagad ir arī projekts ar Bērnu Klīniskās Universitātes slimnīcas ēdnīcu, kur kopā ar sadarbības partneriem, ziedojam pārtiku, lai varētu gatavot maltītes.

Kas attiecās uz dzīvnieku izcelsmes produktu ziedošanu, tad līdz ar to, ka svaigai gaļai nepieciešams īpašs uzglabāšanas režīms, tad šo kategoriju neziedojam, tādējādi izvairoties no riska, ka produkti varētu tikt bojāti, nepareizi tos pārvaldājot.

**9. Vai Jums ir iespēja minēt kādus skaitļus vai apjomu, par kādiem pārtikas pārpalikumu daudzumiem ir runa vienā veikalā vai lielveikalā?**

Četru mēnešu laikā (janvāris–aprīlis 2021) “Maxima” ziedojuši 206 000 pārtikas vienību (viena vienība ir aptuveni 1kg) no 24 veikaliem 4 pilsētās – Rīgā, Jelgavā, Madonā un Liepājā.

**10. Kāpēc pārtikas ziedošanā piedalās tikai konkrētu pilsētu (Rīgas, Madonas, Liepājas) veikali?**

Mēs esam gatavi to darīt jebkurā reģionā, kur atrodas mūsu veikals, bet viss ir atkarīgs no labdarības organizācijām, jo citos reģionos tās nav tik aktīvas, citām nav saņemts PVD sertifikāts vai attiecīgi citi iemesli, kāpēc viņi nav pieteikušies. Mēs esam atvērti šādai sadarbībai. Ir runa arī par apjomiem, vai veikalā ir tik daudz produktu, ka viņi būtu ieinteresēti sadarboties.

**11. Kā pārtikas pārpalikumu problēma tiek risināta pārējos “Maxima” veikalos Latvijā?**

Īpaši netiek, pārējos veikalos galējais risinājums ir atkritumu tvertne.

**12. Kādi ir nākotnes plāni saistībā ar šo iniciatīvu?**

Pašlaik darām ko varam, jo PP rodas un izmantojam iespēju ziedot produktus.

**13. Vai uzskatāt, ka MK noteikumi Nr.514 ir ietekmējuši pārtikas atkritumu un pārpalikumu samazinājumu veikalos?**

Es domāju, ka viennozīmīgi, mums kā mazumtirgotājiem tas ir redzams, ka tiek samazināts šis daudzums. Jāuzsver, ka lielākos procentus ar PP veido mājsaimniecības un restorāni. Mēs kā mazumtirgotāji strādājam ļoti pārdomāti un mums no visa kopējā pārdotā PP ir tikai 1–2%. Mēs patērētāju izglītojam, lai nāk uz veikalu ar pirkuma sarakstu, nenāk uz veikalu izsalcis. Šāda veida padomus, kas var ietekmēt to, lai nav šie impulsa pirkumi. Mēs esam viens no posmiem, bet cilvēkiem jau ir savi paradumi un citreiz tos nevar mainīt, cilvēki ir raduši pirkt vairāk, kā patērē.

**14. Vai esat jau sākuši realizēt pārtikas produktu izplatīšanu pēc minimālā derīguma termiņa beigām galapatērētājiem? Kāpēc ne?**

Ir tā, ka tas vēl ir izstrādes procesā, jo ir jāsaprot, kā izdevīgāk un labāk šīs preces izsniegt galapatērētājiem. Ir arī praktiskie faktori, ka jāapzinās, ka pārsvarā tie, kas nāks pēc šiem produktiem būs maznodrošināti cilvēki un jāsaprot vai tas netraucēs ikdienas klientam. Ar labdarības organizācijām tas notiek centralizēti – atbrauc busiņš, savāc visu un aizved, bet šajā gadījumā ir jāpārdomā, kā labāk šo visu pārvaldīt. “Maxima” arī bija par šo noteikumu grozījumiem, ka var atdot tieši galapatērētājam, tieši dēļ maizes, jo tai ir vismazākais termiņš, kura laikā to var paņemt un organizācijas parasti brauc pēc produktiem reizi nedēļā, tāpēc maize ir tā, kuru vajag biežāk atdot.

## 6.pielikums

### **Intervija ar Agnesi Priekuli, kas Zviedrijā divus gadus bija “Foodsaving” aktīviste un Gēteborgā iesaistījās kopienas skapju popularizēšanas kampaņā**

Labdien, mani sauc Krista Skrebele esmu Latvijas Universitātes Ģeogrāfijas un Zemes zinātņu fakultātes Vides zinātnes programmas maģistra studente. Maģistra darba ietvaros veicu pētījumu par pārtikas atkritumu novēršanu un pārtikas pārpalikumu apsaimniekošanu mazumtirdzniecības vietās. Pētījuma ietvaros veicu ekspertu intervijas, kas ar šo jautājumu saskarās ikdienā un ir tie, kas var ietekmēt un veicināt to, lai šis pētāmais sektors tiktu aktualizēts un risināts tā, lai veicinātu pēc iespējas pārvaldāmāku un pozitīvāku rezultātu.

