

Iwona Escher, Joanna Petrykowska
Uniwersytet Mikołaja Kopernika w Toruniu

Proekologiczne zachowania młodych polskich konsumentów

Streszczenie

Tematyka artykułu dotyczy zachowań konsumenckich zaliczanych w literaturze przedmiotu do kategorii zachowań proekologicznych. Głównym celem rozważań jest określenie zakresu oraz częstotliwości takich zachowań przez młodych polskich konsumentów. Dla realizacji założonego celu wykorzystano literaturę z zakresu zachowań nabywców, dane wtórne dostępne w opracowaniach badawczych opisujących proekologiczną aktywność polskich konsumentów oraz dane pozyskane z badania własnego przeprowadzonego w okresie luty-marzec 2014 r. metodą ankiety audytoryjnej na nielosowej próbie 617 respondentów (studentów Uniwersytetu Mikołaja Kopernika w Toruniu oraz Wyższej Szkoły Bankowej w Toruniu). Większość z poddanych pomiarowi osób podzieliło pogląd mówiący o tym, że obecny oraz przyszły stan środowiska naturalnego jest zależny od aktywności proekologicznej konsumentów, a jego poprawa nie jest możliwa bez odpowiedniej edukacji ekologicznej. Z drugiej strony, pozyskane dane wskazały, iż nie wszyscy z badanych podejmują zachowania proekologiczne, a jeśli podejmują – to w różnym zakresie i z różną częstotliwością. To stanowi podstawę do wysunięcia wniosku, że poglądy młodych polskich konsumentów nie zawsze idą w parze z działaniami przez nich podejmowanymi. Powodem niespójności może być m.in. typowa dla ich młodego wieku niedojrzałość i niestałość w obszarze ich sfery poznawczej, emocjonalnej oraz behawioralnej. Jej zidentyfikowanie wskazuje na potrzebę intensyfikacji prowadzonej w Polsce edukacji ekologicznej tak, aby w większym stopniu sprzyjała ona wykształceniu u młodych osób (konsumentów) poglądów uznających potrzebę dbałości o środowisko naturalne i spójnych z nimi zachowań proekologicznych.

Słowa kluczowe: młody konsument, zachowania proekologiczne.

Kody JEL: M31, Q57

Wstęp

Zachodząca w Polsce degradacja środowiska naturalnego wymusza wprowadzanie stosownych zmian legislacyjnych (zintensyfikowanych przez wstąpienie do struktur Unii Europejskiej), które zobowiązują polskich przedsiębiorców oraz poszczególnych obywateli do kierowania się w podejmowanym działaniu zasadami tzw. zrównoważonego rozwoju. W zakres tych zasad wpisują się również kwestie związane z ochroną środowiska naturalnego. W konsekwencji ich wprowadzania inicjowane są liczne działania zachęcające do podejmowania przez poszczególne jednostki (mieszkańców kraju) zachowań określanych mianem proekologicznych. Równoległe do nich prowadzone są też szeroko zakrojone dzia-

łania informacyjne i edukacyjne, ukierunkowane na budowanie świadomości ekologicznej obywateli. Konieczność ich podejmowania wynika wprost z konkretnych regulacji prawnych. Wystarczy wspomnieć tu chociażby o Artykule 77 ustawy Prawo Ochrony Środowiska (Ustawa... 2011), nakładającym obowiązek wprowadzenia problematyki ochrony środowiska w podstawach programowych kształcenia ogólnego dla wszystkich typów szkół oraz kursów prowadzących do uzyskania kwalifikacji zawodowych. Art. 78 tej ustawy zobowiązuje środki masowego przekazu do kształtowania pozytywnego stosunku społeczeństwa do ochrony środowiska oraz popularyzowania zasad tej ochrony w publikacjach i audycjach, a Art. 80 zakłada eliminowanie w działalności promocyjnej (w tym reklamowej) treści propagujących model konsumpcji sprzeczny z zasadami ochrony środowiska i zrównoważonego rozwoju¹.

Edukacja na rzecz ochrony środowiska stała się w Polsce elementem tzw. edukacji formalnej (realizowanej na poziomie nauczania przedszkolnego, wczesnoszkolnego, szkoły podstawowej, gimnazjum, szkoły ponadgimnazjalnej), a dodatkowo wspierana jest przez edukację pozaformalną prowadzoną przez organizacje pozarządowe, Ministerstwo Środowiska, samorządy, instytucje lokalne czy wspomniane środki masowego przekazu. Obowiązek wprowadzenia problematyki ochrony środowiska nie obejmuje jednak szkół wyższych (co ma istotne znaczenie z punktu widzenia próby poddanej pomiarowi w badaniu pierwotnym, szerzej opisanym w kolejnej części artykułu). Odnoszące się do nich Rozporządzenia Ministra Nauki i Szkolnictwa Wyższego w sprawie Krajowych Ram Kwalifikacji wymagają od studentów zdobycia wiedzy i umiejętności z zakresu zrównoważonego rozwoju (w tym konkretnych zagadnień związanych z ochroną środowiska) jedynie w przypadku niektórych kierunków studiów (studia w zakresie nauk przyrodniczych, rolniczych, leśnych, weterynaryjnych). Poza tymi zapisami, uczelnie mają pełną autonomię w zakresie tworzenia programów zajęć i rozwijania obszarów aktywności studenckiej. W konsekwencji, w niektórych szkołach wyższych realizuje się więcej, w innych mniej działań ukierunkowanych na budowanie świadomości ekologicznej studentów i podejmowanie przez nich konkretnych zachowań korzystnych z punktu widzenia środowiska naturalnego.

