

 MAŁOPOLSKA



# Badanie opinii mieszkańców Małopolski 2022. Edycja 15.

Małopolskie Obserwatorium  
Rozwoju Regionalnego

Departament  
Rozwoju Regionu

**Badanie opinii  
mieszkańców  
Małopolski.  
Edycja 15**

Kraków 2022

<b>Pełny tytuł opracowania:</b>	Badanie opinii mieszkańców Małopolski na temat istotnych dla rozwoju regionu obszarów działań samorządu wojewódzkiego – 15 edycja
<b>Autorzy opracowania:</b>	Barbara Surmacz
<b>Realizacja badania techniką CATI (wspomagany komputerowo wywiad telefoniczny):</b>	Centrum Badań i Analiz Rynku ASM Sp. z o. o. ul. Grunwaldzka 5, 99-301 Kutno
<b>Wydawca:</b>	Małopolskie Obserwatorium Rozwoju Regionalnego Departament Rozwoju Regionu Urząd Marszałkowski Województwa Małopolskiego ul. Wielicka 72B, 30-552 Kraków tel. (+48) 12 29 90 900, fax (+48) 12 29 926
<b>ISBN:</b>	978-83-67243-12-4
<b>Egzemplarz bezpłatny</b>	Przy publikowaniu danych z publikacji prosimy o podawanie źródła.

Opracowanie w wersji elektronicznej dostępne na stronie [www.obserwatorium.malopolska.pl](http://www.obserwatorium.malopolska.pl)

Publikacja współfinansowana ze środków Unii Europejskiej z Europejskiego Funduszu Społecznego w ramach Regionalnego Programu Operacyjnego Województwa Małopolskiego na lata 2014–2020.



# Spis treści

<b>Wstęp</b> .....	<b>4</b>
Cel i zakres badania .....	4
Próba badawcza .....	5
<b>Kluczowe wnioski z badania</b> .....	<b>6</b>
<b>Małopoleanie uczestniczący w badaniu</b> .....	<b>9</b>
<b>Znajomość pojęcia i skojarzenia z gospodarką o obiegu zamkniętym</b> .....	<b>11</b>
Rozwinięcie skrótu GOZ .....	11
Skojarzenia z gospodarką o obiegu zamkniętym .....	13
<b>Codzienne działania na rzecz ochrony środowiska</b> .....	<b>14</b>
<b>Drugie życie produktów</b> .....	<b>19</b>
Korzystanie z produktów używanych wcześniej przez kogoś .....	19
Sposoby nabywania używanych produktów .....	23
Przekazywanie nieużywanych rzeczy innym .....	26
<b>Proekologiczne postawy konsumenckie</b> .....	<b>29</b>
Decyzje zakupowe i zachowania proekologiczne .....	29
Wpływ produktów i opakowań na środowisko .....	33
Przyczyny rezygnacji z zakupu produktów ekologicznych .....	35
Dobre i złe nawyki konsumenckie .....	38
<b>Oszczędzanie energii i wody</b> .....	<b>42</b>
Stosowanie energooszczędnego oświetlenia domu .....	42
Wyłączanie z prądu urządzeń elektrycznych .....	43
Sposoby oszczędzania wody .....	45
<b>Działania gminy dotyczące gospodarki o obiegu zamkniętym</b> .....	<b>49</b>
Rodzaje gminnych przedsięwzięć na rzecz ochrony środowiska .....	49
Satysfakcja z prowadzonej przez gminę gospodarki odpadami .....	53
<b>Motywacje do stosowania zasad gospodarki o obiegu zamkniętym</b> .....	<b>55</b>
<b>Syntetyczny wskaźnik wdrażania zasad gospodarki o obiegu zamkniętym</b> .....	<b>58</b>
<b>Bibliografia</b> .....	<b>61</b>
<b>Spis map</b> .....	<b>62</b>
<b>Spis rysunków</b> .....	<b>63</b>
<b>Spis tabel</b> .....	<b>64</b>
<b>Spis wykresów</b> .....	<b>65</b>





# Wstęp



## Cel i zakres badania

Głównym celem **15. edycji badania opinii mieszkańców Małopolski, przeprowadzonego od 17 maja do 6 czerwca 2022 roku**, jak co roku było pozyskanie informacji na temat postrzegania przez społeczność regionalną jakości ich życia oraz inicjatyw i przedsięwzięć samorządu województwa małopolskiego.

Wyniki przeprowadzonych analiz posłużą **ocenie prowadzonych polityk publicznych** oraz będą przydatne w **identyfikacji punktowych obszarów interwencji** polityki regionalnej. W tej edycji badania uwagę skupiono na gospodarce o obiegu zamkniętym.

### Rysunek 1.

Wybrane kategorie tematyczne objęte badaniem opinii mieszkańców Małopolski w ramach realizacji 15. edycji



## W II kwartale 2022 roku zapytaliśmy Małopolan między innymi o...



znajomość i skojarzenia z GOZ

podejmowane działania na rzecz ochrony środowiska



ponowne wykorzystywanie produktów

ekologiczne postawy i nawyki konsumenckie



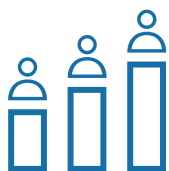
oszczędzanie energii i wody

ocenę gminnej gospodarki odpadami



Źródło: opracowanie własne

Wykonanie jednorazowego badania tego typu pozwala uzyskać wynik, którego interpretacja może być utrudniona ze względu na brak odniesienia zarówno do wiedzy zgromadzonej na powyższe tematy w innych regionach kraju, jak i wyników wcześniejszych badań. W związku z tym, że wiarygodność uzyskiwanych wyników badania opinii publicznej wzrasta wraz z liczbą przeprowadzonych edycji, **samorząd województwa małopolskiego podjął decyzję o prowadzeniu tego rodzaju badań cyklicznie, począwszy od 2012 roku.**



Część pytań zadawanych mieszkańcom województwa małopolskiego w ankietach badawczych jest systematycznie powtarzana, aby uzyskać **analizę porównawczą wyników badań z poprzednich edycji**. Pojawiają się też pytania okazjonalne, związane z realizacją przez samorząd województwa konkretnych inicjatyw, projektów bądź też wynikające z potrzeby uzyskania informacji zwrotnej na temat specyficznych wyzwań i problemów regionalnych.



Jednym z celów szczegółowych badania było przedstawienie **zróżnicowania opinii mieszkańców Małopolski w kontekście ich miejsca zamieszkania w poszczególnych podregionach województwa** (tj. przeprowadzenie analizy z uwzględnieniem poziomu NUTS-3<sup>1</sup>). Dzięki temu analiza stanowi istotną wskazówkę do określenia kluczowych wyzwań stojących przed polityką rozwoju w przekroju terytorialnym.

W ramach 15. edycji badania opinii Małopolanie odpowiadali łącznie na 17 pytań, obejmujących tematykę związaną z gospodarką o obiegu zamkniętym, w tym:

- identyfikację znajomości pojęcia gospodarki o obiegu zamkniętym i kluczowych skojarzeń z nią związanych,
- analizę działań podejmowanych na co dzień, przyczyniających się do ochrony środowiska,
- stosunek do ponownego wykorzystania używanych przez kogoś produktów oraz przekazywania nieużywanych rzeczy innym,
- ocenę proekologicznych postaw konsumenckich i nawyków konsumenckich,
- identyfikację codziennych nawyków związanych z oszczędzaniem energii i wody,
- ocenę działań z zakresu gospodarki odpadami prowadzonych przez gminę,
- identyfikację czynników motywujących do stosowania zasad gospodarki o obiegu zamkniętym.



### Próba badawcza

W ramach badania opinii mieszkańców Małopolski, podobnie jak w latach ubiegłych, przeprowadzono z mieszkańcami województwa małopolskiego łącznie 3000 **wywiadów telefonicznych wspomaganych komputerowo** – technika badawcza CATI (n = 3000).

Zasięg przestrzenny badania opinii objął teren całego województwa małopolskiego, **z uwzględnieniem wszystkich 6 małopolskich podregionów**, zgodnie z delimitacją przyjętą przez Główny Urząd Statystyczny (GUS), tj.:

- podregion **miasto Kraków**;
- podregion **krakowski** (powiaty: bocheński, krakowski, miechowski, myślenicki, proszowicki, wielicki);
- podregion **nowosądecki** (powiaty: gorlicki, limanowski, nowosądecki, miasto Nowy Sącz);
- podregion **nowotarski** (powiaty: nowotarski, suski, tatrzański);
- podregion **oświęcimski** (powiaty: chrzanowski, olkuski, oświęcimski, wadowicki);
- podregion **tarnowski** (powiaty: brzeski, dąbrowski, tarnowski, miasto Tarnów).

W każdym z wymienionych obszarów terytorialnych wielkość próby badawczej wyniosła **co najmniej 500 respondentów**. Dobór próby badawczej został dokonany na podstawie zarówno operatu telefonów stacjonarnych (25%), jak i telefonów komórkowych (75%) i miał charakter **doboru losowego warstwowego**.

<sup>1</sup> Nomenklatura jednostek terytorialnych wykorzystywana w statystyce zgodnie z wytycznymi Eurostatu.

# Kluczowe wnioski z badania



## Skojarzenia z gospodarką o obiegu zamkniętym

- **Wiedzę o tym, co kryje się pod skrótem GOZ, zadeklarowało mniej niż 5% ankietowanych.** Co więcej, spośród nich jedynie 13 osób potrafiło w sposób dokładny rozwinąć skrót, podając odpowiedź „gospodarka o obiegu zamkniętym”.
- **1/5 skojarzeń badanych osób dotyczyła oszczędzania wody, wykorzystania deszczówki i gospodarki wodnej.** Na drugiej pozycji znalazły się skojarzenia ze śmieciami ogółem, ich segregacją oraz gospodarką odpadami – 18%. W czołowej trójce skojarzeń jest również recykling – 14%. Niemal co dziesiąte wskazanie dotyczyło oszczędzania energii i OZE.



## Codziennie działania na rzecz ochrony środowiska

- **Niemal wszyscy respondenci (99%) zadeklarowali, że segregują odpady, a ponad 95% dokonuje rozważnych zakupów** pozwalających uniknąć wyrzucania żywności. Aż 87% respondentów naprawia produkty zamiast kupować nowe.
- Najmniejszy odsetek wskazań dotyczył działań takich, jak: zamiana przemieszczania się prywatnym samochodem na transport publiczny, rower czy car-sharing (60%) oraz wypożyczanie i/lub wymiana produktów zamiast kupowania nowych (51%).
- Znaczne **różnice widać w przypadku korzystania z transportu publicznego, roweru czy car-sharing: na pozycji lidera mieszkańcy Krakowa – 73%** (19 p. p. różnicy względem podregionu krakowskiego).



