

# Jolanta Zrałek

---

## Proekologiczne zachowania w fazie konsumpcji – zróżnicowanie postaw konsumentekich w świetle badań bezpośrednich

---

Problemy Zarządzania, Finansów i Marketingu 32, 135-144

---

2013

Artykuł został opracowany do udostępnienia w internecie przez Muzeum Historii Polski w ramach prac podejmowanych na rzecz zapewnienia otwartego, powszechnego i trwałego dostępu do polskiego dorobku naukowego i kulturalnego. Artykuł jest umieszczony w kolekcji cyfrowej [bazhum.muzhp.pl](http://bazhum.muzhp.pl), gromadzącej zawartość polskich czasopism humanistycznych i społecznych.

Tekst jest udostępniony do wykorzystania w ramach dozwolonego użytku.

JOLANTA ZRAŁEK<sup>1</sup>

Uniwersytet Ekonomiczny w Katowicach

## PROEKOLOGICZNE ZACHOWANIA W FAZIE KONSUMPCJI – ZRÓŻNICOWANIE POSTAW KONSUMENCKICH W ŚWIETLE BADAŃ BEZPOŚREDNICH

### Streszczenie

Prezentowane w artykule rozważania koncentrują się na proekologicznych zachowaniach konsumentów w gospodarstwie domowym (realizowanych w fazie konsumpcji). Głównym celem opracowania jest identyfikacja postaw konsumenckich wobec takich zachowań oraz wyodrębnienie i scharakteryzowanie jednorodnych pod względem tych postaw grup konsumentów. Podstawę wnioskowania stanowią informacje pochodzące z badań ankietowych przeprowadzonych w czerwcu 2012 roku na próbie 213 studentów Uniwersytetu Ekonomicznego w Katowicach.

**Słowa kluczowe:** ekokonsumpcja, proekologiczne zachowania konsumentów, postawy konsumentów

### Wprowadzenie

Obecnie coraz powszechniej dostrzegany jest fakt, że codzienne zachowania indywidualnych konsumentów w pośredni lub bezpośredni sposób przekładają się na stan środowiska naturalnego. Szacuje się, że już w latach 90. XX wieku udział działalności konsumpcyjnej jednostek i ich gospodarstw domowych w niszczeniu środowiska sięgał około 30–40%<sup>2</sup>. Miało to swoje źródło przede wszystkim w tzw. nadkonsumpcji, polegającej na przeroście spożycia

---

<sup>1</sup> jolanta.zralek@ue.katowice.pl.

<sup>2</sup> B. Martin, A.C. Simintiras, *The impact of green product lines on the environment: does what they know affect how they feel?*, „Marketing Intelligence & Planning” 1995, No. 4, Vol. 13, s. 16–23.

ponad rzeczywiste ludzkie potrzeby<sup>3</sup>, wynikającej zaś z zakładanej przez jednostki tożsamości wysokiego poziomu konsumpcji z wysokim poziomem i jakością życia. Dostrzeżenie negatywnych skutków środowiskowych takiego przekonania znalazło wyraz w powstałej już w latach 70. XX wieku koncepcji nazwanej trwałym i zrównoważonym rozwojem gospodarczym (*sustainable development*)<sup>4</sup>. Została ona powszechnie zaakceptowana na zorganizowanej przez ONZ w 1992 roku w Rio de Janeiro konferencji „Środowisko i rozwój” znanej także jako Szczyt Ziemi<sup>5</sup>. Wykładnia zasady zrównoważonego rozwoju znalazła również swoje odzwierciedlenie w przyjętym w 1992 roku traktacie z Maastricht (Traktat o Unii Europejskiej) i stała się podstawą piątego programu UE w dziedzinie ochrony środowiska realizowanego w latach 1993–2000<sup>6</sup>.