#### **1. Kā Jūs raksturotu pārtikas pārpalikumu problēmu Latvijā?**

Uz šo jautājumu es neesmu pilnīgi kompetenta atbildēt, bet kaut kāds priekšstats man ir. Kopumā problēma pastāv, Latvijā par šo problēmu publiski nerunā ne kompānijas, ne lielveikali, ne ražotāji, kas, manuprāt, ir galvenā problēma. Tāpat kā citās valstīs arī Latvijā noteikti ir gan pārpalikumi, gan ražošanas brāķi u.c. vienkārši industrija par to baidās runāt, es tā domāju. Domāju, ka cilvēkiem no vienas puses tas vairāk būtu jāpieprasa un, protams, arī tas, ka vienmēr tiek norādīts, ka tieši patērētājs, visvairāk nevajadzīgi izmet ārā pārtiku, nopērkot par daudz. Tas arī Latvijā eksistē, bet noteikti mazāk, kā bagātākajās valstīs, pārsvarā statistika liecina, jo augstāks dzīves līmenis jo vairāk cilvēki met ārā. Visas šīs problēmas pastāv arī Latvijā, bet man liekas, ka mērogi ir nedaudz mazāki.

Pārtikas ķēde ir milzīga, ļoti kompleksa sistēma, un man šķiet, ka ir negodīgi visu novelt uz patērētāju, arī Zviedrijā tas bija jūtams. Viss jau ir dizainēts patērētājam, lai viņš nopērk precī un pēc tam pastāv iespēja, ka viņš to izmetīs. Tāpēc ir jāvirzās uz aprites ekonomiku, kur viss notiek cikla veidā un ir padomāts, kas notiek katrā posmā, arī pārtikas ķēde šajā gadījumā nav izņēmums. Tieši tāpēc nav godīgi uzlikt gala atbildību tikai patērētājam un es piekrišu, ka tirgotāji ir tie, kas komunicē ar pircēju, viņiem arī jāmēģina iespēju robežās komunicēt, tādā veidā, lai cilvēks nopirktu tik, cik viņam vajag, bet var novērot tieši pretējo. Zviedrija mēģina ieviest dažādas taktikas, teiksim, nereklamē to, ka var nopirkt divus produktus pa vienu cenu. Ir vairākas lietas, ko zviedri savā politikā tagad mēģina ieviest. Latvijā šāda veida pircēju piesaiste vēl ir manāma.

#### **2. Kādi likumdošanas atbalsti ir jūtami attiecībā uz pārtikas pārpalikumu apsaimniekošanu Zviedrijā tirdzniecības vietās?**

Liels mīnuss ir tas, ka Zviedrija tikai tagad sāk domāt par to, lai cilvēki nepirktu par daudz. Ir būtiski attīstīta pārtikas atkritumu apsaimniekošana – Zviedrijā liela daļa pārtikas atkritumu tiek sadedzināta siltumenerģijas ražošanai. Liela daļa veikalu ķēžu pārtiku met atsevišķi no nepārtikas produktiem (iepakotu), un tas varētu liecināt, ka viņi to nodod biogāzes ražošanai, tikai kāds cits to izpako. Ir veikalu ķēdes, kas nešķiro nemaz, tas ir, pārtiku un ne-pārtiku met kopā (piemēram, Lidl). Šis posms Zviedrijā ir būtiski attīstīts, bet tikai tagad zviedri sāk domāt par patēriņa samazināšanu. Jaunākajos valsts ziņojumos var lasīt par uzdevumiem, kas veicinātu to, lai primāri tiktu samazināta pārtikas atkritumu veidošanās. Piemēram, bērnu izglītošana skolās par efektīvu ēdiena izmantošanu.

### **3. Vai Zviedrijā ziedotajai pārtikai tiek piemērots PVN?**

Ja godīgi, es nezinu, bet es zinu, ka Zviedrijā ar ziedošanu ir tā, kad mēs gājām uz tirdzniecības iestādēm lūgt sadarbības, tad lielākā daļa teica, ka jau sadarbojās ar organizācijām un, ka ar citiem nevēlamies. Tās citas bija labdarības organizācijas, bet tās ņēma tikai mazu daļu no produktiem, kurus ziedo. Zviedriem viss ir ļoti organizēti, piemēram, ja kāda organizācija grib dot pārtikas pakas, viņiem ir saraksts ar konkrētiem cilvēkiem un to daudzumu, un kādu pārtiku viņi ņem, līdz ar to viss ir diezgan neefektīvi no pārtikas pārpalikumu novēršanas perspektīvas.

### **4. Vai tirdzniecības iestādes ir ieinteresēti ziedot pārtiku? Kāpēc? Kāpēc nē?**

Es teiktu pārsvarā, ja skatās lielā mērogā uz to, ja viņi tiešām būtu ieinteresēti samazināt pārtikas atkritumus un pārtikas pārpalikumu daudzumus cik vien iespējams, tad viņi nav ieinteresēti, viņi vairāk ir ieinteresēti “green washing”. Viņi vēlas sev labu imidžu publikas priekšā, līdz ar to ir arī daudz reklāmas kampaņu par to. Piemēram, reklāmas kampaņa, ko izveidojusi lielveikalu ķēde, kur tiek paziņots, ka pircējiem ir iespēja samazināt pārtikas atkritumu daudzumu, jo veikali piedāvā produktus, kuru derīguma termiņi drīz beigsies, par samazinātu cenu. Kas Latvijā ir ierasta prakse, bet Zviedrijā tas tiek izmantots kā triks, lai parādītu, kā veikali domā par PA samazināšanu. Piemērs arī no pieredzes, kad tika uzrunāts veikals, kurš tikai kādus 10% no labas pārtikas atdod organizācijām, jo tām vairāk nevajag, tad bija jautājums, kāpēc nevar sadarbīties ar kopienas ledusskapjiem, lai lietderīgi izmantotu pēc iespējas vairāk pārtiku. Uz ko atbildēja ar to, lai sazinās ar menedžeri, kas par to ir atbildīgs. Vienam no uzņēmumiem, ar kuru gribējām sadarbīties bija persona, kas bija atbildīga par ilgtspējīgu attīstību, bet viņa tā arī neatbildēja mums uz e-pastiem. Ir skaidrs, ja tur nav peļņas, tad tā ir papildus menedžments, papildus darbs un darbinieki, tāpēc arī visticamāk, viņi nevēlas to darīt.