## Drugie życie produktów

- Około **3/4 respondentów korzysta z używanych książek (76%) czy z używanego samochodu (73%).** Noszenie używanych ubrań zadeklarowało 64% respondentów, a ponad połowa korzysta z używanych narzędzi (54%) czy z używanego roweru (53%).
- Zdecydowanie **najmniejszym zainteresowaniem cieszy się korzystanie z używanego telefonu komórkowego – 37%. Co więcej, ponad połowa badanych Małopolan nie bierze pod uwagę** korzystania z danego urządzenia po kimś także w przyszłości.
- Wśród Małopolan deklarujących korzystanie z używanych produktów teraz lub w przyszłości **największą popularnością w kontekście nabywania rzeczy używanych cieszą się portale internetowe i grupy na Facebooku – 66%.** Ponad 57% nabywa używane rzeczy bezpośrednio od znajomych, rodziny czy sąsiadów.
- Respondenci z terenu Krakowa częściej wskazywali na bezpośrednią wymianę używanych rzeczy ze znajomymi, rodziną czy sąsiadami – 64% (o 10 p. p. więcej niż w podregionie tarnowskim).
- Ponad **3/4 badanych Małopolan deklaruje oddawanie nieużywanych i niepotrzebnych już rzeczy innym za darmo,** a niemal połowa oddaje je na cele charytatywne. Sprzedaż nieużywanych rzeczy wskazała 1/4 badanych, a **tylko niespełna 4% po prostu je wyrzuca bez nadawania drugiego życia produktom.**
- Największą różnicę (tj. 9 p. p.) odnotowano w przypadku deklaracji „tak, sprzedaję rzeczy nieużywane i niepotrzebne” pomiędzy mieszkańcami Krakowa (32%) a mieszkańcami podregionu nowotarskiego (23%).



## Proekologiczne postawy konsumentek

- **95% Małopolan wolałoby, aby kupowane przez nich produkty były trwalsze, nawet gdyby miały więcej kosztować.** Taki sam odsetek chciałby, aby poza sprzedażą produktów sklepy oferowały także możliwość ich naprawy.
- **80% respondentów chciałoby, aby sieci handlowe i producenci pomagali także w sprzedaży bądź wymianie rzeczy używanych,** oraz byłoby skłonnych do rezygnacji z produktu po uzyskaniu wiedzy o tym, że producent zrobił coś o negatywnym wpływie na środowisko.
- **88% badanych deklaruje, że bierze pod uwagę wpływ produktu i opakowania na środowisko podczas zakupu artykułów spożywczych.** Ponad 3/4 przykłada do tego wagę w przypadku zakupu lamp i oświetlenia, kosmetyków i artykułów higienicznych czy chemii gospodarczej.
- W ostatnim kwartale **1/4 respondentów chciała kupić wybrany produkt ekologiczny, ale ostatecznie zdecydowała się na zakup innego.** Respondenci z terenu Krakowa częściej doświadczyli tego niż mieszkańcy innych części regionu – 31% (vs. 22% w podregionie tarnowskim).
- **89% badanych deklaruje, że chodzi na zakupy z torbą wielokrotnego użytku,** a niemal 3/4 robi to zdecydowanie często. Mieszkańcy starają się też ograniczać zużycie plastikowych opakowań – 70% oraz **nie wyrzucać resztek żywności lecz przetwarzać je lub przekazywać innym – 67%.**
- Wśród nawyków negatywnych najczęściej wskazano dla **braku czasu lub chęci na szukanie miejsc do naprawy produktów – 1/4 ankietowanych (co dziesiąty „zdecydowanie często”).**



## Oszczędzanie energii i wody

- Małopolanie przykładają **dużą wagę do energooszczędnego oświetlenia domu – stosuje je 97% badanych.** Odpowiedź „nie i nie zamierzam stosować w przyszłości” wskazał zaledwie 1% ankietowanych.
- Niemal **3/4 respondentów stosuje się do zasad ekologii także w zakresie częstego wyłączenia z prądu zbędnych urządzeń elektrycznych,** a połowa zadeklarowała, że robi to zdecydowanie często.
- **87% respondentów zadeklarowało, że częściej korzysta z prysznica zamiast wanny** w celu oszczędzania wody, a 2/3 używa na co dzień zmywarki zamiast ręcznego zmywania naczyń. Odpowiedź „nie oszczędzam wody” wskazało niespełna 3% ankietowanych.
- W układzie podregionalnym odnotowano **znaczącą różnicę pomiędzy Krakowem (29%) a pozostałymi częściami regionu w wykorzystaniu deszczówki – aż 30 p. p.** różnicy względem podregionu krakowskiego i oświęcimskiego.



## Działania gminy na rzecz GOZ

- **80% badanych ma świadomość, że ich gmina zbiera odpady biodegradowalne.**
- **71% respondentów spotkało się na terenie gminy z montażem OZE,** a ponad połowa dostrzega działania edukacyjno-promocyjne z zakresu ochrony środowiska i GOZ.
- **Ponad 40% respondentów dostrzega w swojej gminie powiększenie terenów zielonych, montaż pojemników na odpady elektryczne** czy montaż hybrydowych, energooszczędnych lamp ulicznych.
- **Respondenci z Krakowa dwukrotnie częściej deklarowali występowanie grup współdzielenia się materiałami, narzędziami czy car-sharing** niż respondenci z podregionu oświęcimskiego, nowotarskiego czy krakowskiego (tj. 33% vs. 15%–16%). Mieszkańcy Krakowa częściej dostrzegają także montaż pojemników na odpady elektryczne czy rewitalizację terenów zdegradowanych.
- Z kolei **3/4 respondentów z podregionów: tarnowskiego, nowosądeckiego i nowotarskiego dostrzega montaż OZE,** podczas gdy mieszkańcy stolicy regionu deklarowali tę odpowiedź o 15 p. p. rzadziej.



- **67% mieszkańców** dostrzegających działania gminy na rzecz GOZ **ocenia prowadzoną przez gminę gospodarkę odpadami w sposób pozytywny**, w tym 28% jest z niej zadowolonych w sposób zdecydowany.



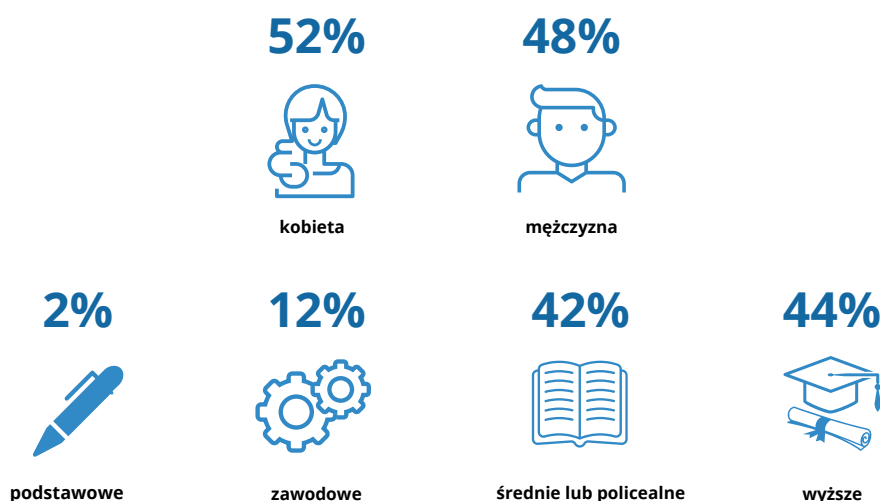
#### Motywacje do stosowania zasad GOZ

- Główną **motywacją ponad 3/4 badanych Małopolan do wdrażania zasad GOZ jest troska o środowisko naturalne**. Wysoki odsetek wskazań dotyczył także kwestii finansowych i oszczędzania pieniędzy – 62%.
- **Respondenci z Krakowa częściej** niż pozostali ankietowani wskazywali na **troskę o środowisko naturalne – 82%** vs. 72% w podregionie nowotarskim.

# Małopolanie uczestniczący w badaniu

W ramach 15. edycji „Badania opinii mieszkańców Małopolski na temat istotnych dla rozwoju regionu obszarów działań samorządu wojewódzkiego” jak co roku wzięło udział 3000 mieszkańców powyżej 18. roku życia. W podziale w zależności od płci **nieco większy odsetek ankietowanych stanowiły kobiety – 52%, w porównaniu do mężczyzn – 48%.**

**Rysunek 2.** Płeć i wykształcenie Małopolan biorących udział w badaniu (n = 3000)



Źródło: opracowanie własne na podstawie badania CATI

**Najliczniejszą grupę stanowili Małopolanie w wieku 25–44 lata (39%).** W dalszej kolejności znaleźli się respondenci w wieku powyżej 60 lat (26%), 45–59 lat (24%) oraz 18–24 lata (11%).

**Wykres 1.** Wiek respondentów biorących udział w badaniu (n = 3000)



Źródło: opracowanie własne na podstawie badania CATI

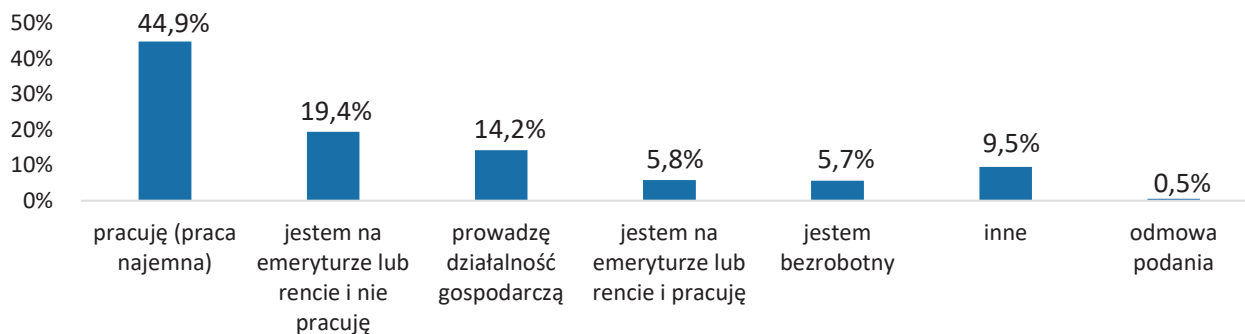
**Najwięcej respondentów posiadało wykształcenie wyższe (44%).** Ponad 40% deklarowało wykształcenie średnie lub policealne. Małopolanie z wykształceniem podstawowym lub gimnazjalnym stanowili zaledwie 2% ogółu ankietowanych.