Popularyzacja, a przede wszystkim formalne usankcjonowanie koncepcji zrównoważonego rozwoju stanowi bodziec prowadzący do istotnych zmian społecznych. Przewiduje się, że już w najbliższych latach będzie można mówić o ukonstytuowaniu się społeczeństwa postkonsumpcyjnego, w którym jedną z podstawowych tendencji kształtujących wzorce zachowań indywidualnych konsumentów będzie ekologia<sup>7</sup>. Rozumiana jako globalny, wpisujący się w tę koncepcję trend, ekokonsumpcja (konsumpcja zrównoważona) oznacza spożycie polegające na oszczędnym, racjonalnym wykorzystaniu dóbr konsumpcyjnych, ograniczeniu konsumpcji tych dóbr, które cechuje wysoka chłonność rzadkich, nieodnawialnych surowców oraz duża ilość odpadów pokonsumpcyjnych, a także na konsumowaniu tzw. dóbr ekologicznych<sup>8</sup>. W skali mikroekonomicznej manifestuje się ekokonsumpcja poprzez proekologiczne zachowania konsumentów, przy czym zakres takich zachowań jest bardzo szeroki. Mogą one bowiem występować nie tylko na rynku (pod postacią proekologicznych zachowań nabywczych), ale także w gospodarstwie domowym (w fazie konsumpcji zakupionych produktów). Zawarte w niniejszym opracowaniu rozważania dotyczą tej drugiej sytuacji. Ich zasadniczym celem jest identyfikacja

<sup>3</sup> A. Papuziński, *Zrównoważony rozwój a współczesny problem ekologiczny: ontologia polityki ochrony środowiska*, w: *Zrównoważony rozwój. Od utopii do praw człowieka*, red. A. Papuziński, Oficyna Wydawnicza Branta, Bydgoszcz 2005, s. 37–39.

<sup>4</sup> D. Kiełczewski: *Trwały i zrównoważony rozwój a polityka regionalna i lokalna*, <http://www.wsseuczelnia.edu.pl/public/polreg/5.doc> (28.07.2007).

<sup>5</sup> J. Reichel, *Czas Ziemi. Natura – człowiek – ekonomia*, Wyd. Zielone Brygady, Kraków 2006, s. 35.

<sup>6</sup> A. Lisowska, *Zrównoważony rozwój i subsydiarność jako podstawowe zasady polityki ochrony środowiska Unii Europejskiej*, w: *Zrównoważony rozwój...*, s. 235.

<sup>7</sup> M. Hajdas, *Spoleczeństwo postkonsumpcyjne – kluczowe tendencje i ich wpływ na działania przedsiębiorstw*, „Handel Wewnętrzny” 2012, wrzesień–październik, tom II, s. 54–62.

<sup>8</sup> C. Bywalec, L. Rudnicki, *Konsumpcja*, PWE, Warszawa, 2002, s. 131.

postaw konsumenckich wobec samej idei proekologicznych zachowań w gospodarstwie domowym, a także wyodrębnienie i scharakteryzowanie jednorodnych pod względem charakteru tych postaw grup konsumentów. Podstawę wnioskowania stanowić będą informacje pochodzące z przeprowadzonych w czerwcu 2012 roku badań ankietowych.

### **Charakterystyka próby badawczej**

Obiektem przeprowadzonych badań własnych byli studenci Uniwersytetu Ekonomicznego w Katowicach tworzący celowo dobraną próbę liczącą 213 osób. Większość badanych konsumentów – 58,7% – stanowiły kobiety. Ze względu na celowy dobór próby (w badaniu udział wzięli studenci studiów stacjonarnych) była ona jednorodna pod względem wieku. Osoby z przedziału wiekowego 18–24 lata stanowiły aż 93,4% ogółu badanych, a żaden z ankietowanych nie przekroczył 34 roku życia. Z uwagi na przyjęty zakres przestrzenny badań, wśród respondentów dominowali mieszkańcy śląskich miast. Najliczniej reprezentowane były Katowice, Gliwice, Sosnowiec, Dąbrowa Górnicza, Zabrze, Rybnik oraz Tychy.