Niezależnie od uchybień pojawiających się w zakresie prowadzonej w Polsce edukacji ekologicznej² założyć można, że obecnemu pokoleniu młodych polskich konsumentów nie są obce kwestie ekologiczne. Tworzą je bowiem osoby, które w znacznie większym stopniu niż pokolenie starszych polskich konsumentów miały możliwość nabycia wiedzy ekologicznej i wykształcenia nawyków sprzyjających poszanowaniu środowiska przyrodniczego. Celem niniejszego opracowania jest zweryfikowanie, na ile takie przypuszczenie jest

¹ Zob. także: ustawa z dnia 1 lipca 2011 r. o zmianie ustawy o utrzymaniu czystości i porządku w gminach oraz niektórych innych ustaw; ustawa z dnia 29 lipca 2005 r. o zużytych sprzęcie elektrycznym i elektronicznym; ustawa z dnia 7 września 1991 r. o systemie oświaty z późn. zmianami; ustawa z dnia 16 kwietnia 2004 r. o ochronie przyrody; Rozporządzenie Ministra Edukacji Narodowej z dnia 27 sierpnia 2012 r. w sprawie podstawy programowej wychowania przedszkolnego oraz kształcenia ogólnego w poszczególnych typach szkół; Rozporządzenie Ministra Nauki i Szkolnictwa Wyższego z dnia 17 stycznia 2012 r. w sprawie standardów kształcenia przygotowującego do wykonywania zawodu nauczyciela; Rozporządzenie Ministra Nauki i Szkolnictwa Wyższego z dnia 2 listopada 2011 r. w sprawie Krajowych Ram Kwalifikacji dla Szkolnictwa Wyższego; *Polityka ekologiczna państwa w latach 2009-2012 z perspektywą do roku 2016* i wiele innych.

² Zob. zakończenie artykułu.

prawdziwe w przypadku studentów, którzy zostali poddani pomiarowi w badaniu własnym opisanym w kolejnej części.

Studenci (jako grupa społeczna) mają swoją specyfikę, będącą wypadkową ich wieku, aktualnego statusu zawodowego, podobieństwa (w pewnych granicach) potrzeb i obowiązków, a także przemian, które zachodzą w ich życiu. Mimo wkroczenia w formalną dorosłość (pełnoletność), liczoną w Polsce od wieku 18 lat, i dysponowania znaczącą już samodzielnością decyzji (również zakupowych), nie zawsze samodzielnie dysponują funduszem nabywczym (bywa, że ich samodzielność decyzji nie jest połączona z pełną dojrzałością pod względem ekonomicznym). Mimo że jako segment nabywców są już atrakcyjnym rynkiem docelowym dla wielu produktów i obiektem oddziaływania rynkowego wielu organizacji, to jednak (z uwagi na młody wiek) w wielu obszarach nadal okazują się konsumentami niedojrzałymi, zmiennymi w zakresie swoich postaw i preferencji, chętnie próbującymi nowych produktów i nowych doświadczeń, podejmującymi decyzje o różnym stopniu racjonalności. Dzięki łatwości zdobywania informacji (zwłaszcza przez Internet), otwartości na nowe doświadczenia, swobodzie komunikacji, podróżowania oraz poznawania innych kultur, szybko podnoszą poziom swojej wiedzy, ale też stosunkowo łatwo ulegają wpływom otoczenia, w tym liderów opinii, grup odniesienia (zwłaszcza rówieśniczych), mediów, a także licznych trendów i nowych idei, wyznaczających sposób ich zachowania i postrzegania rzeczywistości (Olejniczuk-Merta 2001; de Pourbaix 2011; Smyczek, Sowa 2005; Wolny 2005). Wśród owych idei pojawiają się także takie, które inspirowane są przez liczne trendy określane mianem „eko” (np. *downsize your lifestyle*, *rental culture*, *swap trading*, *carpooling* itp.). Trendy te są obecne w Polsce od dłuższego czasu i ulegają wzmocnieniu w efekcie przenikania się nowych stylów życia, trendów w modzie (np. *eco fashion*), trendu powrotu do natury (*back to basis*) i poszukiwania oszczędności w codziennych zachowaniach (mniejsze marnotrawstwo żywności, dłuższe użytkowanie produktów, oszczędzanie zużycia wody i energii itp.) (Frątczak-Rudnicka 2014).

Charakterystyka zrealizowanego badania własnego

Wspomniane badanie własne zostało zrealizowane metodą ankiety audytoryjnej w okresie luty-marzec 2014 r. Wzięło w nim udział 617 respondentów, którzy zostali dobrani do badania w sposób nielosowy. Jednostkami próby byli studenci studiów stacjonarnych Uniwersytetu Mikołaja Kopernika w Toruniu (na kierunkach: Zarządzanie, Ekonomia, Finanse i rachunkowość, Praca socjalna) oraz Wyższej Szkoły Bankowej w Toruniu (na kierunku Zarządzanie). Były to osoby w przedziale wieku od 18 do 26 lat (por. tabela 1), mieszczące się w myśl większości klasyfikacji dostępnych w literaturze z zakresu zachowań konsumentów w obszarze segmentu tzw. młodych konsumentów (Kusińska 2005; Olejniczuk-Merta 2008)³. W programie realizowanych przez nich studiów w różnym stop-

³ Nawiązując do zagadnienia „młodego konsumenta” przyznać trzeba, że w obszarze definiowania przedziału wiekowego osób, które mogą być zaklasyfikowane do tego segmentu rynku nie ma jednoznacznych rozstrzygnięć. Zależnie od autora, celu czy też dyscypliny naukowej pojęcie „młodości”, „młodego człowieka”, „osoby młodej” jest rozważane z uwzględnieniem dodatkowych kryteriów np. prawnoformalnych, psychologicznych czy ekonomicznych.

niu, a także z odmiennych perspektyw uwzględniane były zagadnienia związane z kształceniem proekologicznym. Ich rozpoznanie nie było jednak przedmiotem opisywanego tu badania, podobnie jak historia wcześniejszej (szkolnej i pozaszkolnej) edukacji ekologicznej respondentów. Opisane jednostki badania poddano pomiarowi w trakcie zajęć dydaktycznych odbywających się w ich macierzystych uczelniach. Stosownie do zaproponowanej metody zbierania danych, instrumentem pomiarowym wykorzystanym w badaniu był kwestionariusz ankietowy. Składał się z dziesięciu pytań podstawowych (były to w większości przypadków rozbudowane pytania zamknięte lub półotwarte) oraz trzech pytań metryczkowych.