Bija arī laba pieredze, kur veikala menedžeris gribēja sadarboties un uzticeties mums, ļāva uzturēties veikala telpās, kur tiek nesta visa pārtika, kas tiktu mesta ārā. Mēs varējām paņemt to, kas nepieciešams kopienas skapim un nevienam netraucētas iet prom, bet šāds gadījums tiek balstīts uz ļoti lielu uzticēšanos.

Galvenā problēma, ar ko saskarās Zviedrijā ir tā, ka nevēlas algot papildus darbaspēku, jo tas dārgi izmaksā.

Piebilde no autores par to, ka viens no respondentiem minēja, ka nevēlas ziedot galapatērētājam, jo ir bijuši gadījumi, ka kāds cenšas produktu ar beigušos termiņu pēc tam pārdot uz ielas, kas liecina par to, ka sabiedrība nav gatava saņemt šādus ziedojumus.

Jā, no šī nevar izvairīties, tas ir kaut kā jāpieņem, ka mazākumā gadījumā kaut kas tāds var notikt. Arī Zviedrijā ir bijuši tādi gadījumi, kas attiecināmi arī uz kopienas ledusskapi, jo cilvēki ir dažādi, citi grib pirmie paņemt visus labākos produktus, tāpēc tika izveidots rindas princips, lai būtu godīgi. Bet pat tad ir cilvēki, kas sagaidot savu kārtu ņem, tik cik var, kaut aiz viņa vēl stāv rinda. Tāpēc arī šādu situāciju risināšana ir komunikācija ar cilvēkiem un liels darbs ar viņiem. Vienmēr būs cilvēki, kas nerīkosies ētiski vai mēģinās nopelnīt ar to, bet tas nav iemesls, kāpēc nepalīdzēt tiem, kam šis ēdiens tiešām ir nepieciešams iztikai nevis peļņai.

#### **5. Vai Zviedrijā pircējiem tiek akcentēta pārtikas pārpalikumu problēma (derīguma termiņu “ieteicams līdz...” / “izlietot līdz...” nozīme, informatīvs materiāls par pārtikas atkritumu novēršanu u.c.)?**

No lielveikalu puses īpaši pamanāms tas nav, bet ir bijuši gadījumi, ka veikali akcentē pārtikas pārpalikumu problēmu, jau minētais piemērs par produktu, kuru termiņš drīz beigsies, pārdošanu par zemāku cenu vai cita veikalu ķēde pārdeva kastes ar augļiem un dārzeņiem, kuriem bija manāmi defekti, par lētāku summu. Bet šādas iniciatīvas ir diezgan nepamanāmas, jo nav lielu kampaņu lielveikalos par šo problēmu, neesmu arī redzējusi, ka kāds izdotu brošūras vai receptes. Lielveikali grib parādīt, ka viņiem rūp vide, bet tai pat laikā tā nav prioritāte. Zviedrijā šis jautājums ir vairāk no valsts puses adresēts, valsts sadarbojas ar kompānijām, kurām ir lielveikalu ķēdes un ražotāji. Viņi mēģina sadarbības ceļā šo jautājumu risināt.

#### **6. Vai Jums liekas, ka no valsts puses ir jāriko sankcijas attiecībā uz ziedošanu, kā tas notiek Francijā, kur veikaliem (kas ir lielāki par 400m<sup>2</sup>) par produktu neziedošanu tiek uzlikts naudas sods?**

Man šķiet, ka pakāpeniski būtu labāk un valsts ir tā, kas var vairāk ietekmēt ar likumdošanu, jo nekāda cita prakse nav pierādīta, kas strādātu lielā mērogā un efektīvi. Viss

notiek, ja tas nes peļņu, ja netiek radīta sistēma, kurā ietaupīt vai nemest ārā tik daudz, ja tas nenes peļņu, tad tas tiks darīts, lai kādi ētiski iemesli tur nebūtu. Esmu dzirdējusi par LV ēdināšanas uzņēmumiem, ka cenšas neko nemest ārā, jo ir grūti nodokļu sistēmas dēļ, uzturēt ēdināšanas uzņēmumu, tāpēc cenšas pēc iespējas vairāk produktu izmantot. Neesmu dzirdējusi, ka lielveikaliem būtu grūtības samaksāt nodokļus vai būtu tik ļoti jāiespringst uz pārprodukciju, ka viņi ko tādu darītu.