W przekroju ze względu na status zawodowy **odnotowano najwięcej pracowników etatowych (45%)**. Spośród wszystkich respondentów 19% przebywało na emeryturze lub rencie, nie podejmując już pracy, 14% prowadziło firmę, a 6% było osobami bezrobotnymi.



**Wykres 2.** Status zawodowy Małopolan biorących udział w badaniu\* (n = 3000)



\* Do kategorii „inne” należy zaliczyć grupy zawodowe, których odsetek w przeprowadzonym badaniu wyniósł poniżej 5%, tj.: osoby uczące się, osoby na urlopie macierzyńskim/wychowawczym/rodzicielskim oraz osoby prowadzące gospodarstwa rolne.

Źródło: opracowanie własne na podstawie badania CATI

**Respondentów z obszarów miejskich było o 7 p. p. więcej** niż respondentów mieszkających na wsi.

# Znajomość pojęcia i skojarzenia z gospodarką o obiegu zamkniętym



**Gospodarka o obiegu zamkniętym (ang. *circular economy*)** jest koncepcją zmierną do racjonalnego wykorzystania zasobów i ograniczenia negatywnego oddziaływania na środowisko wytwarzanych produktów, które – podobnie jak materiały oraz surowce – powinny pozostać w gospodarce tak długo, jak jest to możliwe, a wytwarzanie odpadów powinno być zminimalizowane<sup>2</sup>.

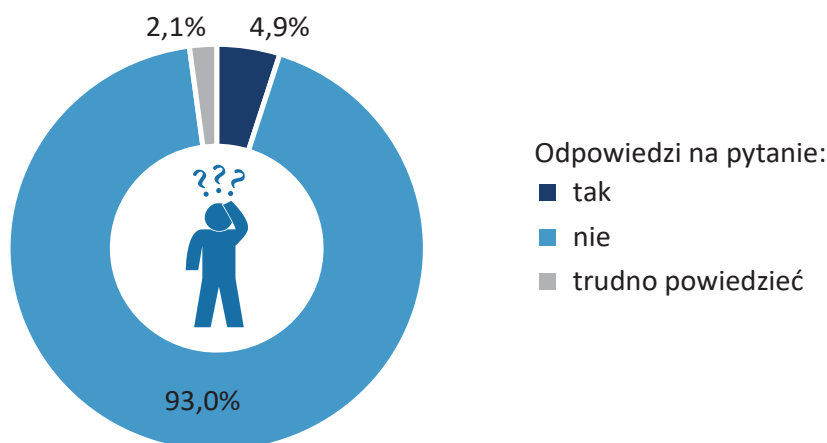
Można uznać, iż GOZ jest **globalnym modelem rozwoju gospodarczego** promującym ekoinnowacyjne rozwiązania i spełniającym następujące założenia<sup>3</sup>:

- wartość dodana surowców, zasobów, materiałów i produktów jest maksymalizowana w łańcuchu wartości, tj. od projektanta do konsumenta,
- ilość wytwarzanych odpadów jest minimalizowana, a powstające odpady są zagospodarowane zgodnie z hierarchią sposobów postępowania z odpadami (zapobieganie powstawaniu odpadów, przygotowanie do ponownego użycia, recykling, inne sposoby odzysku, unieszkodliwienie).

## Rozwinięcie skrótu GOZ

Badani Małopolanie zostali na początek **poproszeni o rozwinięcie skrótu GOZ**. Wyniki nie przedstawiają się optymistycznie; **wiedzę o tym, co kryje się pod danym skrótem zadeklarowało mniej niż 5% ankietowanych**.

**Wykres 3.** Czy jest Pan/i w stanie rozwinąć skrót GOZ? (n = 3000)



Źródło: opracowanie własne na podstawie wyników badania CATI

<sup>2</sup> <https://www.gov.pl/web/klimat/goz>, dostęp: 1.07.2020.

<sup>3</sup> J. Kulczycka (red.), *Gospodarka o obiegu zamkniętym w polityce i badaniach naukowych*, IGSMiE PAN, Kraków 2019.



Co więcej, spośród respondentów, którzy zadeklarowali wiedzę na ten temat, **jedynie 13 osób potrafiło w sposób dokładny rozwinąć ten skrót, podając odpowiedź „gospodarka o obiegu zamkniętym”**. Z odpowiedzi trafnych tematycznie pojawiały się:

- gospodarka odpadami (23 osoby),
- skojarzenia z energią odnawialną/zieloną oraz ochroną środowiska (31 osób).

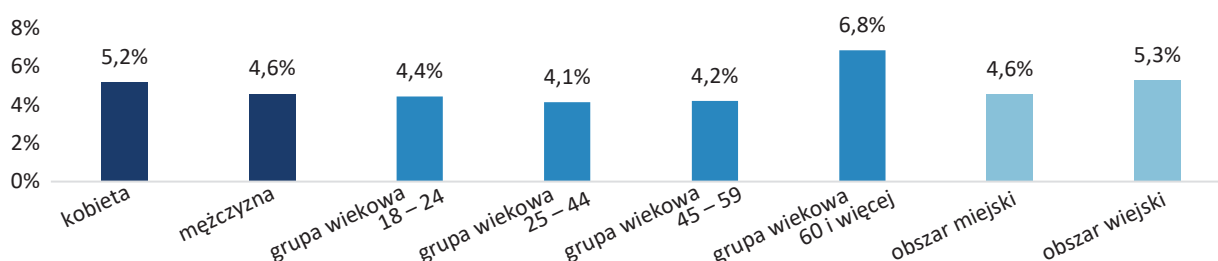
Warto podkreślić, że część osób całkowicie mylnie interpretowała ten skrót, odnosząc go do:

- skojarzeń ze stronami rządowymi, państwowymi (29 osób),
- skojarzeń z ochroną zdrowia, ośrodkiem zdrowia (22 osoby),
- gminnego ośrodka (8 osób).

Co ciekawe, **umiejętność rozwinięcia skrótu GOZ nieco częściej** na tle pozostałych grup społeczno-demograficznych, **deklarowali seniorzy – 7%**.

**Wykres 4.**

Odsetek twierdzących odpowiedzi na pytanie: „Czy jest Pan/i w stanie rozwinąć skrót GOZ?” a wybrane grupy społeczno-demograficzne (n = 3000)

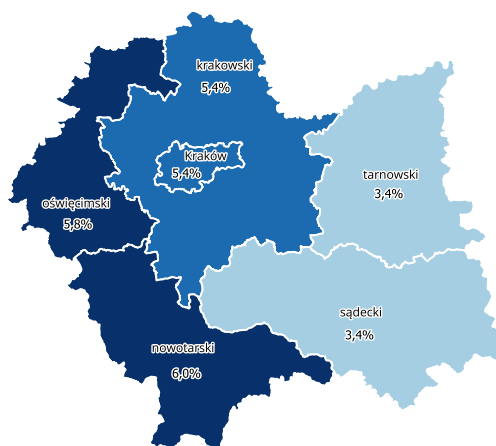
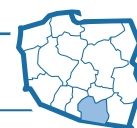


Źródło: opracowanie własne na podstawie wyników badania CATI

Mieszkańcy podregionu nowotarskiego i oświęcimskiego nieco częściej niż pozostali respondenci wskazywali na znajomość skrótu GOZ, **mniej deklaracji padało natomiast ze strony respondentów ze wschodniej części regionu.**

**Mapa 1.**

Odsetek twierdzących odpowiedzi na pytanie: „Czy jest Pan/i w stanie rozwinąć skrót GOZ?” a podregiony (n = 3000)



Źródło: opracowanie własne na podstawie badania CATI

## Skojarzenia z gospodarką o obiegu zamkniętym

W dalszej kolejności Małopolanie zostali poinformowani o tym, jak należy poprawnie interpretować omawiany skrót, a następnie poproszeni o wskazanie głównych skojarzeń związanych z pojęciem gospodarki o obiegu zamkniętym<sup>4</sup>. Odpowiedzi przedstawiają się dużo bardziej pozytywnie. **1/5 wskazań badanych dotyczyła oszczędzania wody, wykorzystania deszczówki i gospodarki wodnej ogółem. Warto doprecyzować, że w rozbiciu na elementy szczegółowe danej kategorii** wskazania przedstawiały się następująco:

- oszczędzanie wody – 11,2%,
- wykorzystywanie deszczówki – 8,2%,
- gospodarka wodna, skojarzenia z wodą ogółem – 1,5%.

Na **drugiej pozycji** znalazły się **skojarzenia ze śmieciami ogółem, ich segregacją oraz gospodarką odpadami – 18% wskazań**. W czołowej trójce skojarzeń jest również recykling – 14% wskazań. Warto podkreślić, że niemal co dziesiąte wskazanie dotyczyło oszczędzania energii i odnawialnych źródeł energii.

**Wykres 5.**

Odpowiedzi na pytanie: „Z jakimi obszarami/dziedzinami kojarzy się Panu/i gospodarka o obiegu zamkniętym?” (n = 3000)



oszczędzanie wody,  
gospodarka wodna



segregacja śmieci,  
gospodarka odpadami



recykling

Źródło: opracowanie własne na podstawie wyników badania CATI

<sup>4</sup> Pytanie miało charakter otwarty, a skojarzenia respondentów zostały zagregowane w kluczowe, najczęściej powtarzające się kategorie.



# Codziennie działania na rzecz ochrony środowiska



Jak wynika z sondażu CBOS przeprowadzonego pod koniec 2020 roku<sup>5</sup>, **obawy związane ze stanem środowiska naturalnego deklaruje znaczna część Polaków, jednak zdecydowanie częściej dotyczą one skali globalnej niż lokalnej**. Bardzo duży lub duży niepokój o stan środowiska w skali świata deklaruje 70% badanych, w skali kraju – 53%, natomiast we własnej miejscowości zamieszkania już tylko co czwarty ankietowany.

**Większość badanych Polaków uważa, że ich własne zachowanie i sposób życia przekładają się w istotny sposób na stan środowiska naturalnego (81%)**. Najczęściej deklaracje padały ze strony młodszych ankietowanych w wieku 18–34 lata (88–89% w zależności od kategorii), a najrzadziej najstarszych w wieku 65 lat i więcej (68%). Istotne znaczenie ma wykształcenie – lepiej wykształceni respondenci częściej uważają, że ich osobiste działania przekładają się na stan środowiska<sup>6</sup>.