Tabela 1

Charakterystyka osób biorących udział w badaniu (n=617)

Kryterium	Liczebność	Udział procentowy
Płeć respondentów		
kobiety	433	70,2
mężczyźni	184	29,8
Wiek respondentów		
od 18 do 20 lat	375	60,8
od 21 do 23 lat	211	34,2
od 24 do 26 lat	31*	5,0

* Niewielki udział w próbie osób w wieku 24-26 lat wynika z mniejszego ich udziału w populacji studentów studiów stacjonarnych wybranych do badania kierunków. Z uwagi na to, że próba badawcza nie była dobierana w sposób losowy, a jedynym kryterium uwzględnianym w doborze jednostek próby była uczelnia i kierunek realizowanych studiów, nie podejmowano wysiłków w kierunku odzwierciedlenia w próbie w sposób wierny udziałów procentowych studentów należących do poszczególnych grup wiekowych istniejących w populacji, z której próbę nielosową pobrano.

Źródło: opracowanie własne na podstawie wyników badania.

Opisane osoby zostały poddane pomiarowi, którego celem było m.in. ustalenie zakresu i częstotliwości podejmowanych przez nie zachowań proekologicznych. Zakres analizowanych zachowań proekologicznych, o które pytano w pomiarze ustalono na podstawie analizy danych wtórnych pochodzących z badań o zbliżonej tematyce prowadzonych na polskim rynku. Wiele z tych badań wskazuje, że odsetek mieszkańców Polski podejmujących różnego rodzaju zachowania uwzględniające potrzebę ochrony środowiska (tj. zachowania proekologiczne) stopniowo wzrasta, choć jeszcze w wielu aspektach uzyskiwane wyniki nie są zadowalające, a dodatkowo uzależnione są od płci, wieku badanych osób, poziomu ich dochodu czy miejsca ich zamieszkania (*Badanie...* 2011; 2012; 2013). Niezależnie od uzyskiwanych w tych badaniach wskazań, najczęściej do kategorii wspomnianych zachowań proekologicznych kwalifikowane są przez badaczy następujące: sortowanie śmieci, oszczędzanie zużycia wody i prądu, wyrzucanie zużytych baterii i przeterminowanych leków do specjalnych pojemników, zakup produktów w opakowaniach podlegających recyclingowi, korzystanie w trakcie zakupów z toreb wielorazowego

użytku lub biodegradowalnych, unikanie zakupu produktów testowanych na zwierzętach (Wądołowska 2011; *Badanie...* 2011; 2012; 2013). Wymienione zachowania uwzględniono w konstrukcji kwestionariusza ankietowego wykorzystanego w zrealizowanym badaniu, przy czym należy podkreślić, że wzorem innych badań o zbliżonej tematyce (Wądołowska 2011; *Badanie...* 2011; 2012; 2013), pytania kwestionariuszowe dotyczące aktywności respondentów w zakresie owych zachowań oparte zostały jedynie na ich deklaracjach. Wnioskowanie prowadzone na podstawie danych uzyskanych z badania oparte zostało zatem jedynie na deklaracjach respondentów, a nie na rzeczywistym pomiarze ich zachowań. Z uwagi na rozległość, różnorodność i ciągłość rozważanych zachowań proekologicznych, prowadzenie ich pomiaru jest bowiem wielce utrudnione, a dla wielu badaczy (z uwagi na brak odpowiednich instrumentów pomiarowych i dostępu do konkretnych źródeł informacji) niemożliwe. Jest zrozumiałe, że deklaracje respondentów nie zawsze idą w parze z działaniami podejmowanymi, stąd uzyskane wyniki (prezentowane w kolejnej części artykułu) należy traktować jedynie jako pewne przybliżenie rzeczywistego obrazu badanych zjawisk występujących w realnym świecie badanych.

Działania proekologiczne realizowane przez respondentów

Wyniki zrealizowanego badania wskazują, iż uwzględnione w nim zachowania proekologiczne podejmowane są (choć z różną częstotliwością) przez zdecydowaną większość respondentów. Największa grupa badanych studentów (93%) zadeklarowała sortowanie śmieci, z czego 56% przyznało, że robi to „zawsze, kiedy ma taką możliwość”⁴. Zbliżony odsetek ankietowanych przyznało, że oszczędnie użytkuje wodę (91,7%) oraz energię elektryczną (89,6%). W obu przypadkach również przeważają osoby, które podejmują te działania „zawsze, kiedy mają taką możliwość” (odpowiednio: 54,3% oraz 51,2%). Opisane zachowania przynoszą wymierne korzyści ekonomiczne nie tylko osobom badanym, ale też gospodarstwom domowym, których są członkami (prawdopodobnie są też w związku z tym spójne z zachowaniami pozostałych członków tego gospodarstwa). Blisko 91% badanych osób zadeklarowało noszenie własnej torby na zakupy, z czego 60,5% wskazało, że robi to „zawsze, kiedy ma taką możliwość”, a nieco ponad 82% przyznało się do korzystania z toreb biodegradowalnych (34,4% robi to „zawsze, kiedy ma taką możliwość”). Zidentyfikowana częstotliwość realizacji przez badanych młodych ludzi wymienionych wyżej działań proekologicznych może być zaskoczeniem, tym bardziej że wiele obserwacji prowadzi do wniosków, że to raczej starsi polscy konsumenci podejmują się ich częściej (*Badanie...* 2013). Podkreśla się, iż czynią to głównie z pobudek finansowych (z uwagi na niskie dochody oszczędzają wodę i energię elektryczną, a w celu uniknięcia dodatkowego wydatku na zakup jednorazowych toreb w miejscu sprzedaży przychodzą z własnymi itp.). Jak się jednak okazuje, motywacja materialna nie jest jedynie cechą starszych mieszkańców