#### **7. Vai Zviedrijā ziedot pārtiku kopumā ir aktuāli, vai ir organizācijas ir ieinteresētas? Vai ir ko ziedot, daudzuma ziņā ir izdevīgi ziedot?**

Es teiktu, ka šī ir tēma, par ko sabiedrībā runā, līdz ar to organizācijas ir ieinteresētas, protams, ir daudz organizāciju, kuras vēlas būt ne gluži labdarības organizācijas, bet vēlas veidot sociālo uzņēmējdarbību, kur nopelna ar to, kas veikaliem jau skaitās atkritumi. Ir ļoti daudz šādu projektu, kompānijas, kas ražo sidru no sarūgušiem āboliem, kas ir dabūti no veikaliem/ ražotājiem. Ļoti daudz ir novērojami šādi sociālie uzņēmumi. Interese ir, bet šobrīd, man liekas, tas vairāk ir domāts publiskai atrādīšanai, jo viss tas ir ļoti mazos procentos, respektīvi, kas tiek izmests ārā no tā, ļoti maza daļa nonāk projektos. Domāju, ka Zviedrijā arī ļoti neefektīvi pagaidām šis viss tiek risināts.

#### **8. Kas pēc Jūsu domām būtu jāuzlabo Latvijas kontekstā, saistībā ar pārtikas pārpalikumu apsaimniekošanu?**

Likumdošana būtu jāpadara skaidrāka, lai beidzot ziedotāji nebaidītos un, lai viņiem nebūtu attaisnojumi to nedarīt, tad varētu vieglāk to darīt, vismaz legālā ziņā. Un sabiedrības attieksme ir, protams, kaut kas tāds, ko ir ļoti grūti mainīt ātri, bet manuprāt, ar jauno paaudzi, tas strauji kļūs aktuālāk arī Latvijā.

#### **9. Kāda ir sabiedrības attieksme, “pieprasījums” un atsaucība uz pārtikas pārpalikumu lietošanu?**

Man šķiet, ka tā ir augoša. No vidējā zviedra, es teiktu, ka vēl arvien apzināšanās par šo jautājumu nav ļoti liela, bet notiek izglītošanas darbs, ar dažādiem projektiem. Šķiet, ka cilvēki ir ieinteresēti, bet vairāk tie, kas strādā šajā industrijā vai ir vides aktīvisti.

Kas attiecās tieši uz sabiedrības pieprasījumu uz šiem pārpalikumiem, tad nācās izmest arī mums (kopienas ledusskapī), kas galvenokārt bija maize, bet vismaz mēģinājām to izmest, bioloģiskajos atkritumu konteineros. Bet pārējos, svaigos produktus paņēma 20 minūtēs, cilvēkiem ir interese. Diemžēl maize ir tā, kas palika pāri, jo tā bija pieejama katru dienu un daudzuma ziņā, tā bija ļoti daudz.

#### **10. Vai darbošanās šajā jomā ir tīri brīvprātīgs vai projektu darbs? Vai ieviešas arī atbildīgās personas veikalos u.c., lai šo problēmu risinātu?**

Tas ko es darīju, bija pilnībā brīvprātīgs darbs, sākumā organizācija, kurā darbojāties, skaitījāties kā aktīvisti, bez nekāda statusa vispār, bet tad oficiāli kļuvām par NVO, tad mēs pievienojāties vēl lielākai organizācijai, kas saņēma dažādus finansiālus atbalstus, kas izpaudās, kā īres samaksāšana par vietu, kur atradās kopienas skapis. Bet tāpat saskarāties ar problēmām, piemēram, par benzīna izmaksām, tad vajadzēja radoši domāt, kā atrisināt šo problēmu.

Zviedrijā nav atsevišķu personu veikalos, kas atbildētu par ziedojumiem un pārtikas pārpalikumu apsaimniekošanu. Dažādām lielveikalu ķēdēm, bija dažādas hierarhijas struktūras, respektīvi, gadījums, par kuru jau stāstīju, ka vienā no veikalu ķēdēm uzzinājām par to amatu, kas atbild par ilgtspējīgu attīstību, bet izrādās, ka viņa bija vienīgā visā lielajā veikala ķēdē un ar viņu bija neiespējami sazināties, bet bija arī pozitīvi piemēri, ar kuriem bija sadarbība, tur gan atbildīgais par šiem ziedojumiem un pārpalikumiem bija konkrēta veikala menedžeris. Viss ir ļoti atkarīgs no veikalu struktūras, ir tādi, kuros ir viss ir centralizēti un izveidot sadarbību ir grūti, bet atsevišķos veikalos, var atrast personas, kas palīdzēs ar situāciju, pat, ja nav izveidots konkrēts amats. Bet pārsvarā šādu darbinieku, kas atbildētu par pārpalikumiem un ziedošanu, veikalos nav.

## 7.pielikums

### **Intervija ar Zemkopības ministrijas Veterinārā un pārtikas departamenta pārtikas drošuma un higiēnas nodaļas vadītājas vietnieci Guntu Evardsoni**

Labdien, mani sauc Krista Skrebele esmu Latvijas Universitātes Ģeogrāfijas un Zemes zinātņu fakultātes Vides zinātnes programmas maģistra studente. Maģistra darba ietvaros veicu pētījumu par pārtikas atkritumu novēršanu un pārtikas pārpalikumu apsaimniekošanu mazumtirdzniecības vietās. Pētījuma ietvaros veicu ekspertu intervijas, kas ar šo jautājumu saskarās ikdienā un ir tie, kas var ietekmēt un veicināt to, lai šis pētāmais sektors tiktu aktualizēts un risināts tā, lai veicinātu pēc iespējas pārvaldāmāku un pozitīvāku rezultātu.

