

Czym jest odpowiedzialna konsumpcja?



FOT. THETA

Co piąty polski internauta błędnie kojarzy odpowiedzialną konsumpcję z kupowaniem tylko drogich produktów znanych i ekskluzywnych marek. Prawie drugie tyle sądzi, że jest to kupowanie tylko tego, co potrzebne i tylko towarów wiadomego pochodzenia.

Większość jednak poprawnie rozpoznaje - czym jest odpowiedzialna konsumpcja i kojarzy ją przede wszystkim z kupowaniem produktów wytworzonych w sposób przyjazny dla środowiska (75 proc.) oraz takich, których powstanie nie wiązało się z łamaniem praw człowieka (65 proc.).

W trakcie wakacji Interaktywny Instytut Badań Rynkowych (Grupa Gemius SA) przeprowadził - na zlecenie Polskiej Zielonej Sieci - badanie w celu określenia postaw polskich internautów wobec odpowiedzialnej konsumpcji. Objęto nim 1000 internautów w wieku powyżej 15 lat.

- Jak pokazują wyniki, 40 procent polskich internautów spotkało się z kupowaniem produktów i usług wytworzonych w sposób odpowiedzialny. 8 proc. twierdzi, że na pewno nie spotkało się z takim pojęciem, a aż 52 procent respondentów nie potrafiło udzielić na ten temat jednoznacznej odpowiedzi. Świadczy to o niejednoznacznym rozumieniu pojęcia. Odsetek deklarujących kontakt z odpowiedzialną konsumpcją był większy wśród kobiet niż mężczyzn oraz w starszych grupach wiekowych - informuje Zuzanna Zajczenko z Polskiej Zielonej Sieci.

Tylko 14 procent badanych zetknęło się z odzieżą firmy, która informowała, że przestrzega standardów praw pracowniczych i ochrony środowiska w całym procesie produkcji. Co dwudziesty respondent podał, że brał udział w wydarzeniu związanym z promocją idei odpowiedzialnej konsumpcji bądź Sprawiedliwego Handlu (Fair Trade). - Były to głównie osoby młodsze, z miast powyżej 200 tys. mieszkańców, uczące się i będące na utrzymaniu rodziców bądź zarabiające powyżej 5 tys. złotych. Najczęściej informacje na temat odpowiedzialnej konsumpcji uzyskano dzięki internetowi i telewizji oraz z gazet i czasopism. Dziewięć procent informacji na ten temat pamiętało ze strony PZS www.ekonsument.pl - podaje Zajczenko.

Niestety, tylko marginalny odsetek internautów podczas zakupów zwraca uwagę na informacje o przestrzeganiu w fabrykach producenta praw pracowniczych i praw człowieka oraz na oznakowanie ekologiczne czy społeczne (np. certyfikat Fairtrade, Ecolabel), mówiące, że produkt jest ekologiczny i/lub pochodzi ze Sprawiedliwego Handlu.

Ponad 50 proc. badanych byłoby skłonnych płacić więcej np. za odzież, elektronikę, zabawki i żywność, gdyby mieli pewność, że produkty te zostały wytworzone w sposób bardziej odpowiedzialny. (WES)