Warto zwrócić uwagę na **pozytywne zmiany**, jakie w świetle badania zaszły **w działaniach Polaków na rzecz ochrony środowiska** w ciągu ostatnich lat<sup>7</sup>:

- **95%** badanych Polaków deklaruje, że segreguje odpadki domowe (vs. 55% w 2008 r.),
- **92%** używa energooszczędnego sprzętu AGD (vs. 67% w 2008 r.),
- **91%** zabiera na zakupy torby wielorazowego użytku i unika brania w sklepach jednorazowych, plastikowych torebek (vs. 48% w 2008 r.),
- **47%** w miarę możliwości rezygnuje z jazdy samochodem i jeździ rowerem, autobusem, pociągiem (vs. 34% w 2008 r.).

W drugim pytaniu skierowanym do Małopolan zweryfikowano, czy respondenci podejmują na co dzień czynności, które w sposób bezpośredni bądź pośredni przyczyniają się do ochrony środowiska naturalnego. W świetle uzyskanych wyników postawy Małopolan przedstawiają się pod tym względem bardzo pozytywnie. **Niemal wszyscy respondenci (99%) zadeklarowali, że segregują odpady, a ponad 95% twierdzi, że dokonuje rozważnych zakupów pozwalających uniknąć wyrzucania żywności . Aż 87% respondentów naprawia produkty, zamiast kupować nowe.**

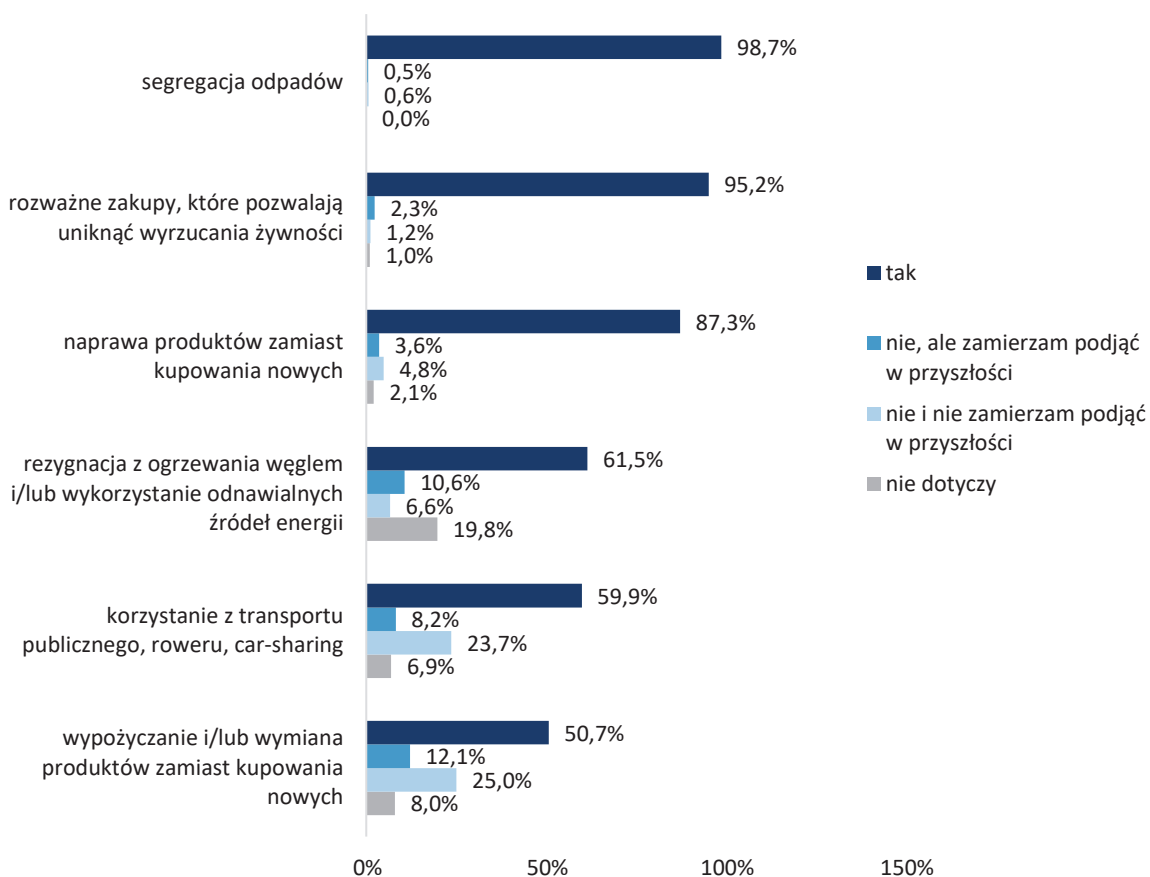
<sup>5</sup> Komunikat z badań. Świadomość ekologiczna Polaków. Nr 163/2020, CBOS, Warszawa 2020.

<sup>6</sup> Ibidem.

<sup>7</sup> Ibidem.

**Wykres 6.**

Odpowiedzi na pytanie: „Czy podejmuje Pan/i następujące działania, które przyczyniają się do ochrony środowiska?”\* (n = 3000)



**99%**



**segregacja odpadów**

**95%**



**rozważne zakupy,  
unikanie wyrzucania  
żywności**

**87%**



**naprawa używanych  
produktów**

\* Odpowiedź „nie dotyczy” była odpowiedzią samodzielnie deklarowaną przez respondentów.

Źródło: opracowanie własne na podstawie badania CATI



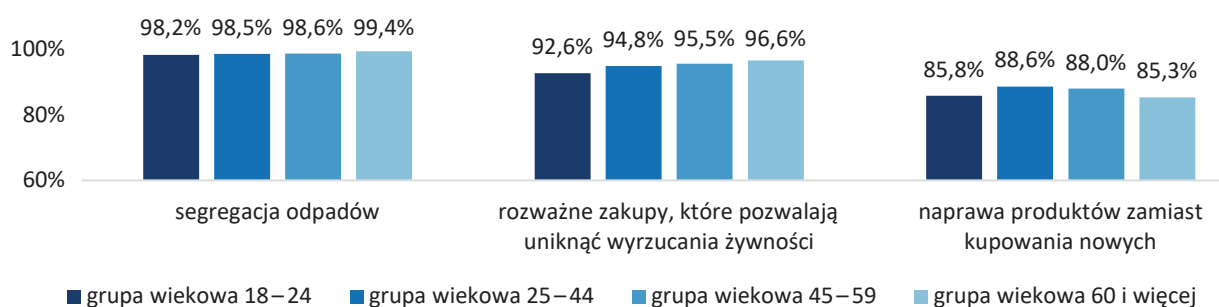


Najmniejszy odsetek wskazań (jednak nadal powyżej 50%) dotyczył zamiany przemieszczania się prywatnym samochodem na transport publiczny, rower czy car-sharing (60%) oraz wypożyczenie i/lub wymiany produktów zamiast kupowania nowych (51%). Wśród tych czynności odnotowano także największy odsetek wskazań „nie i nie zamierzam podjąć w przyszłości”, które w obu przypadkach zadeklarowała około 1/4 respondentów.

Seniorzy nieco częściej deklarują rozważne zakupy i unikanie wyrzucania żywności – różnica 4 p. p. względem respondentów w wieku 18–24 lata. Nieznacznie większą skłonność do naprawy produktów zamiast kupowania nowych przejawiają respondenci w wieku 25–44 lata (89%).

**Wykres 7.**

Odpowiedzi na pytanie: „Czy podejmuje Pan/i następujące działania, które przyczyniają się do ochrony środowiska” a wiek (n = 3000)



Źródło: opracowanie własne na podstawie badania CATI

Nie odnotowano znaczących różnic w zakresie trzech najczęściej wskazywanych działań przyczyniających się do ochrony środowiska w podziale na płeć bądź obszar zamieszkania.

**Tabela 1.**

Odpowiedzi na pytanie: „Czy podejmuje Pan/i następujące działania, które przyczyniają się do ochrony środowiska?” a płeć i obszar zamieszkania (n = 3000)

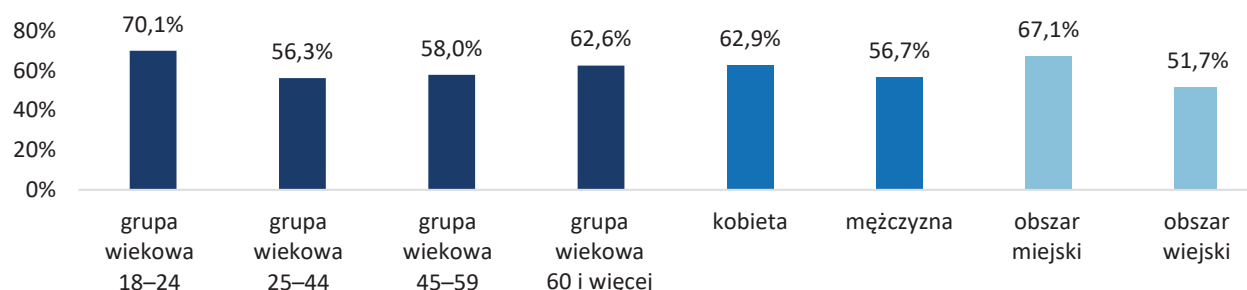
Działania	kobieta	mężczyzna	obszar miejski	obszar wiejski
segregacja odpadów	99,2%	98,3%	98,7%	98,8%
rozważne zakupy, które pozwalają uniknąć wyrzucania żywności	95,7%	94,6%	95,1%	95,3%
naprawa produktów zamiast kupowania nowych	88,1%	86,4%	87,1%	87,4%

Źródło: opracowanie własne na podstawie badania CATI

Więcej deklaracji dla korzystania z transportu publicznego, roweru czy car-sharing padało ze strony respondentów najmłodszych – 70% (14 p. p. różnicy względem osób w wieku 25–44 lata), kobiet – 63% (6 p. p. różnicy względem mężczyzn) oraz mieszkańców miast – 67% (15 p. p. różnicy względem mieszkańców wsi).