#### **1. Vai Jūsprāt pārtikas pārpalikumu problēmu Latvijā ir aktuāla un kā tas izpaužas?**

Pēc manām domām, šī problēma bija aktuālāka 5 un vairāk gadus atpakaļ. Šobrīd šī problēma ir aktuāla, īpaši sabiedriskās ēdināšanas uzņēmumos. Tā kā ministrijā ir izstrādāti šie noteikumi, tikai attiecībā uz pārtiku, kuras minimālais derīguma termiņš “ieteicams līdz...”. Šie noteikumi ir izstrādāti tā, ka viņi nav obligāti visiem jāpiemēro, var piemērot tikai tie, kuri pieņem šādu lēmumu atdot šādu pārtiku pēc minimālā derīguma termiņa “ieteicams līdz...” beigām labdarības organizācijām un galapatērētājiem. To var darīt gan ražotājs, gan tirgotājs, gan izplatītājs. Apjautājot veikalus, kas piedalās šajā, var secināt, ka pārtikas daudzumi, kas tiek atdoti, nav nemaz tik lieli. Un, ja iespējams cilvēki domāja, ka varēs dabūt miltus, grūbas utt., tad tādu produktu ir ļoti maz. Kādēļ tika pieņemts lēmums, ka šos produktus var atdot arī galapatērētājam, jo maize pēc būtības ir produkts, kuram ir derīguma termiņš “ieteicams līdz...” , bet termiņš tomēr ir gana īss, tāpēc noteikumos minēts, ka maizi var izplatīt tikai 2 dienas pēc termiņa beigām un, ja labdarības organizācijas pārsvarā pēc produktiem brauc reizi nedēļā, līdz ar to maize ir tā, ko sanāk izmest ārā, tāpēc tika papildināti šie noteikumi, lai risinātu šo problēmu.

Es domāju, kas attiecās uz fasētu pārtiku, šie pārpalikumu daudzumi paliek mazāk un mazāk.

#### **2. Vai Jūsprāt, likumdošana Latvijā ir izstrādāta pietiekami, lai veicinātu pārtikas pārpalikumu izmantošanu?**

Attiecībā uz likumdošanu Latvijā ir stingrākas prasības nekā ES, tāpēc, ka Pārtikas aprites uzraudzības likumā ir pateikts, ka izplatīšanai nederīga pārtika ir tā, kurai beidzies

derīguma termiņš gan “izlietot līdz...”, gan “ieteicams līdz...” (izņemot MK noteikumus Nr.514) un šis aizliegums principā ir visu šo laiku, kopš esam ES.

Teikšu godīgi, pašreiz plānā nav kaut ko mainīt likumdošanā, bet pēc būtības mums ir stingrākas normas attiecībā pret pārtiku, kā ES kopumā. (Atbildes turpinājums pie nākamā jautājuma)

### **3. Kā ZM skatās uz ilgtspējīgākiem risinājumiem – lai lietojama pārtika netiktu izmesta, lai trūcīgāki cilvēki vieglāk tiktu pie pārtikas?**

Manuprāt, mēs šobrīd jau esam izdarījuši daudz tikai problēma ir tā, ka liela daļa veikalu tīklu nevēlās uzsākt šo sadarbību. Noteikumos esam iekļāvuši principā jebkuru organizāciju, kura atbalsta trūcīgos, vai kura nodarbojas ar labdarību, lai tās visas varētu piedalīties šajā projektā. Vienīgā, kas Latvijā strādā ar šo projektu ir “Maxima”, citas informācijas man nav. Es, piemēram, domāju, ka “Rimi” pašreiz neiesaistās, jo iekšējo politisko lēmumu vadīti, nevēlas pašreiz piedalīties šajā projektā. Bet par pārējiem man ir grūti teikt, jo no Latvijas Tirgotāju asociācijas prezidenta puses, ir grūti dabūt atbildes.

Kad apspriedāmies ar “Maximu” par šo projektu, viņi teica, ka iesākt šo projektu bija ļoti grūti, jo labdarības organizācijas īsti nesaprata, kas viņām ir jādara – reģistrācija PVD, līgumi ar tirdzniecības iestādēm u.c. Un var redzēt, ka šis ir arī izglītojošs process no veikala puses. Grūti pateikt vai no Latvijas tirgotāju asociācijas puses ir jūtams tas, ka tiek skaidrota šī te informācija kaut gan viņi bija ļoti iesaistīti šī projekta izstrādē, bet diemžēl nekādu atgriezenisko saiti no viņu puses neesam saņēmuši.

Svarīgi ir, lai iesaistītās puses pierastu pie jaunajiem noteikumiem, lai neteiktu, ka Latvijā tagad trūcīgiem cilvēkiem atdod vecu pārtiku (lielai daļai sabiedrības ir neizpratne derīguma termiņu izprašanā), mēs gribējām pakāpeniski ieviest uzlabojumus, lai sākumā pierod pie šīs situācijas un nākotnē ieviest jaunus nosacījumus.

### **4. Vai no tirdzniecības iestādēm ir saņemti ierosinājumi, ko varētu/vajadzētu uzlabot, lai vēl vairāk veicinātu pārtikas pārpalikumu apsaimniekošanu? Pēc kādiem kritērijiem ZM vadās, tos izvērtējot?**

Nē. Varu atbildēt tikai par “Maxima”, jo viņi informē par saviem sasniegumiem un datiem.