Pod względem wielkości reprezentowanych gospodarstw domowych najliczniejszą grupę stanowili w próbie respondenci będący członkami gospodarstw czteroosobowych – 35,8%. W dalszej kolejności wskazywano gospodarstwa trzyosobowe – 26,9% oraz pięcioosobowe – 16,5%. Stosunkowo wysoki z punktu widzenia wieku respondentów był też udział w próbie gospodarstw dwuosobowych – wyniósł on 11,3%. Z kolei łączny odsetek wskazań gospodarstw jednoosobowych oraz liczących więcej niż 5 osób wyniósł zaledwie 9,3%.

Kondycję finansową badanych konsumentów oceniano zarówno w ujęciu subiektywnym (opisowym), jak i obiektywnym (biorąc po uwagę deklarowaną wysokość średnich miesięcznych dochodów netto przypadających na osobę w gospodarstwie domowym respondenta). Rozkład odpowiedzi badanych osób dowodzi, że reprezentowały one przede wszystkim zamożne gospodarstwa domowe. Łączny odsetek ocen „zdecydowanie powyżej średniej krajowej” oraz „nieco powyżej średniej krajowej” wyniósł aż 46,7%. Udział badanych oceniających sytuację materialną swojego gospodarstwa jako przeciętną (odpowiedź „średnia krajowa”) osiągnął poziom 41,8%, natomiast pozostałe 11,5% respondentów sytuację materialną swojego gospodarstwa oceniło negatywnie (wybierając odpowiedź „nieco poniżej średniej krajowej” lub „zdecydowanie poniżej średniej krajowej”). Znalazło to potwierdzenie także w obiektywnych ocenach

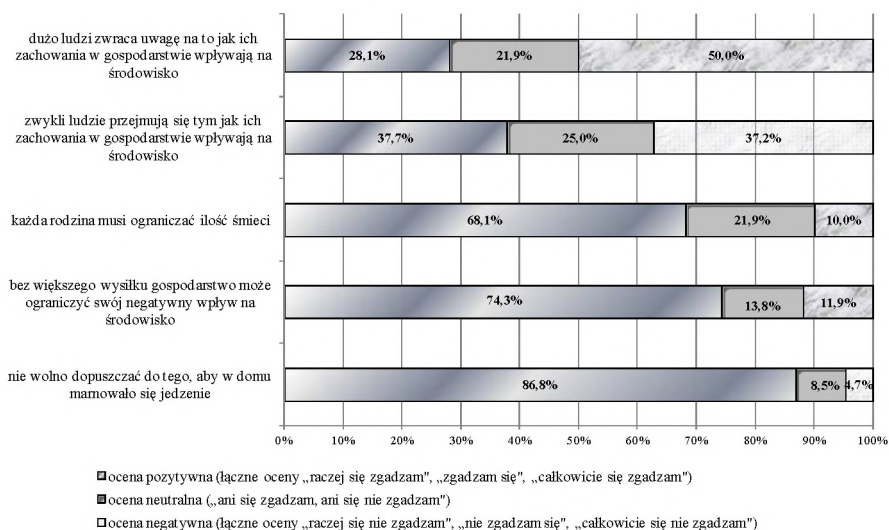
własnych dochodów. Wprawdzie najczęściej wskazywano, że średnie miesięczne dochody netto przypadające na członka gospodarstwa domowego mieszczą się w przedziale 1001–1500 zł oraz 501–1000 zł (odpowiednio 26,2% oraz 25,2% wskazań), to jednak stosunkowo duża grupa badanych zadeklarowała dochody wyższe niż 1500 zł na osobę w gospodarstwie domowym (45,1% próby). Jednocześnie respondenci deklarujący, że dochody netto w przeliczeniu na jednego członka ich gospodarstwa domowego nie przekraczają miesięcznie 500 zł, stanowili zaledwie 3,5% próby.