**Wykres 8.**

Korzystanie z transportu publicznego, roweru, car-sharing a wybrane grupy społeczno-demograficzne (n = 3000)

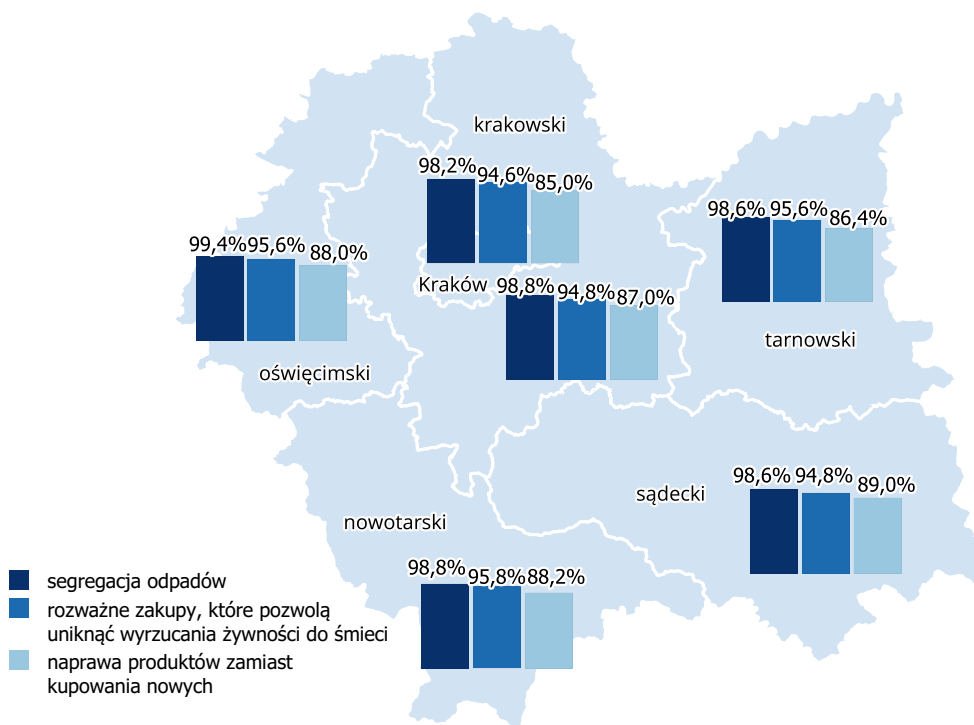
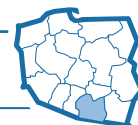


Źródło: opracowanie własne na podstawie badania CATI

Nie odnotowano znaczących różnic pomiędzy poszczególnymi częściami regionu w zakresie trzech najczęściej wskazywanych działań podejmowanych na rzecz ochrony środowiska. Respondenci z podregionu nowosądeckiego nieco częściej próbują naprawić produkty przed zakupem nowych – różnica 4 p. p. między nimi a mieszkańcami Krakowa.

**Mapa 2.**

Odpowiedzi na pytanie: „Czy podejmuje Pan/i następujące działania, które przyczyniają się do ochrony środowiska?” a podregion zamieszkania (n = 3000)



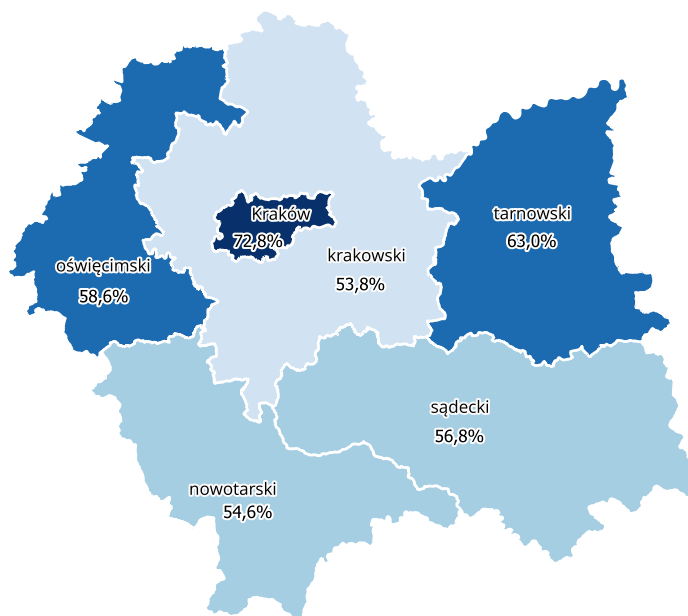
Źródło: opracowanie własne na podstawie badania CATI



Znaczne różnice widać w przypadku korzystania z transportu publicznego, roweru czy car-sharing w przekroju terytorialnym – na pozycji lidera plasują się mieszkańcy Krakowa – 73% (tj. aż 19 p. p. różnicy względem mieszkańców podregionu krakowskiego).

**Mapa 3.**

Korzystanie z transportu publicznego, roweru, car-sharing a podregion zamieszkania (n = 3000)



Źródło: opracowanie własne na podstawie badania CATI

# Drugie życie produktów



Według badania przeprowadzonego z udziałem Forum Odpowiedzialnego Biznesu z 2019 r.<sup>8</sup>, **ponownie najczęściej wykorzystywanym produktem przez Polaków był używany samochód – 58%**. Na drugiej pozycji znalazły się książki i ubrania (obydwie kategorie po 43%), 27% respondentów korzysta z używanych mebli, a 26% jeździ na używanym rowerze.

**Rynek używanych przedmiotów jest domeną transakcji między prywatnymi użytkownikami – 67% badanych Polaków pozyskuje je na portalach aukcyjnych**, co trzeci otrzymuje je od poprzednich użytkowników, a co czwarty wymienia się z innymi. Znaczącym źródłem pozyskiwania używanych produktów są także sklepy z używanymi przedmiotami – 39%<sup>9</sup>.

**Polacy zapytani o alternatywy kupowania** wykorzystane w ciągu ostatnich 6 miesięcy, najczęściej wskazywali na<sup>10</sup>:

- **naprawianie (45%)**: buty (47%), elektronika (43%), odzież (37%), sprzęt AGD (37%), narzędzia (33%),
- **wypożyczanie (34%)**: biblioteka (68%), od znajomych (49%), wypożyczalnia rowerów (36%), wypożyczalnia samochodów (27%), wypożyczalnia sprzętu sportowego (23%),
- **wymianę (32%),**
- **ograniczanie konsumpcji (25%).**

**Jako główną barierę naprawy używanych produktów** badani Polacy wskazali to, iż **nowe rzeczy są tańsze niż ich naprawa (wysokie koszty naprawy) – 64%**. Inne czynniki to brak miejsca do naprawy – 42% czy przekonanie o tym, że nie da się ich naprawić – 39%<sup>11</sup>.

## Korzystanie z produktów używanych wcześniej przez kogoś

Jaki stosunek mają Małopolanie do użytkowania rzeczy będących uprzednio w posiadaniu innej osoby? Okazuje się, że są oni otwarci na tego typu rozwiązania. Jak wynika z badania, najczęściej, tj. **około 3/4 respondentów już teraz korzysta z używanych książek (76%)** czy z używanego samochodu (73%). Co ciekawe, noszenie używanych ubrań zadeklarowało 64% respondentów, a niemal co dziesiąty stwierdził, że bierze pod uwagę korzystanie z używanych ubrań w przyszłości. Ponad połowa ankietowanych korzysta także z używanych narzędzi (54%) czy z używanego roweru (53%).

<sup>8</sup> ARC Rynek i Opinia, Forum Odpowiedzialnego Biznesu, *Raport z badania: Konsumenci a gospodarka obiegu zamkniętego*, [https://odpowiedzialnybiznes.pl/wp-content/uploads/2019/10/Raport\\_CSR\\_ARC-FOB.pdf](https://odpowiedzialnybiznes.pl/wp-content/uploads/2019/10/Raport_CSR_ARC-FOB.pdf), dostęp: 1.07.2022.

<sup>9</sup> Ibidem.

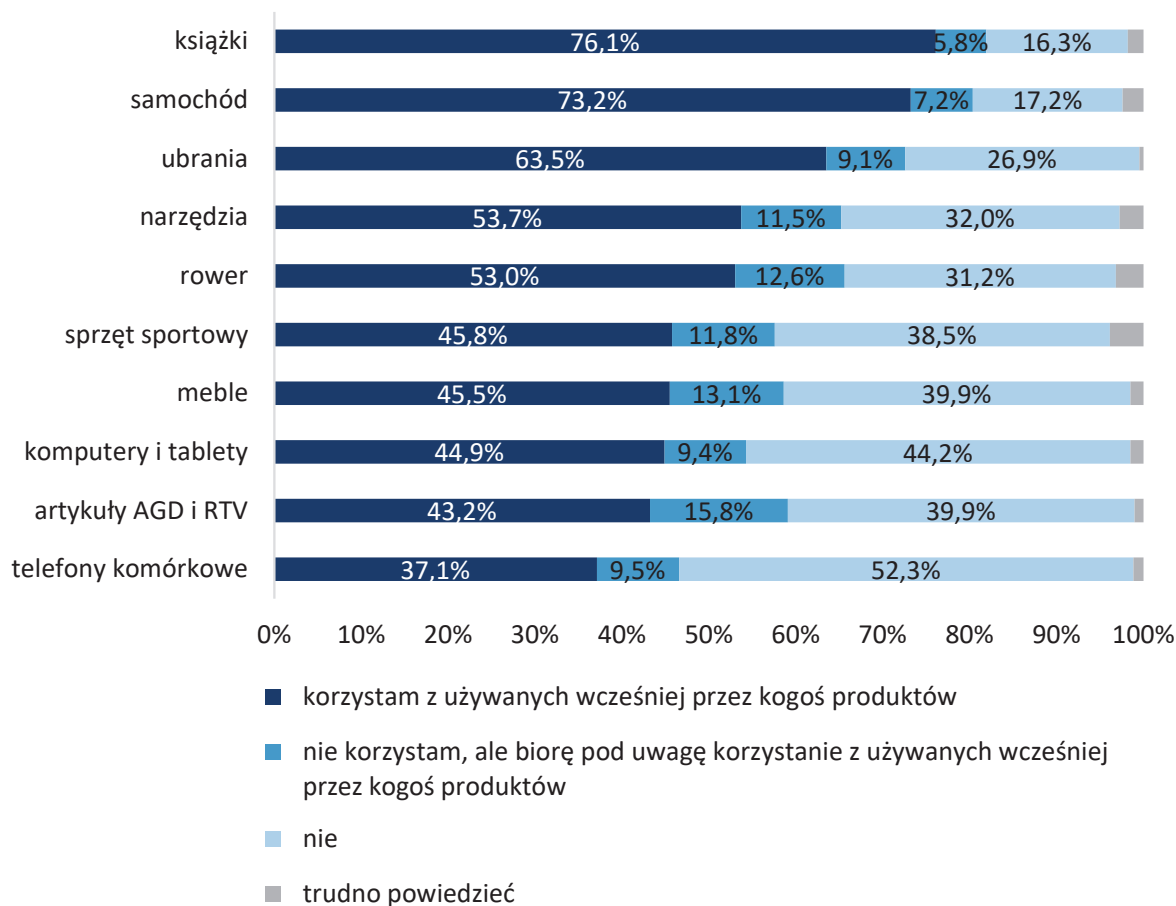
<sup>10</sup> Ibidem.