No “Paēdušai Latvijai” “pārtikas bankas” esam saņēmuši ierosinājumu, ka vajadzētu vairāk šo te produktu, kurus varētu ziedot, bet mēs nevienu nevaram piespiest piedalīties šajā projektā, ja viņi to nevēlas.

**5. MK noteikumos Nr.514 ir atrunāts, kurus produktus pēc “Ieteicams līdz...” datuma drīkst ziedot, kāpēc tie nav visi produkti ar minimālo derīguma termiņu?**

Tas ir tas pats faktors, ko es minēju par Latvijas ražotāju. Šis saraksts top sadarbībā ar ražotājiem, tirgotājiem, PVD un mēs arī termiņus, cik ilgi konkrētos produktus var nodot patērētājam, ņemām kā piemēru no citām Eiropas valstīm, kurās ir noteiktas līdzīgas prasības, piemēram, Itālijā un Lietuvā. Arī produktu saraksts tika ņemts pamatojoties uz viņu piemēriem. Bet tāpat ražotāji iebilst pret dažu produktu ilgāku šo te termiņu, kura laikā var nodot galapatērētājam. Arī BIOR iesaistījās šo produktu termiņu garumam, sākotnēji maizei bija plānots vairāk par šīm te 2 dienām, bet BIOR iebilda, ka vajag īsāku. Uz doto brīdi ir pieņemts optimālais variants izsniegšanas termiņu laikā. Kā arī pirms augustā pieņēma jaunus nosacījumus, ministrija nosūtīja iesaistītajām pusēm lūgumu ar ierosinājumiem, ar kādiem produktiem vēl var, vajag papildināt šo te sarakstu, saraksts tika papildināts, bet aktivitāte bija diezgan zema.

**6. Kādēļ Latvijā produktus, kuru minimālais derīguma termiņš “ieteicams līdz...” ir beidzies, nedrīkst tirgot? Vai to ir plānots mainīt? (ES Regulā Nr.1169/2011 nav teikts, ka to nedrīkst darīt)**

Ir bijušas diskusijas, ka varbūt varētu atļaut tirgot visu pārtiku pēc minimālā derīguma termiņa “ieteicams līdz...” beigām, bet ieinteresētās puses tam īsti nepiekrīta un tāpēc sākām ar pirmo soli, ar šādu produktu ziedošanu. Ieinteresētās puses pēc būtības šobrīd vairāk ir paši ražotāji, tāpēc, ka ražotājiem ir bijusi slikta pieredze, ka tika ziedoti produkti, kuru termiņš bija teju iztecējis, un pēc tam tika vainots ražotājs par to, ka patērētājam tiek atdots slikts, vecs produkts. Latvijā ražotāji ļoti baidās no tā, ka viņu produkcija tiktu neatzīta vai norādīts, ka tiek tirgots vecs produkts, jo sabiedrība ļoti skatās derīguma termiņus. Tādēļ arī liels daudzums no pārtikas pārpalikumiem rodas mājsaimniecībās, jo ir dažādi cilvēki, pat tādi, kuri ļoti seko līdz derīguma termiņiem, kas ir beidzies, to visu met ārā, pat, ja produkts vēl ir labs.

**7. Vai ir plānots veidot kādas akcijas vai projektus saistībā tieši ar patērētāju izglītību šajā jautājumā?**

VARAM ir izstrādājis Atkritumu apsaimniekošanas plānu, kur viena no sadaļām ir PA mazināšana un tur viens no punktiem ir patērētāju informēšana, arī tieši par derīguma termiņiem. Patērētājiem ir jāsaprot un jāizprot šo termiņu nozīmi, lai nebūtu aizspriedumi par to, kāda pārtika tiek ziedota.

**8. Attiecībā uz MK noteikumu Nr.514 grozījumiem, par to, ka produktus pēc minimālā derīguma termiņa “ieteicams līdz...” beigām, var nodot tieši galapatērētājam, vai Jūs esat dzirdējuši atsauksmes par šo grozījumu no tirdzniecības vietām?**

Pagaidām, cik esam runājuši, tad “Maxima” tas netiek praktizēts, bet, kad noteikumi tika izstrādāti šis veikalu tīkls bija tas, kurš uzstāja, ka šādiem grozījumiem ir jābūt. Bet varbūt tas ir saistīts ar COVID-19, jo veikaliem tagad ir daudz papildus pienākumu saistībā ar to, bet man grūti atbildēt, kāpēc šis netiek praktizēts.

**9. Kurā brīdī, Jūsaprāt, iestājas atbildības robeža, kur produkta patērētājs uzņemas atbildību par uzturā lietoto?**

Manuprāt, mēs katrs uzņemamies atbildību par to, cik daudz mēs pērkam un kā mēs šos produktus uzglabājam. VARAM izstrādātajā plānā ir ietverts izstrādāt informatīvu materiālu priekš patērētāja, mājsaimniecībām, lai būtu sekmīga šī pārtikas lietošana un mazāk izmestu.