⁴ Taki odsetek nie powinien zaskakiwać, bowiem wyniki badań prowadzonych wśród mieszkańców Polski potwierdzają, że odpady segregowane są w coraz większej liczbie polskich gospodarstw. Wzrost udziału konsumentów dokonujących segregacji śmieci w ostatnich latach to przede wszystkim konsekwencja wprowadzenia ustawy regulującej kwestie pożywania się śmieci i przejścia odpowiedzialności za gospodarkę odpadami przez samorządy (*Badanie...* 2013).

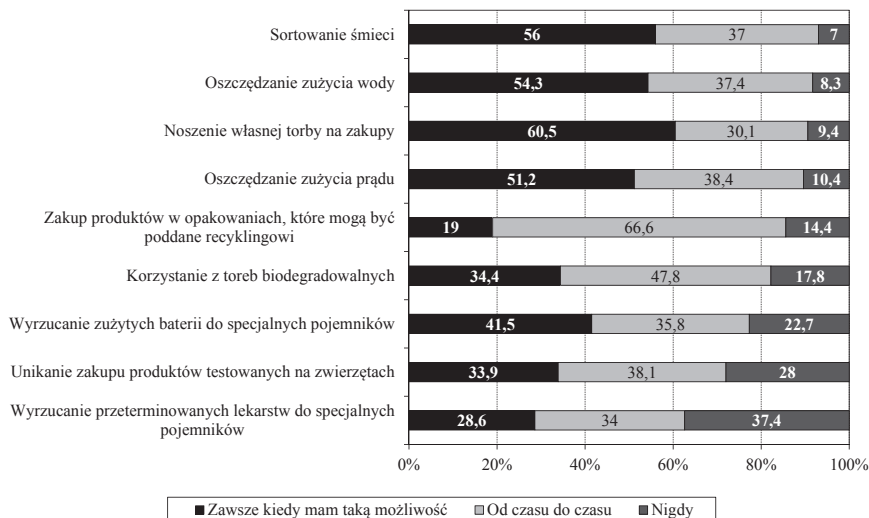
Polski. Wyniki badań potwierdzają, że oszczędność pieniędzy jest głównym motywem zachowań proekologicznych polskich konsumentów (niezależnie od wieku), „... a jeżeli idzie za tym ochrona środowiska, to jest to dodatkowa, drugorzędna korzyść” (*Badanie...* 2013). Warto zauważyć, że studenci poddani pomiarowi w ramach opisywanego tu badania nie należą do grupy osób szczególnie zamożnych. Studia są często dla takich osób okresem, w którym dochodzi do ograniczenia ich dotychczasowego wsparcia finansowego ze strony rodziny, a to z kolei przekłada się na konieczność poszukiwania oszczędności w codziennych zachowaniach (podobnie jak w przypadku starszych konsumentów). Jeśli nawet, jak zauważono wyżej, głównym motywem ich ograniczeń nie jest ochrona środowiska, to jednak staje się ona niejako wtórnym efektem zachowań ukierunkowanych na oszczędność budżetu studenckiego. Warto przy okazji dodać, że w grupie polskich konsumentów cechujących się większą aktywnością w obszarze zachowań proekologicznych często wskazuje się dodatkowo osoby z wyższym wykształceniem (*Badanie...* 2011; 2012; 2013). Studenci (także ci poddani pomiarowi w opisywanym badaniu) to osoby, które docelowo wyższe wykształcenie zdobędą. Nie dziwi więc, że w swej aktywności proekologicznej przejawiają nie tylko pewne zachowania uznawane jako charakterystyczne dla starszych konsumentów, ale też takie, które przypisywane są przede wszystkim osobom z wyższym wykształceniem. Ze starszymi konsumentami łączy ich bowiem zbliżony status majątkowy, a z drugimi – niemal zbliżony poziom wykształcenia.

Spośród analizowanych w badaniu zachowań o charakterze proekologicznym, najrzadziej przez biorących udział w badaniu studentów podejmowane są te, które nie wiążą się bezpośrednio z osiągnięciem korzyści finansowych. Najmniejsza liczba badanych zadeklarowała wyrzucanie przeterminowanych lekarstw do specjalnych pojemników (37,4% respondentów „nigdy” nie podejmowało takiego działania). Prawdopodobnie niewielka aktywność respondentów w tym zakresie wynika ze stosunkowo niskiego ich zapotrzebowania na leki oraz z braku dostępu do pojemników na tego typu odpady w bliskim ich otoczeniu (można je zwracać zazwyczaj tylko w wybranych aptekach). Lepiej na tym tle wypada wyrzucanie zużytych baterii do specjalnych pojemników. Jedynie 22,7% badanych osób przyznało, że „nigdy” nie podejmowało tego typu działań, co tłumaczyć można m.in. większą dostępnością miejsc ich zwrotu (np. pojemniki ustawione są w licznych punktach sprzedaży, w których bywają młode osoby, w tym także w licznych miejscach na terenie uczelni, na której studiują), a także większą częstotliwością ich użytkowania przez młode osoby.