<sup>11</sup> Ibidem.



Wykres 9.

Odpowiedzi na pytanie: „Czy korzysta Pan/i lub czy bierze pod uwagę korzystanie w przyszłości z następujących kategorii używanych przez kogoś wcześniej produktów?” (n = 3000)



76%



książki

73%



samochód

64%



ubrania

Źródło: opracowanie własne na podstawie badania CATI

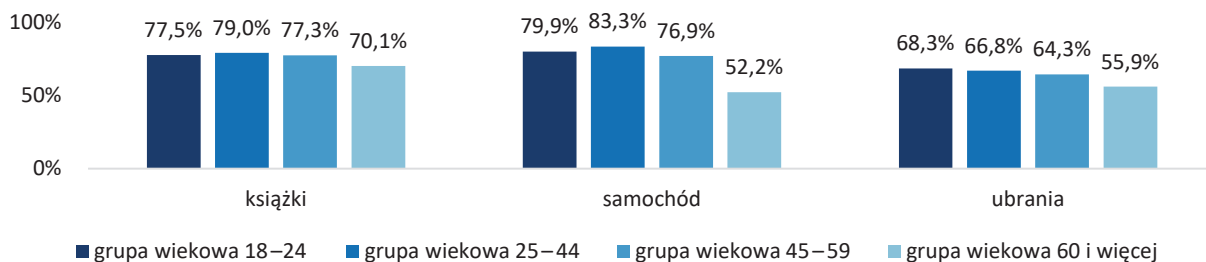
Zdecydowanie **najmniejszym zainteresowaniem cieszy się korzystanie z używanego telefonu komórkowego – 37%**. Co więcej, ponad połowa badanych Małopolan nie bierze pod uwagę korzystania z danego urządzenia po kimś także w przyszłości.

Analizując trzy najczęściej wskazywane kategorie produktów używanych z tzw. drugiej ręki, można powiedzieć, że **największe różnice w zależności od wieku notuje się w przypadku samochodu** – średnio o około

28 p. p. więcej wskazań w młodszych grupach wiekowych niż wśród seniorów. Fakt ten może wynikać stąd, że osoby powyżej 60. roku życia rzadziej są właścicielami samochodów. Co ciekawe, **osoby w wieku 18–24 lata częściej wskazywały na korzystanie z używanych ubrań (68%) – 12 p. p. różnicy pomiędzy nimi a seniorami.**

**Wykres 10.**

Odsetek twierdzących odpowiedzi na pytanie: „Czy korzysta Pan/i z następujących kategorii używanych przez kogoś wcześniej produktów” a wiek (n = 3000)



Źródło: opracowanie własne na podstawie badania CATI

**Tabela 2.**

Odsetek twierdzących odpowiedzi na pytanie: „Czy korzysta Pan/i z następujących kategorii używanych przez kogoś wcześniej produktów?” a płeć i obszar zamieszkania (n = 3000)

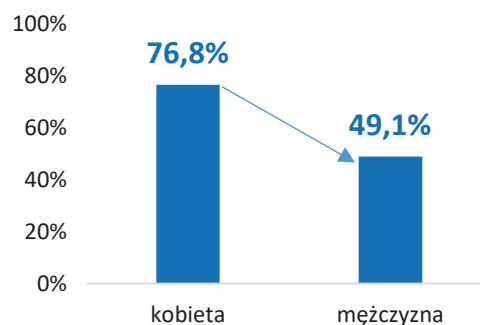
Produkty	kobieta	mężczyzna	obszar miejski	obszar wiejski
książki	82,5%	69,1%	77,4%	74,6%
samochód	70,4%	76,2%	67,8%	79,4%
ubrania	76,8%	49,1%	61,7%	65,6%

Źródło: opracowanie własne na podstawie badania CATI

W przekroju według płci spore różnice w korzystaniu z używanych produktów notuje się zwłaszcza **w przypadku ubrań – panie zadeklarowały aż o 28 p. p. więcej wskazań (tj. 77%).** Różnice są odczuwalne także w przypadku używanych książek – Małopolanki sięgają po nie częściej (różnica 13 p. p.). Z kolei panowie nieco częściej korzystają z używanego samochodu (o 6 p. p.).

Analizując różnice w przekroju zgodnym z obszarem zamieszkania można zauważyć, że **mieszkańcy obszarów wiejskich znacznie częściej niż mieszkańcy miast korzystają z używanego samochodu (o 12 p. p.).**

Korzystanie z używanych przez kogoś wcześniej ubrań a płeć



Źródło: opracowanie własne na podstawie badania CATI

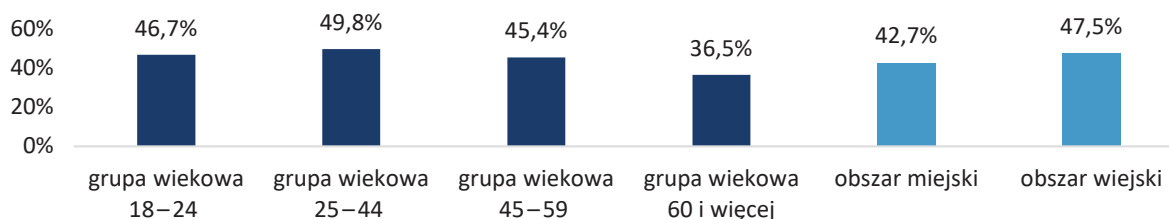




W świetle wyników badania z używanych komputerów i tabletów częściej korzystają osoby w wieku 25-44 lata (50%) oraz mieszkańcy wsi (48%). Warto podkreślić, że odsetek wskazań seniorów był w tym przypadku najmniejszy z uwagi na fakt, że stosunkowo spora część z nich może wcale nie korzystać z tego typu urządzeń.

**Wykres 11.**

Odsetek twierdzących odpowiedzi na pytanie: „Czy korzysta Pan/i z używanych komputerów i tabletów?” a wiek i obszar zamieszkania (n = 3000)

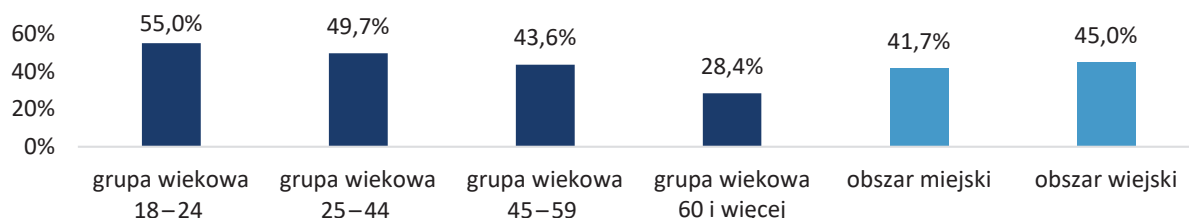


Źródło: opracowanie własne na podstawie badania CATI

Jeśli chodzi o **artykuły AGD i RTV, najwięcej deklaracji o korzystaniu z używanych produktów padło ze strony respondentów najmłodszych – 55%**. Dla porównania odsetek wskazań wśród seniorów wyniósł ponownie najmniej (aż o 27 p. p.).

**Wykres 12.**

Odsetek twierdzących odpowiedzi na pytanie: Czy korzysta Pan/i z używanych artykułów AGD i RTV?” a wiek i obszar zamieszkania (n = 3000)

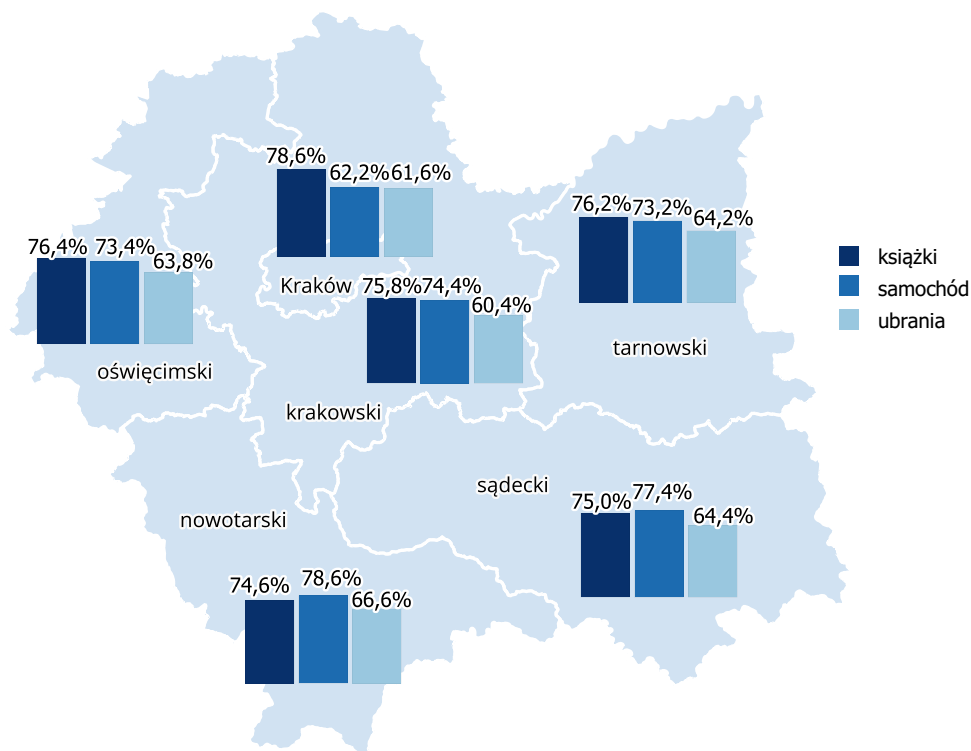
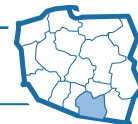


Źródło: opracowanie własne na podstawie badania CATI

W przekroju terytorialnym **największą różnicę odnotowano w przypadku jeżdżenia używanym samochodem – mieszkańcy Krakowa wskazywali tę odpowiedź odpowiednio o 16 p. p. i 15 p. p. rzadziej niż mieszkańcy podregionu nowotarskiego i sądeckiego**. Na noszenie używanych ubrań rzadziej wskazywali mieszkańcy podregionu krakowskiego (60%).