### **Postawy konsumentów wobec proekologicznych zachowań w gospodarstwie domowym**

Do badania postaw konsumentów wykorzystano siedmiostopniową skalę Likerta. Ankietowanych poproszono o wskazanie, w jakim stopniu zgadzają się z następującymi pięcioma stwierdzeniami dotyczącymi różnych aspektów proekologicznych zachowań w gospodarstwie domowym:

1. Bez większego wysiłku gospodarstwo domowe może ograniczyć swój negatywny wpływ na środowisko naturalne.
2. Każda rodzina musi ograniczać ilość produkowanych przez siebie śmieci.
3. Nie można dopuszczać do tego, aby w domu marnowało się jedzenie i trzeba je było wyrzucać.
4. Obecnie tzw. zwykli ludzie w swoim codziennym życiu przejmują się tym, jak ich zachowania w gospodarstwie domowym wpływają na środowisko naturalne.
5. W dzisiejszych czasach bardzo dużo ludzi zwraca uwagę na to, jak ich zachowania w gospodarstwie domowym wpływają na środowisko naturalne.

Wszystkie poddane ocenie stwierdzenia miały charakter pozytywny, zatem w przypadku każdego z nich wysoka ocena oznaczała silną pozytywną postawę wobec badanego zjawiska. Chociaż analizowane zdania charakteryzował duży stopień ogólności i niosły one ze sobą spory ładunek normatywny, to jednak wśród respondentów odnotowano zaskakująco duże zróżnicowanie przydzielanych im ocen. W całej próbie zdecydowanie najwyższy odsetek konsumentów zgadzał się ze stwierdzeniem odnoszącym się do marnotrawstwa żywności. Stosunkowo najniżej oceniano z kolei tezę o powszechności występowania proekologicznych zachowań w gospodarstwie domowym. Szczegółowy rozkład odpowiedzi badanych zaprezentowano na rysunku 1.



Rys. 1. Postawy badanych wobec proekologicznych zachowań w gospodarstwie domowym

Źródło: opracowanie własne na podstawie badań ankietowych.

### Typy postaw konsumenckich wobec proekologicznych zachowań w gospodarstwie domowym

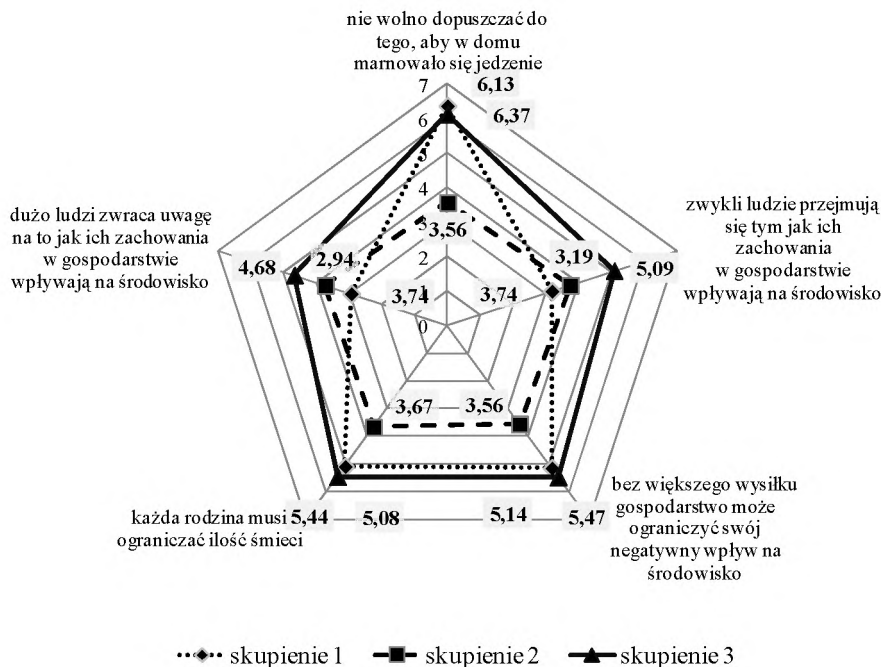
Uzyskane w trakcie przeprowadzonych badań informacje pozwoliły zidentyfikować i opisać trzy rozłączne grupy respondentów reprezentujące odmienne postawy wobec proekologicznych zachowań w gospodarstwie domowym. Klasyfikacji takiej dokonano wykorzystując jedną z niehierarchicznych metod analizy skupień – metodę k-średnich.<sup>9</sup> Średnie ocen dla każdego skupienia (klastra) zaprezentowano na rysunku 2.