W kontekście zaprezentowanych wyników, interesującym wydaje się ich zestawienie z deklarowanym ustosunkowaniem się respondentów wobec trzech stwierdzeń zaproponowanych w kwestionariuszu ankietowym (por. tabela 2). W stwierdzeniach tych celowo wprowadzono zapisy sugerujące występowanie zależności pomiędzy jednostkowymi zachowaniami podejmowanymi przez poszczególnych konsumentów a stanem środowiska naturalnego (stwierdzenie nr 1 i 2) oraz zależności pomiędzy stanem środowiska a właściwą edukacją ekologiczną konsumentów (stwierdzenie nr 3).

Wykres 1

Proekologiczne zachowania podejmowane przez badane osoby (% respondentów)



Źródło: opracowanie własne na podstawie wyników badania.

Tabela 2

Ustosunkowanie respondentów wobec stwierdzeń podkreślających potrzebę podejmowania przez konsumentów zachowań proekologicznych oraz ich edukowania w zakresie ekologii

Stwierdzenie	Całkowicie się nie zgadzam	Nie zgadzam się	Ani tak, ani nie	Zgadzam się	Całkowicie się zgadzam
	(dane w % liczone dla n=617)				
1. Obecny stan środowiska naturalnego wymaga podejmowania zachowań proekologicznych ze strony konsumentów.	5,2	3,9	24,8	46,2	19,9
2. Proekologiczne zachowania każdego z konsumentów przyczyniają się do poprawy stanu środowiska naturalnego.	5,0	4,7	24,6	49,3	16,4
3. Poprawa stanu środowiska naturalnego nie jest możliwa bez odpowiedniej edukacji ekologicznej.	5,0	7,1	18,0	45,6	24,3

Źródło: jak w tabeli 1.

Większość badanych (66-70%) zgadza się ze wszystkimi trzema stwierdzeniami przyznając tym samym, iż:

- obecny stan środowiska naturalnego wymaga podejmowania ze strony konsumentów zachowań proekologicznych (łącznie 66,1% respondentów, którzy wskazali odpowiedź „zgadzam się” lub „całkowicie się zgadzam”),
- proekologiczne zachowania każdego z konsumentów przyczyniają się do poprawy stanu środowiska naturalnego (łącznie 65,7% respondentów wskazujących odpowiedź „zgadzam się” lub „całkowicie się zgadzam”),
- poprawa stanu środowiska naturalnego nie jest możliwa bez odpowiedniej edukacji ekologicznej (łącznie 69,9% respondentów wskazujących odpowiedź „zgadzam się” lub „całkowicie się zgadzam”).

Mimo przewagi osób zgadzających się z podanymi stwierdzeniami, zwraca uwagę stosunkowo wysoki odsetek respondentów (18-25%), którzy nie potrafili jednoznacznie się do nich ustosunkować (odpowiedzi „ani tak, ani nie”).

Na uwagę zasługuje też fakt, iż większość osób, które nie wyraziły aprobaty dla dwóch pierwszych stwierdzeń lub przyjęły wobec nich stanowisko neutralne, podejmuje opisywane wcześniej działania proekologiczne (a przynajmniej deklaruje ich realizację). Co ciekawsze, niespójność pomiędzy ustosunkowaniem a deklarowanymi zachowaniami można też odnaleźć w odpowiedziach tych respondentów, którzy deklarują, że nigdy nie podejmowali zachowań proekologicznych. Wśród nich każdorazowo największy odsetek (od 49 do 70%) stanowili ci, którzy jednocześnie wyrażali aprobatę wobec dwóch rozważanych stwierdzeń (por. tabela 3). Oznacza to, że pomimo przekonania o tym, że poprawa środowiska naturalnego jest zależna od aktywności proekologicznej każdego z konsumentów i tak nie realizują tego typu działań.

Przyczyn stwierdzonej niespójności pomiędzy poglądami badanych osób a zachowaniami przez nie podejmowanymi można doszukiwać się m.in. w typowej dla ich młodego wieku niedojrzałości i zmienności w obszarze sfery poznawczej, emocjonalnej i behawioralnej. Możliwe jest także, że bezpośrednio nie utożsamiają się z postacią „konsumenta” wpisaną w dwa rozważane stwierdzenia (znacząca ich część zdaje się przesuwać opisaną w tych stwierdzeniach powinność na „innych konsumentów”, stawiając się niejako poza tą grupą), albo też ich ocena obecnego stanu środowiska naturalnego nie jest aż tak negatywna, aby postulować jego poprawę przy zaangażowaniu każdego konsumenta.

Co ciekawe, niezależnie od zakresu i intensywności podejmowania przez badane osoby zachowań proekologicznych oraz ich ustosunkowania się wobec stwierdzeń nr 1 i 2, zdecydowana ich większość (blisko 70%) zgadza się jednocześnie z opinią nr 3, iż poprawa stanu środowiska naturalnego nie jest możliwa bez odpowiedniej edukacji ekologicznej. Podobnie jak w przypadku dwóch wcześniej analizowanych stwierdzeń, nie tylko w grupie respondentów deklarujących podejmowanie poszczególnych zachowań proekologicznych, ale także w grupie tych, którzy „nigdy” ich nie podejmowali, stwierdzenie to spotkało się ze zdecydowaną aprobatą większości (por. tabela 4). Oznacza to, że badane osoby (pomimo niespójności pomiędzy poglądami a podejmowanymi zachowaniami czy niepostrzegania siebie jako

Tabela 3

Ustosunkowanie respondentów niepodjęających działań proekologicznych wobec stwierdzeń podkreślających potrzebę ich realizacji (% respondentów)