Mapa 4.

Odsetek twierdzących odpowiedzi na pytanie: „Czy korzysta Pan/i z następujących kategorii używanych przez kogoś wcześniej produktów?” a podregion (n = 3000)



Źródło: opracowanie własne na podstawie badania CATI

## Sposoby nabywania używanych produktów

Małopolan, którzy w poprzednim pytaniu zadeklarowali korzystanie z jakiejś używanej kategorii produktów lub branie pod uwagę korzystania z niej w przyszłości, zapytano, **w jaki sposób wchodzi w posiadanie tego typu przedmiotów. Zdecydowanie największą popularnością cieszą się różnego rodzaju portale internetowe i grupy utworzone w tym celu na Facebooku – 66%**. Ponad 57% ankietowanych korzystających z rzeczy używanych nabywa je bezpośrednio od swoich znajomych, rodziny czy sąsiadów.

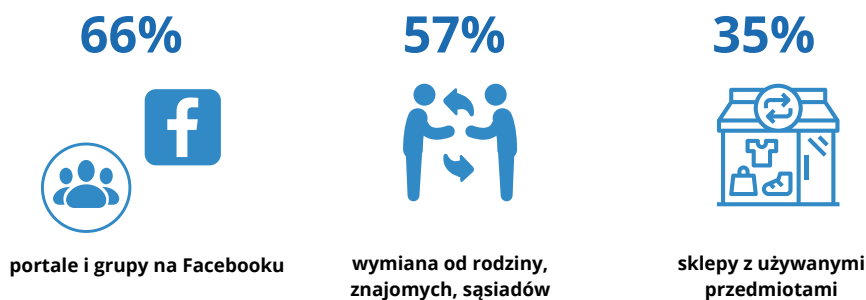
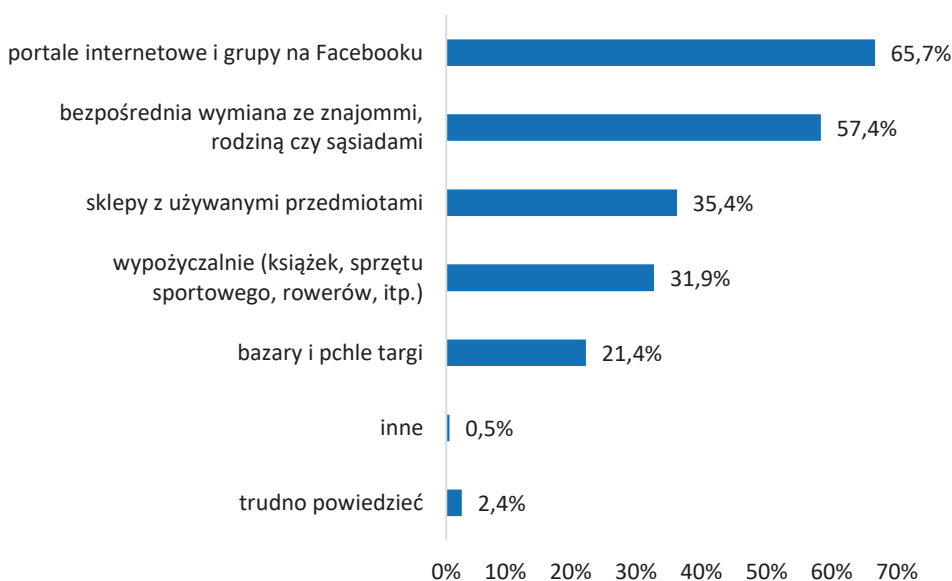
**Znacznie mniejszym zainteresowaniem cieszą się bazyry i tzw. pchle targi** – nabywanie używanych przedmiotów za ich pośrednictwem wskazała 1/5 respondentów korzystających z rzeczy używanych.

Wśród nielicznych wskazań o charakterze „inne” znalazły się innego typu ogłoszenia (8 respondentów), a nawet wyszukiwanie rzeczy na śmietniku (6 respondentów).



**Wykres 13.**

Odpowiedzi na pytanie: „W jaki sposób wchodzi Pan/i w posiadanie używanych przez kogoś wcześniej przedmiotów?” (n=2854)

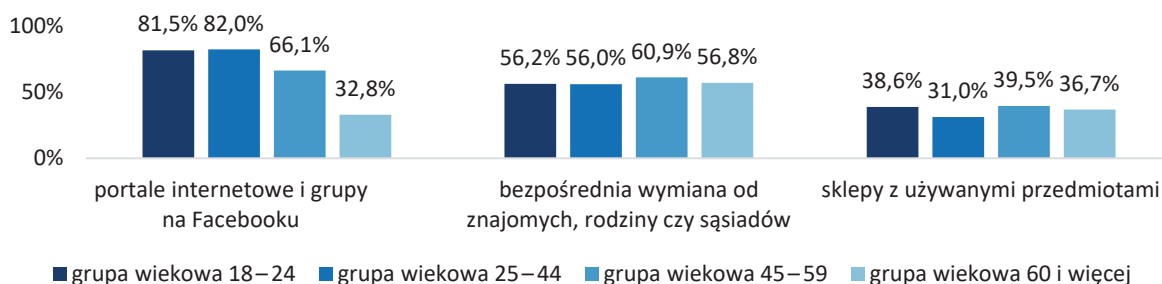


Źródło: opracowanie własne na podstawie badania CATI

Zdecydowanie **największą różnicę** odnotowano w przypadku nabywania rzeczy używanych **za pośrednictwem portali internetowych i grup na Facebooku – aż 49 p. p. pomiędzy najmłodszymi grupami wiekowymi a seniorami**. Z danych wynika zatem, że osoby starsze nadal wolą bezpośrednie kontakty i wymianę, czy to od najbliższych i sąsiadów, czy też w sklepach stacjonarnych.

**Wykres 14.**

Odpowiedzi na pytanie: „W jaki sposób wchodzi Pan/i w posiadanie używanych przez kogoś wcześniej przedmiotów” a wiek (n = 2854)



Źródło: opracowanie własne na podstawie badania CATI

Znaczące różnice w preferowanych formach nabywania rzeczy używanych widoczne są w przekroju według płci w przypadku **bezpośredniej wymiany od znajomych, rodziny czy sąsiadów – kobiety wybierają tę formę częściej o 17 p. p.** Są również bardziej skłonne nabywać używane rzeczy w sklepach stacjonarnych niż mężczyźni – różnica 12 p. p.

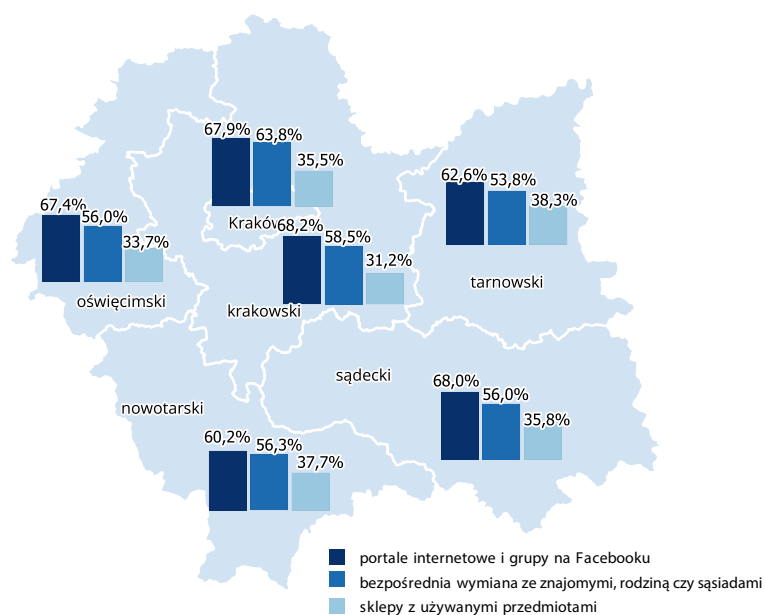
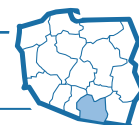
**Tabela 3.** Odpowiedzi na pytanie: „W jaki sposób wchodzi Pan/i w posiadanie używanych przez kogoś wcześniej przedmiotów?” a płeć i obszar zamieszkania (n = 2854)

Sposób wchodzenie w posiadanie przedmiotów używanych	kobieta	mężczyzna	obszar miejski	obszar wiejski
portale internetowe i grupy na Facebooku	61,6%	70,2%	63,4%	68,3%
bezpośrednia wymiana ze znajomymi, rodziną czy sąsiadami	65,3%	48,7%	60,2%	54,2%
sklepy z używanymi przedmiotami	41,3%	28,8%	37,0%	33,5%

Źródło: opracowanie własne na podstawie badania CATI

**Respondenci z Krakowa częściej wskazywali na bezpośrednią wymianę używanych rzeczy ze znajomymi, rodziną czy sąsiadami – 64%,** tj. o 10 p. p. więcej niż w przypadku podregionu tarnowskiego. Mieszkańcy podregionu nowotarskiego rzadziej korzystają z portali internetowych i grup na Facebooku w celu nabycia rzeczy używanych – 60%.

**Mapa 5.** Odpowiedzi na pytanie: „W jaki sposób wchodzi Pan/i w posiadanie używanych przez kogoś wcześniej przedmiotów?” a podregion (n = 2854)



Źródło: opracowanie własne na podstawie badania CATI



## Przekazywanie nieużywanych rzeczy innym

Następnie wszyscy Małopolanie zostali zapytani o to, **czy przekazują nieużywane i niepotrzebne już im rzeczy innym (w tym nietrafione zakupy, nienoszone ubrania, nieużywane meble itp.)**. Wyniki przedstawiają się w tym względzie pozytywnie – **ponad 3/4 respondentów deklaruje oddawanie nieużywanych rzeczy innym za darmo, a niemal połowa oddaje je na cele charytatywne**.

Sprzedaż nieużywanych rzeczy wybrała 1/4 badanych, a **niespełna 4% po prostu je wyrzuca bez nadawania drugiego życia produktom**.