Należy podkreślić, że w przypadku każdego ze zidentyfikowanych skupień potwierdzono występowanie statystycznie istotnych różnic pomiędzy średnimi (w odniesieniu do każdej ze zmiennych wykazała to statystyka F przy poziomie istotności równym 0,000), co uprawnia do przeprowadzenia pogłębionej analizy wyodrębnionych grup.

Wśród badanych konsumentów najliczniej reprezentowany był klaster 1 (skupienie 1) – 49,3% próby. Należące do niego osoby można określić jako „proekologicznych pesymistów”. Twierdzą one, że w gospodarstwie domowym nie wolno dopuszczać do marnowania i wyrzucania żywności, a każda rodzina powinna ograniczać ilość produkowanych przez siebie śmieci. Chociaż ich zda-

<sup>9</sup> S.A. Wagner, *Understanding green consumer behavior*, Routledge, London, New York 2003, s. 112–113.

niem gospodarstwo domowe bez większego wysiłku może ograniczyć swój negatywny wpływ na środowisko naturalne, to jednak tylko niewielka grupa konsumentów zwraca na to uwagę i nie są to tzw. zwykli ludzie.



Rys. 2. Wykres średnich dla każdego ze zidentyfikowanych skupień

Źródło: opracowanie własne na podstawie badań ankietowych.

Druga pod względem udziału w badanej próbie grupa konsumentów reprezentuje klaster 3 (skupienie 3) – 37,8%. Postawy należących do niej osób są zbliżone do postaw „proekologicznych pesymistów” z tą tylko różnicą, że badani ci reprezentują bardziej optymistyczny punkt widzenia – twierdząc, że obecnie konsumenci powszechnie zwracają uwagę na to, jak ich zachowania w gospodarstwie domowym wpływają na stan środowiska, a problem ten jest przedmiotem troski tzw. zwykłych ludzi. Jest to zatem grupa respondentów, którzy w każdym z badanych wymiarów reprezentują silne postawy pozytywne i stąd można ich określić jako „proekologicznych optymistów”.

Najmniej licznie reprezentowany był klaster 2 (skupienie 2) – 12,9% próby. Należących do niego respondentów można określić jako „ekologicznie obojętnych”, ponieważ średnie przyznawanych przez nich ocen w przypadku każdej z badanych zmiennych oscylują wokół wartości neutralnej odpowiadającej stwierdzeniu „ani się zgadzam, ani się nie zgadzam”. Ze względu na fakt, że

poddawane ocenie zdania miały charakter ogólny, można przypuszczać, że w grupie tej znalazły się też osoby, których postawy wobec proekologicznych zachowań w gospodarstwie domowym są negatywne, przy czym ich ujawnienie zostało zablockowane z obawy przed wyrażaniem sądów niepopularnych i sprzecznych z powszechnie akceptowanym punktem widzenia (aspekt normatywny).

Mimo że dalsza analiza uzyskanych informacji nie wykazała istotnych statystycznie zależności pomiędzy przynależnością konsumenta do jednego ze zidentyfikowanych skupień i jego cechami demograficznymi, to szczególną uwagę zwraca uzyskany w kolejnych grupach rozkład konsumentów pod względem płci. Wśród „proekologicznych optymistów” oraz „proekologicznych pesymistów”, podobnie jak w całej próbie, przeważają kobiety. Z kolei w grupie „ekologicznie obojętnych” większość stanowią mężczyźni.