Stwierdzenie	Nie zgadzam się*	Ani tak, ani nie	Zgadzam się*
Sortowanie śmieci, % dla n=43			
1. Obecny stan środowiska naturalnego wymaga podejmowania zachowań proekologicznych ze strony konsumentów.	14,0	30,2	55,8**
2. Proekologiczne zachowania każdego z konsumentów przyczyniają się do poprawy stanu środowiska naturalnego.	14,0	30,2	55,8**
Oszczędzanie zużycia wody, % dla n=51			
1. Obecny stan środowiska naturalnego wymaga podejmowania zachowań proekologicznych ze strony konsumentów.	21,6	29,4	49,0
2. Proekologiczne zachowania każdego z konsumentów przyczyniają się do poprawy stanu środowiska naturalnego.	13,7	25,5	60,8
Oszczędzanie zużycia prądu, % dla n=64			
1. Obecny stan środowiska naturalnego wymaga podejmowania zachowań proekologicznych ze strony konsumentów.	14,1	26,5	59,4
2. Proekologiczne zachowania każdego z konsumentów przyczyniają się do poprawy stanu środowiska naturalnego.	9,4	20,3	70,3
Korzystanie z toreb biodegradowalnych, % dla n=110			
1. Obecny stan środowiska naturalnego wymaga podejmowania zachowań proekologicznych ze strony konsumentów.	10,9	30,9	58,2
2. Proekologiczne zachowania każdego z konsumentów przyczyniają się do poprawy stanu środowiska naturalnego.	11,8	31,8	56,4
Zakup produktów w opakowaniach, które mogą być poddane recyklingowi, % dla n=89			
1. Obecny stan środowiska naturalnego wymaga podejmowania zachowań proekologicznych ze strony konsumentów.	9,0	25,8	65,2
2. Proekologiczne zachowania każdego z konsumentów przyczyniają się do poprawy stanu środowiska naturalnego.	12,4	28,1	59,5
Unikanie zakupu produktów testowanych na zwierzętach, % dla n=173			
1. Obecny stan środowiska naturalnego wymaga podejmowania zachowań proekologicznych ze strony konsumentów.	11,6	31,2	57,2
2. Proekologiczne zachowania każdego z konsumentów przyczyniają się do poprawy stanu środowiska naturalnego.	13,3	23,1	63,6
Noszenie własnej torby na zakupy, % dla n=58			
1. Obecny stan środowiska naturalnego wymaga podejmowania zachowań proekologicznych ze strony konsumentów.	10,3	22,4	67,3
2. Proekologiczne zachowania każdego z konsumentów przyczyniają się do poprawy stanu środowiska naturalnego.	10,3	29,3	60,4
Wyrzucanie zużytych baterii do specjalnych pojemników, % dla n=140			
1. Obecny stan środowiska naturalnego wymaga podejmowania zachowań proekologicznych ze strony konsumentów.	13,6	24,3	62,1
2. Proekologiczne zachowania każdego z konsumentów przyczyniają się do poprawy stanu środowiska naturalnego.	11,4	20,7	67,9
Wyrzucanie przeterminowanych leków do specjalnych pojemników, % dla n=231			
1. Obecny stan środowiska naturalnego wymaga podejmowania zachowań proekologicznych ze strony konsumentów.	8,7	26,0	65,3
2. Proekologiczne zachowania każdego z konsumentów przyczyniają się do poprawy stanu środowiska naturalnego.	8,7	23,8	67,5

*W celu uproszczenia prezentacji uzyskanych wyników, odpowiedzi „całkowicie się nie zgadzam” i „nie zgadzam” (widoczne w tabeli 2) ujęto w tabeli 3 w jednej kategorii „nie zgadzam się”. Analogicznie, odpowiedzi „całkowicie się zgadzam” oraz „zgadzam się”, ujęto w tabeli 3 w jednej kategorii „zgadzam się”.

** W przypadku osób niepodjęających się sortowania śmieci, rozkład uzyskanych odpowiedzi na stwierdzenie nr 1 i 2 jest identyczny.

Źródło: jak w tabeli 1.

podmiotu mającego ważny wpływ na stan środowiska naturalnego), dostrzegają potrzebę edukowania społeczeństwa (konsumentów) w zakresie zachowań sprzyjających poprawie stanu środowiska naturalnego.

Tabela 4

Ustosunkowanie respondentów niepodjęających działań proekologicznych wobec stwierdzenia nr 3 „Poprawa stanu środowiska naturalnego nie jest możliwa bez odpowiedniej edukacji ekologicznej” (% respondentów)

Działanie proekologiczne, którego nie podejmuje respondent	Nie zgadzam się*	Ani tak, ani nie	Zgadzam się*
Sortowanie śmieci (% dla n=43)	7,0	23,2	69,8
Oszczędzanie zużycia wody (% dla n=51)	11,8	17,6	70,6
Oszczędzanie zużycia prądu (% dla n=64)	10,9	14,1	75,0
Korzystanie z toreb biodegradowalnych (% dla n=110)	13,6	20,9	65,5
Zakup produktów w opakowaniach, które mogą być poddane recyklingowi (% dla n=89)	16,9	18,0	65,2
Unikanie zakupu produktów testowanych na zwierzętach (% dla n=173)	12,1	22,0	65,9
Noszenie własnej torby na zakupy (% dla n=58)	17,2	17,2	65,5
Wyrzucanie zużytych baterii do specjalnych pojemników (% dla n=140)	14,3	13,6	72,1
Wyrzucanie przeterminowanych leków do specjalnych pojemników (% dla n=231)	12,6	18,6	68,8

*Komentarz jak do tabeli 3.

Źródło: jak w tabeli 1.