## 8.pielikums

### Pārtikas produktu grupas un laikposms, kādā atļauts izplatīt pārtiku pēc minimālā derīguma termiņa "Ieteicams līdz .." beigām

N.p.k.	Pārtikas produktu grupa	Izplatīšanas laikposms
1.	Tēja, kafija, kakao	Līdz diviem mēnešiem
2.	Graudaugi, pākšaugu un to pārstrādes produkti (putraim, grūbas pārslas, manna u.tml.)	Līdz diviem mēnešiem
3.	Makaroni	Līdz diviem mēnešiem
4.	Milti, miltu maisījumi	Līdz diviem mēnešiem
5.	Ciete	Līdz diviem mēnešiem
6.	Medus, medus produkti	Līdz diviem mēnešiem
7.	Dārzeņu, augļu, ogu, garšaugu konservi, ievārījumi, džemi, sīrupi	Līdz diviem mēnešiem
8.	Mērces, kečupi, sinepes, mārrutki	Līdz diviem mēnešiem
9.	Rafinēta augu eļļa	Līdz diviem mēnešiem
10.	Nerāfinēta augu eļļa	Līdz vienam mēnesim
11.	Bezalkoholiskie dzērieni, sulas, nektāri, ūdens	Līdz diviem mēnešiem
12.	Zefīri	Līdz divām nedēļām
13.	Cukura konditoreja (karameles, ledenes u.tml.)	Līdz diviem mēnešiem
14.	Cepumi, čipsi, sāļās uzkodas	Līdz diviem mēnešiem
15.	Brokastu pārslas, mušļi	Līdz diviem mēnešiem
16.	Žāvēti augļi un dārzeņi, garšvielas	Līdz diviem mēnešiem
17.	Sterilizēti zvejas produkti, dzīvnieku izcelsmes produkti un jauktie konservi	Līdz diviem mēnešiem
18.	Saldēti augu izcelsmes produkti (ogas, dārzeņi u.tml.)	Līdz diviem mēnešiem
19.	Sausās zupas, želejas, kartupeļu biežputras u.tml.	Līdz diviem mēnešiem
20.	Graudaugu galetes, sausiņi, sausbaranciņas u.tml.	Līdz diviem mēnešiem
21.	Maize	Divas dienas
22.	Smalkmaizītes, kļiņģeri, kēksi	Divas dienas
23.	Saldēta mīkla, maize smalkmaizītes, picas	Līdz diviem mēnešiem
24.	Sukādes, augļu–ogu produkti	Līdz diviem mēnešiem
25.	Sāls, cukurs, etiķis	Līdz diviem mēnešiem
26.	Negrauzdēti rieksti un sēklas un to produkti	Līdz diviem mēnešiem
27.	Maize un smalkmaizītes, iepakotas aizsargatmosfērā	Līdz divām nedēļām
28.	Augu izcelsmes dzērieni, kas nav minēti šā pielikuma 11.punktā	Līdz diviem mēnešiem
29.	Augu izcelsmes deserti, sojas izstrādājumi, tofu, mērces, sojas desas, kviešu nageti, pastētes u.tml.	Līdz diviem mēnešiem
30.	Saldējums	Līdz diviem mēnešiem

## 9. pielikums

**Aktuālie dati par pārtikas ziedošanu "Maxima" veikalu tīklā. Dati par laika posmu no 2021.gada janvāra līdz 2021.gada aprīlim. Vienas vienības vērtība ir 1kg**

LI I Maizes izstrādājumi	109 129.142
LJ I Dārzeņi	35 312.597
LK I Augļi, ogas	50 638.387
PA I Miltu konditorejas izstrādājumi	7 567.777
PG I Cita bakaleja	993.000
PH I Karstie dzērieni (kafija, tēja, sausā piena aizv.)	653.826
PI I Bezalkoholiskie dzērieni	1 826.000

**10. pielikums**

**Pētījuma ietvaros izstrādāti ierosinājumi, kas veicinātu pārtikas atkritumu un pārpalikumu samazināšanu veikalos**

Pasūtīšana	Izmantot elektroniskās sistēmas palīdzību, lai noteiktu produktu pasūtījumu biežumu (novērots pētījumā) Sekot līdz produktu noietam (novērots pētījumā); Ja piegādā par daudz (kļūdas dēļ), tad produktus ziedo (novērots pētījumā).	Piegādāt nebojātus produktus, kas attiecās uz vairumtirdzniecības un piegādātāju sektoru – sekot līdz pārvadājumu kvalitātei, to atbilstībai un piegādāto produktu kvalitātei (novērots pētījumā).	Regulāri pasūtīt produktus (1–2 reizes nedēļā) (novērots pētījumā); Sekot līdz produktu noietam; Komunicēt ar klientiem par precēm un to pieejamību (novērots pētījumā); Pasūtīt tikai nepieciešamo (novērots pētījumā).
Izkārtojums	“Pirmais iekšā, pirmais ārā” princips (prakse jau tiek piekopta) Regulāri seko līdz termiņiem (novērots pētījumā); Papildināt plauktus ar jauniem produktiem, kad 1/3 no iepriekšējiem ir iztirgoti (novērots pētījumā).		“Pirmais iekšā, pirmais ārā” princips (novērots pētījumā); Regulāri sekot līdz termiņiem (novērots pētījumā).
Darbinieku pienākumi/apmācības	Iegulda darbu apmācībās, pamatojot nepieciešamību sekot līdz termiņiem un uzraudzīt darbinieku darbu (novērots pētījumā); Izstrādāta stratēģija, vadlīnijas, kas jādara, lai neveidotos PA un kāpēc būtiski novērst PA rašanos (secināts pēc pētījuma izstrādes); Izveidots atsevišķs amats, kas seko līdz šim problēmjautājumam veikalā (novērots pētījumā).	Informatīvi kursi no ZM puses par PA un PP problēmu pārtikas sektorā, par rīcībām un iespējām, ko darīt, lai pēc iespējas vairāk novērstu PA rašanos un kā veicināt patērētāju informētību (secināts pēc pētījuma izstrādes);	Iegulda darbu apmācībās, pamatojot nepieciešamību sekot līdz termiņiem un uzraudzīt darbinieku darbu (novērots pētījumā); Informatīvs materiāls par to, kā rodas PA, cik daudz rodas un kāpēc svarīgi pēc iespējas vairāk novērst to rašanos – komandas darbs, kas veicina PA samazināšanu (secināts pēc pētījuma izstrādes).
Tehniskie parametri	Aukstumskapji augļiem un dārzeņiem (novērots pētījumā);		Aukstumskapji augļiem & dārzeņiem (novērots pētījumā);