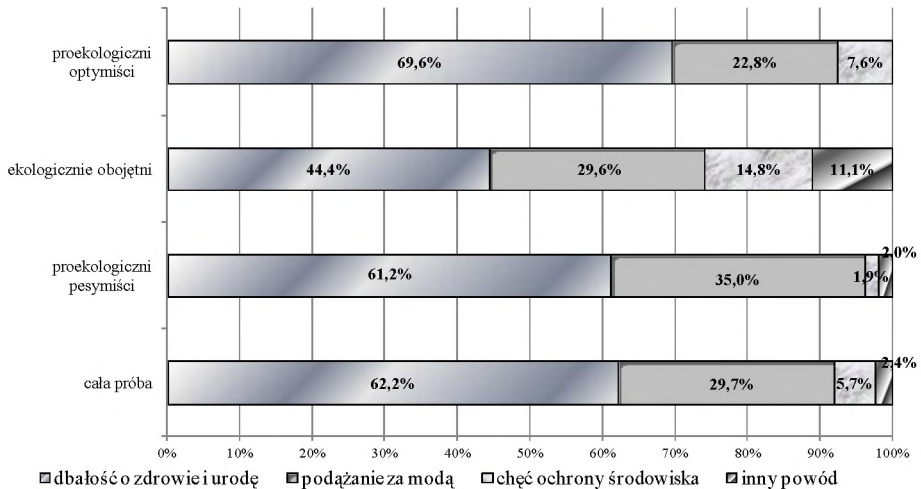
Interesująco przedstawia się też struktura wyodrębnionych skupień ze względu na opinie respondentów dotyczące dostrzegania wpływu własnych, codziennych zachowań i decyzji konsumpcyjnych na stan środowiska naturalnego w najbliższym otoczeniu konsumenta (osiedlu, miejscowości, regionie). Biorąc pod uwagę wyniki uzyskane w całej próbie, należy stwierdzić, że aż 82,2% badanych dostrzega taki wpływ, 8% wskazało na ocenę neutralną („ani tak, ani nie”), a 9,9% zadeklarowało brak oddziaływania swoich codziennych zachowań na stan środowiska w najbliższym otoczeniu. Podobnie kształtuje się struktura odpowiedzi wśród „proekologicznych pesymistów” oraz „proekologicznych optymistów”. W grupie „ekologicznie obojętnych” odnotowano natomiast większy niż w pozostałych skupieniach odsetek wskazań negatywnych (deklaracji braku wpływu codziennych zachowań konsumentów na stan środowiska).

Występowanie istotnych statystycznie zależności stwierdzono, analizując powiązania pomiędzy przynależnością respondentów do konkretnego klastra i charakterem postrzeganych przez nich motywów wybranych proekologicznych zachowań w gospodarstwie domowym – spożywania ekologicznej żywności oraz ograniczania zużycia mediów. W każdym z tych przypadków występowanie wskazanej zależności potwierdza wynik testu Chi-kwadrat (dla motywów zakupu ekologicznej żywności równy 26,2 przy poziomie istotności 0,001, a dla motywów ograniczania zużycia mediów równy 19,74 przy poziomie istotności 0,003).

Biorąc pod uwagę wszystkich badanych, najczęściej wskazywanym motywem spożywania ekologicznej żywności była dbałość o zdrowie i urodę. Po-