Podsumowanie

Obecny stan środowiska naturalnego w Polsce wymaga zarówno od przedsiębiorców, jak i obywateli realizowania konkretnych działań, które mają na celu jego ochronę. Wprowadzane w ostatnich latach zmiany ustawodawcze oraz liczne społeczne inicjatywy, sprzyjają podejmowaniu na coraz szerszą skalę zachowań proekologicznych zarówno w sferze gospodarczej, jak i w życiu codziennym Polaków. Szczególnie duży nacisk kładzie się na budowanie świadomości ekologicznej młodego pokolenia, licząc, iż dzięki swojej specyfice (młody wiek, otwartość na nowe idee, łatwość dostosowania się do zmieniających się warunków otoczenia itp.) uda się zakorzenić w nim szacunek dla środowiska i odpowiednie zachowania sprzyjające jego ochronie. Wyniki przeprowadzonego badania własnego na grupie 617 studentów wskazują, iż podejmowane w tym kierunku inicjatywy prowadzą do pożądanych zmian w zachowaniach młodych polskich konsumentów. Większość respondentów zadeklarowała realizowanie rozważanych w badaniu dziewięciu zachowań proekologicznych, choć w różnym zakresie i z różną częstotliwością. Najczęściej są to działania związane z prowadzeniem gospodarstwa domowego,

w tym sortowanie śmieci, oszczędne użytkowanie wody i energii elektrycznej. Nierzadko są też podejmowane wbrew pogładowi na temat potrzeby ich realizacji przez każdego konsumenta. Większość badanych podziela jednocześnie pogląd, że poprawa środowiska naturalnego nie jest możliwa bez odpowiedniej edukacji ekologicznej. Twierdzą tak również liczni respondenci, którzy nigdy jeszcze nie podejmowali działań proekologicznych analizowanych w zrealizowanym badaniu.

Niekonsekwentne i wewnętrznie sprzeczne odpowiedzi udzielone przez część respondentów zaburzają na pozór korzystne wyniki. Jak się jednak okazuje, nie jest to sytuacja wyjątkowa. Podobna niespójność (pomiędzy pozytywnym stosunkiem do ekologii a zachowaniami) identyfikowana jest także w innych badaniach prowadzonych wśród polskich konsumentów (*Badania...* 2011; 2012; 2013). Jak piszą autorzy raportu *Badanie świadomości i zachowań ekologicznych mieszkańców Polski* (2011), „...z jednej strony chcemy brać odpowiedzialność za stan środowiska, z drugiej w codziennym życiu nie zawsze zwracamy na to uwagę”. Najczęściej podejmowanymi działaniami na rzecz ochrony środowiska są takie, które nie wymagają dużego zaangażowania i jednocześnie przynoszą korzyści finansowe, a za częścią zachowań ekologicznych nie stoją ekologiczne motywacje czy też wyższy poziom świadomości ekologicznej (*Badanie...* 2011). Ten brak konsekwencji to także wynik tego, że sprawa ochrony środowiska naturalnego nie jest uważana przez Polaków za obarczoną największą liczbą problemów (najbardziej namacalnych i dotkliwych dla zwykłych ludzi, najbardziej problematycznych i mających deficyt dobrych rozwiązań). Bardziej niż ekologia, mieszkańców Polski martwią kwestie pracy, ochrony zdrowia, gospodarki i finansów publicznych (*Badanie...* 2013).

Uzyskane w badaniu wyniki (a zwłaszcza wspomniana niespójność między poglądami a zachowaniami respondentów) wskazują na potrzebę intensyfikacji prowadzonej od lat w Polsce edukacji młodych osób, sprzyjającej wykształceniu w nich bardziej trwałych postaw ekologicznych i spójnych z nimi zachowań. Postawy ekologiczne przejawiają się bowiem w pozytywnym afekcie wobec ekologii, wiedzy i przekonaniach (element tzw. świadomości ekologicznej) oraz w deklaracjach zachowań i zachowaniach proekologicznych. Mimo wielu widocznych pozytywnych zmian w obszarze wspomnianej edukacji, nadal dostrzec można w jej zakresie pewne uchybienia. Problemem jest wciąż skromna oferta kursów i materiałów sprzyjających procesowi doskonalenia nauczycieli w zakresie edukacji ekologicznej, niewystarczające środki finansowe na pokrycie kosztów podejmowanych inicjatyw, skomplikowane procedury ich pozyskiwania, brak spójnej struktury koordynującej działania edukacyjne prowadzone przez różne podmioty czy też brak obowiązkowej edukacji proekologicznej w programach szkół wyższych (*Ekspertyza...* 2012). Jako że stosunek większości badanych studentów do środowiska naturalnego (podobnie jak innych mieszkańców Polski) jest pozytywny, to realizowane przedsięwzięcia edukacyjne powinny przede wszystkim promować wiedzę i animować ekologiczne zachowania. Powinny być one jednocześnie monitorowane i ewaluowane tak, by zidentyfikować najbardziej skuteczne praktyki i w przyszłości wprowadzać je na większą skalę (*Badanie...* 2011).