	Sekot līdz iekārtu kvalitātei un jaudai (novērots citos pētījumos).		Sekot līdz iekārtu kvalitātei un jaudai (novērots citos pētījumos).
Nestandarta produkti	Par lētāku summu pārdot produktus, kuru iepakojums vai izskats nav standarta un atbilst cilvēku patēriņam (novērots pētījumā, Eiropas valstu piemērs).		Ja ir iespēja realizēt ēdināšanā (novērots pētījumā); Par lētāku summu pārdot produktus, kuru iepakojums vai izskats nav standarta un atbilst cilvēku patēriņam (novērots pētījumā, Eiropas valstu piemērs).
Klientupircēju paradumi/ informēšana	Aktualizē jautājumu par PA un PP pircēju vidū – runā par to, ka tā ir problēma, kā to risināt gan no tirgotāju, gan patērētāju puses (secināts pēc pētījuma izstrādes); Informatīvs materiāls par derīguma termiņu nozīmi/skaidrojumu(Eiropas valstu piemērs).		Komunicēt ar pircējiem par PP un PA problēmu, to risināšanu (secināts pēc pētījuma izstrādes);
Cenu stratēģija	Akciju “pērc 3 maksā par 2” un līdzīgu izskaušana (Eiropas valstu piemērs); Produktu nocenošana, ja tiek darīts laicīgi, sākot ar 30%, tad 50% un līdz pat 70% (novērots pētījumā); Izcelta cenu atšķirība un izvietots atsevišķos plauktos, vietās veikalā (novērots pētījumā); Ja produkts netiek izpirkts, tad vai nu pārdod ar maksimāli lielu atlaidi vai atdod par brīvu darbiniekiem (novērots pētījumā).		Akciju “pērc 3 maksā par 2” un līdzīgu izskaušana (Eiropas valstu piemērs); Produktu nocenošana, ja tiek darīts laicīgi, tad 30%, tad 50% un līdz pat 70% (secināts pēc pētījuma izstrādes); Izcelta cenu atšķirība un izvietots atsevišķos plauktos, vietās veikalā (novērots pētījumā); Ja produkts netiek izpirkts, tad atdod to darbiniekiem (novērots pētījumā).

## 11.pielikums

Novērojumi, kādi veikti pētījuma ietvaros, attiecībā uz veikalu darbību, lai veicinātu PA un PP novēršanu. Veikali apzīmēti ar V1...V27, sarkanā krāsā iekrāsoti tie veikali, kur tika intervēti darbinieki, zilā krāsā iekrāsoti tie veikali, kuru darbinieki un vadītāji ir viena persona, ar dzeltenu fonu iekrāsoti veikali, kas atrodas pilsētā. Ar oranžu un zilu krāsu iekrāsotas darbības, kas padziļināti raksturo konkrētus novērojumus. M un L burti apzīmē veikalus lielumus (M – mazie, L - lielāki)

Darbības tirdzniecības vietās, kas veicina PA un PP novēršanu un apsaimniekošanu	V1 (L)	V2 (M)	V3(L)	V4(L)	V5(L)	V6(L)	V7(M)	V8(M)	V9(M)	V10(M)	V11(M)	V12(M)	V13(M)	V14(M)	V15(M)	V16(M)	V17(M)	V18(M)	V19(M)	V20(M)	V21(M)	V22(M)	V23(M)	V24(M)	V25(M)	V26(M)	V27(M)
Tiek ievērota PA apsaimniekošanas hierarhija	+/ -	+	+/ -	+/ -	+/ -	+/ -	+/ -	+	-	+	-	+/-	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+/-	+/-	+	+/-	+	+
Tirgotāji atved bojātu preci		+									+	+	+	+	+		+	+	+/-			+/-					
Tiek sekots līdz produktu derīguma termiņiem	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+
Pārdod nestandarta produktus	-	-	+	-	+	+		+	-		-	-	-		+/-	+/-	-	-	-	+	-		+/-	+	+	-	+
Augļu un dārzeņu turēšana aukstumskapjos	+/ -	-	+/ -	+/ -	+/ -	-		-		-	-	+		-		-		+	+/-			+/-		-	-	-	-



Produktus, kuru termiņš ir beidzes, tajā dienā ir iespēja paņemt bez maksas	-	+	-	-	-	-	-	+		+	+	+		+	+			+		+			+	+
Produkti, kuru termiņš ir beidzes, tajā dienā ir iespēja to nopirkt	+	-	+	+	+	+	+	-	+	+	-		+			+		+	+		+	+		+
Produkti, kuru termiņš "ieteicams līdz..." ir beidzies, var patērēt darbavietā	+		+	+			+																	
Produkti, kuru termiņš tuvojas beigām, tiek realizēti ēdināšanas iestādē			+	+								+							+				+	+