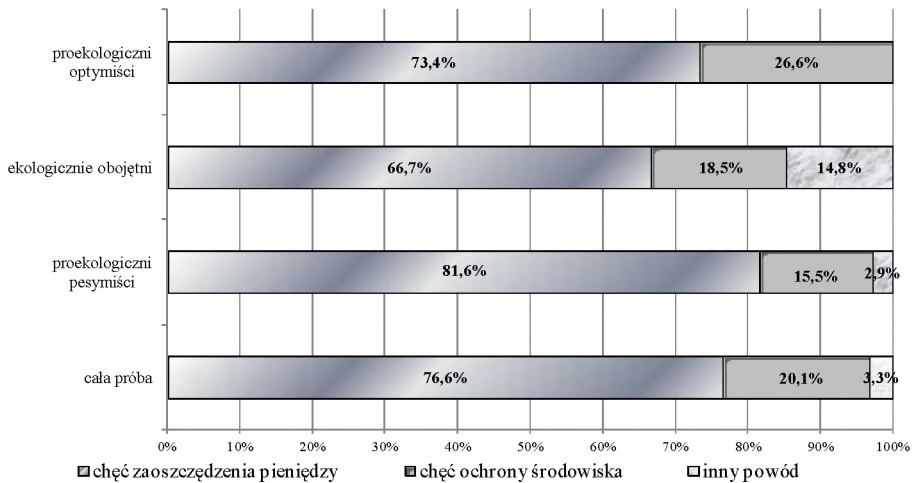
dobnie rozkładały się odpowiedzi w poszczególnych klastrach, przy czym wśród „proekologicznych optymistów” udział osób wskazujących na ten motyw był wyraźnie większy niż w całej próbie, a w grupie „ekologicznie obojętnych” był on znacząco niższy. W szczegółowy sposób uzyskane wyniki zaprezentowano na rysunku 3.



Rys. 3. Postrzegane motywy spożycia ekologicznej żywności

Źródło: opracowanie własne na podstawie badań ankietowych.

Rozpatrując zachowanie polegające na ograniczaniu zużycia mediów w gospodarstwie domowym, ankietowani w zdecydowanej większości deklarowali, że wynika ono z chęci zaoszczędzenia pieniędzy. Wyraźnie wyższy niż w całej próbie odsetek takich odpowiedzi uzyskano wśród „proekologicznych pesymistów”. W grupie „proekologicznych optymistów” odnotowano natomiast większą niż w całej próbie, a także większą niż w pozostałych grupach, liczbę wskazań na ekologiczne pobudki takich zachowań. W szczegółowy sposób uzyskane wyniki zaprezentowano na rysunku 4.



Rys. 4. Postrzegane motywy ograniczania zużycia mediów

Źródło: opracowanie własne na podstawie badań ankietowych.

### Podsumowanie

Podsumowując zaprezentowane w opracowaniu rozważania, należy stwierdzić, że w badanej próbie zdecydowanie dominują pozytywne postawy wobec proekologicznych zachowań w gospodarstwie domowym. Jednocześnie wśród wyodrębnionych grup największy udział mają „proekologiczni pesymiści”, a więc osoby, które wprawdzie popierają proekologiczne zachowania w gospodarstwie domowym, ale są sceptyczne, jeśli chodzi o ocenę stopnia ich rozpowszechnienia w całym społeczeństwie. Sceptycyzm znajduje też odzwierciedlenie w postrzeganej motywacji leżącej u podstaw rozważanych zachowań. Tymczasem z punktu widzenia możliwości przejścia od społeczeństwa konsumpcyjnego do społeczeństwa postkonsumpcyjnego odsetek „proekologicznych pesymistów” powinien zmniejszać się na rzecz „proekologicznych optymistów”. Dla konsumentów z tej drugiej grupy proekologiczne zachowania w gospodarstwie domowym są bowiem powszechną aktywnością tzw. zwykłych ludzi.

## PRO-ECOLOGICAL BEHAVIORS IN THE COURSE OF PRODUCT CONSUMPTION – ATTITUDES DIFFERENTIATION ACCORDING TO FIELD RESEARCH

### Summary

Reflections included in this paper concern this kind of pro-environmental consumer behaviors that occur in the household (in the course of products consumption). The main objective of

the paper is to identify consumer attitudes toward the idea of environment friendly behaviors in the household and to single out and characterize groups of consumers homogeneous in terms of such attitudes. A basis for drawing conclusions in this topic is the information coming from a poll conducted in June 2012. All the 213 respondents are students of the University of Economics in Katowice.

**Keywords:** green consumption, pro-ecological consumer behavior, consumer attitudes

*Translated by Jolanta Zralek*