Bibliografia

- Badanie świadomości i zachowań ekologicznych mieszkańców Polski. Raport TNS OBOP dla Ministerstwa Środowiska* (2011), TNS OBOP, Warszawa.
- Badanie świadomości i zachowań ekologicznych mieszkańców Polski. Raport TNS Polska dla Ministerstwa Środowiska* (2012), TNS Polska, Warszawa.
- Badanie świadomości i zachowań ekologicznych mieszkańców Polski. Raport PBS dla Ministerstwa Środowiska* (2013), PBS, Sopot.
- Ekspertyza dotycząca edukacji dla zrównoważonego rozwoju w Polsce. Raport końcowy* (2012), ITTI, Poznań.
- Frątczak-Rudnicka B. (2014), *EKO jako trend konsumencki*, 4P Research Mix, Warszawa, http://www.4prm.com/files/EKO_jako_trend_konsumencki_4prm_13_02_2014.pdf [dostęp: 27.03.2014].
- Kusińska A. (red.), (2005), *Rodziny ludzi młodych jako uczestnicy rynku. Diagnoza i typologia*, PWE, Warszawa.
- Olejniczuk-Merta A. (2001), *Rynek młodych konsumentów*, Difin, Warszawa.
- Olejniczuk-Merta A. (red.), (2008), *Uwarunkowania rozwoju społeczno-zawodowej aktywności ludzi młodych*, Instytut Badań Rynku, Konsumpcji i Koniunktury, Warszawa.
- Pourbaix de P. (2011), *Młody konsument jako uczestnik procesów rynkowych*, (w:) Rosa.G., Smalec A., Ostrowska I. (red.), *Marketing przyszłości. Trendy. Strategie. Instrumenty. Zachowania konsumentów. Trendy i kierunki zmian*, „Zeszyty Naukowe Uniwersytetu Szczecińskiego”, nr 660, „Ekonomiczne Problemy Usług”, nr 72.
- Smyczek, S., Sowa I. (2005), *Konsument na rynku. Zachowania. Modele. Aplikacje*, Difin, Warszawa.
- Ustawa z dnia 27 kwietnia 2001 r. *Prawo ochrony środowiska* (wielokrotnie nowelizowana).
- Wądołowska K. (2011), *Zachowania proekologiczne Polaków*, BS/23/2011, Centrum Badania Opinii Społecznej, Warszawa, marzec, http://www.cbos.pl/SPISKOM.POL/2011/K_023_11.PDF [dostęp: 20.03.2014]
- Wolny R. (2005), *Segment młodych konsumentów (15-24 lat) – wyzwanie dla europejskich przedsiębiorstw*, (w:) Karwowski J. (red.), *Polski konsument i przedsiębiorstwo na jednolitym europejskim rynku*, Wydawnictwo Uniwersytetu Szczecińskiego, Szczecin.

Pro-Ecological Behaviours of Young Polish Consumers

Summary

The subject matter of the article concerns consumer behaviours included in the subject literature to the category of pro-ecological behaviours. The main aim of considerations is to determine the scope and frequency of such behaviours by young Polish consumers. In order to implement the assumed aim the author used the literature concerning purchasers' behaviours, the secondary data accessible in the research works describing pro-ecological activity of Polish consumers as well as the data obtained from own research carried out in the period of February-March 2014 by the method of auditorium questionnaire on the non-random sample of 617 respondents (students of the Nicolaus Copernicus University in Torun and the Torun School of Banking). Most of the persons surveyed shared the opinion that the

present and the future condition of the natural environment depends on consumers' pro-ecological activity and its improvement is not possible without the proper ecological education. On the other hand, the obtained data showed that not all respondents undertake pro-ecological behaviours and if they undertake, then in different degree and with different frequency. This is the basis for drawing the conclusion that views of young Polish consumers not always go hand in hand with the activities undertaken thereby. The reason for lack of cohesion may be, *inter alia*, the typical for their young age immaturity and instability in the area of their cognitive, emotional and behavioural sphere. Identification thereof indicates the need to intensify the carried out in Poland ecological education in such a way that it would be conducive in a greater degree to formation in young people (consumers) of the views recognising the need for concern for the natural environment and pro-ecological behaviours cohesive with them.

Key words: young consumer, pro-ecological behaviours.

JEL codes: M31, Q57

Прозэкологическое поведение молодых польских потребителей

Резюме

Тематика статьи касается потребительского поведения, относимого в литературе предмета к категории проэкологического поведения. Основная цель рассуждений – определить диапазон и частотность такого поведения молодых польских потребителей. Для осуществления принятой цели использовали литературу в области поведения покупателей, вторичные данные, доступные в исследовательских разработках, описывающих проэкологическую активность польских потребителей, а также данные, полученные в результате собственного изучения, проведенного в период февраля-марта 2014 г. по методу аудиторной анкеты на неслучайной выборке 617 респондентов (студентов Университета Николая Коперника в Торуне и Высшей банковской школы в Торуне). Большинство опрошенных разделяли мнение, что настоящее и будущее состояние естественной среды зависит от проэкологической активности потребителей, а его улучшение невозможно без надлежащего экологического обучения. С другой стороны, полученные результаты показали, что не все из опрошенных приступают к проэкологическому поведению, а если они приступают, то в неодинаковой степени и с неодинаковой частотой. Это представляет основу для умозаключения, что взгляды молодых польских потребителей не всегда сочетаются с предпринимаемыми ими действиями. Причиной несоответствия может быть, в частности, типичная для их молодого возраста незрелость и непостоянство в области их познавательной, эмоциональной и бихевиоральной сферы. Ее выявление указывает необходимость в интенсификации проводимого в Польше экологического обучения таким образом, чтобы оно в большей степени способствовало выработке у молодых лиц (потребителей) взглядов, признающих необходимость заботиться об окружающей среде, и отвечающего им проэкологического поведения.

Ключевые слова: молодой потребитель, проэкологическое поведение.

Коды JEL: M31, Q57

Artykuł nadesłany do redakcji w październiku 2014 r.

© All rights reserved

Afiliacja:

dr Iwona Escher

dr Joanna Petrykowska

Uniwersytet Mikołaja Kopernika w Toruniu

Wydział Nauk Ekonomicznych i Zarządzania

Katedra Marketingu i Handlu

ul. Gagarina 13

87-100 Toruń

tel.: 56 611 47 63

e-mail: escher@umk.pl

e-mail: petryko@umk.pl