**Wykres 15.** Odpowiedzi na pytanie: „Czy przekazuje Pan/i nieużywane rzeczy innym?” (n = 3000)



76%



oddawanie za darmo  
innym

48%



oddawanie na cele  
charytatywne

26%



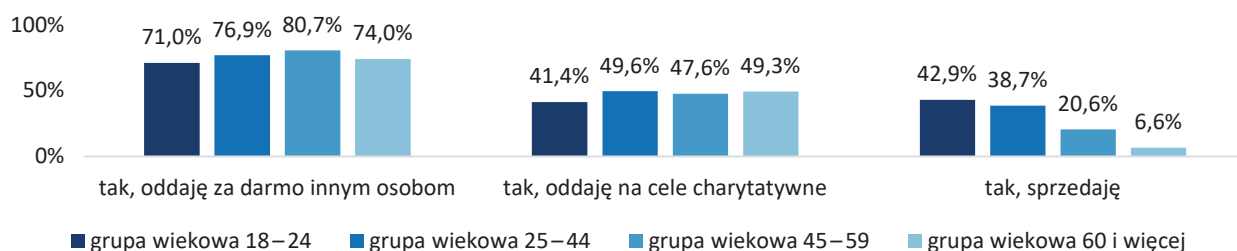
sprzedaż

Źródło: opracowanie własne na podstawie badania CATI

W świetle wyników badania **najmłodszy Małopolanie (18–24 lata) rzadziej niż inne grupy wiekowe oddają nieużywane rzeczy za darmo bądź na cele charytatywne** (różnica aż 10 p. p. pomiędzy nimi a respondentami w wieku 45–59 lat w zakresie oddawania rzeczy za darmo innym). Z kolei wysuwają się na pozycję lidera z zakresu sprzedawania rzeczy nieużywanych – 43% (vs. 7% w przypadku seniorów).



**Wykres 16.** Odpowiedzi na pytanie: „Czy przekazuje Pan/i nieużywane rzeczy innym?” a wiek (n = 3000)



Źródło: opracowanie własne na podstawie badania CATI

**Kobiety są bardziej skłonne oddawać nieużywane rzeczy za darmo bądź na cele charytatywne** (różnica odpowiednio 8 p. p. i 12 p. p. między nimi a mężczyznami).

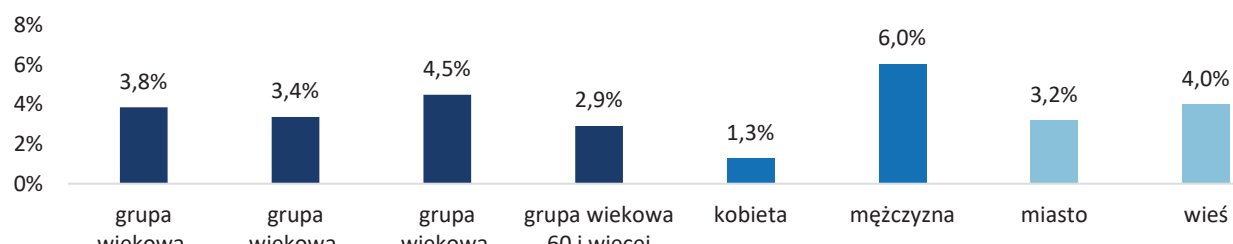
**Tabela 4.** Odpowiedzi na pytanie: „Czy przekazuje Pan/i nieużywane rzeczy innym?” a płeć i obszar zamieszkania (n = 3000)

Odpowiedzi	kobieta	mężczyzna	obszar miejski	obszar wiejski
tak, oddaję za darmo innym osobom	80,2%	72,2%	78,4%	74,1%
tak, oddaję na cele charytatywne	53,7%	42,1%	49,3%	46,8%
tak, sprzedaję	25,4%	27,5%	27,8%	24,8%

Źródło: opracowanie własne na podstawie badania CATI

Warto przeanalizować również, jak kształtowały się odpowiedzi „nie, po prostu wyrzucam” w przekroju poszczególnych grup respondentów – najwyższy odsetek (6%) odnotowano wśród mężczyzn (5 p. p. więcej względem kobiet). W przekroju według wieku rzadziej tego typu deklaracja padała ze strony seniorów.

**Wykres 17.** Odsetek wskazań „nie, po prostu wyrzucam” na pytanie „Czy przekazuje Pan/i nieużywane rzeczy innym?” a wiek i płeć (n = 3000)



Źródło: opracowanie własne na podstawie badania CATI

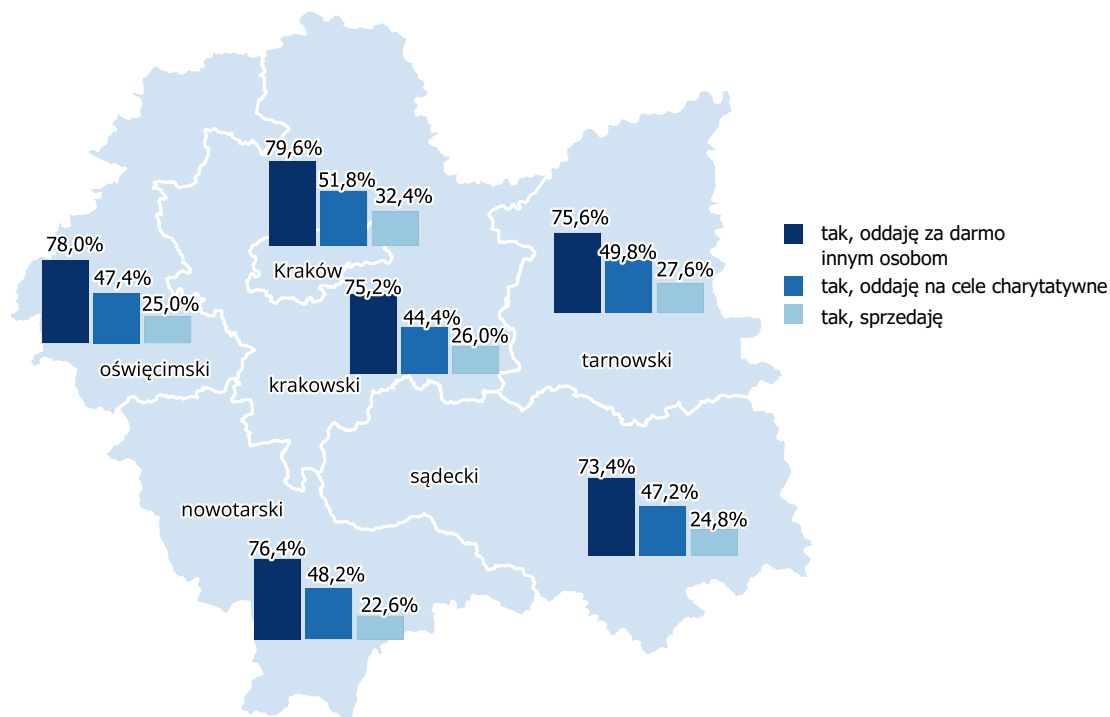
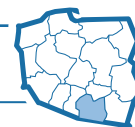




Największą różnicę w przekroju podregionów (tj. 9 p. p.) odnotowano w przypadku deklaracji „tak, sprzedaję” pomiędzy mieszkańcami Krakowa (32%) a mieszkańcami podregionu nowotarskiego (23%). Na oddawanie używanych rzeczy za darmo innym rzadziej wskazywali mieszkańcy podregionu nowosądeckiego (73%), a na przekazywanie na cele charytatywne – podregionu krakowskiego (44%). Warto wskazać, że odpowiedź „nie, po prostu wyrzucam” częściej wskazywali respondenci z podregionu sądeckiego (5%), a rzadziej z Krakowa i podregionu nowotarskiego (w obu przypadkach 2%).

Mapa 6.

Odpowiedzi na pytanie: „Czy przekazuje Pan/i nieużywane rzeczy innym?” a podregion (n = 3000)



Źródło: opracowanie własne na podstawie badania CATI

# Proekologiczne postawy konsumenckie

Jak wynika z sondażu CBOS, przeprowadzonego pod koniec 2020 roku<sup>12</sup>, **większość badanych Polaków wykazuje ekologiczne postawy konsumenckie:**

- **93%** nie marnuje żywności i kupuje tyle, ile im potrzeba,
- **91%** zabiera na zakupy torby wielorazowego użytku i unika brania w sklepach jednorazowych, plastikowych torebek,
- **78%** unika kupowania produktów szkodliwych dla środowiska,
- **63%** kupuje produkty w większych opakowaniach, żeby zmniejszyć ilość tych plastikowych,
- **47% ogranicza kupowanie nowych ubrań i/lub kupuje używaną odzież.**



Z kolei według innego **badania przeprowadzonego wśród Polaków** z udziałem Forum Odpowiedzialnego Biznesu z 2019 roku<sup>13</sup>:

- **48%** badanych byłoby skłonnych zrezygnować z produktu jeśli dowiedziałoby się, że producent zrobił coś o negatywnym oddziaływaniu na środowisko,
- **43%** chciałoby, aby producenci / sieci handlowe pomagały w sprzedaży lub wymianie rzeczy używanych,
- **38%** kupuje za dużo bądź kupuje zbędne produkty (determinanty: promocje w sklepach – 52%, złe nawyki – 39%, brak oszacowania, ile produktów potrzeba – 25%),
- **36%** chciałoby, aby sklepy oferowały możliwość pakowania produktów spożywczych (np. kasz, bakalii, sałatek) do własnych opakowań,
- **29%** używa zbyt wielu toreb foliowych w trakcie zakupów,
- **20%** wybiera tańsze produkty, nawet gdy są gorszej jakości,
- **40%** uważa, że produkty ekologiczne są zbyt drogie.

## Decyzje zakupowe i zachowania proekologiczne

W świetle wyników badania **aż 95% Małopolan wolałoby, aby kupowane przez nich produkty były trwalsze nawet gdyby miały więcej kosztować.** Taki sam odsetek respondentów chciałoby, aby sklepy oferowały **poza sprzedażą produktów także możliwość ich naprawy.**

Pozytywny jest fakt, że **ponad 80% respondentów chciałoby, aby producenci czy sieci handlowe pomagały także w sprzedaży bądź wymianie rzeczy używanych** oraz byłoby skłonnych do rezygnacji z produktu po uzyskaniu wiedzy o tym, że producent zrobił coś o negatywnym wpływie na środowisko. Tak wysokie odsetki wskazań świadczą o znacznej świadomości ekologicznej i wysoce proekologicznej postawie mieszkańców województwa małopolskiego.

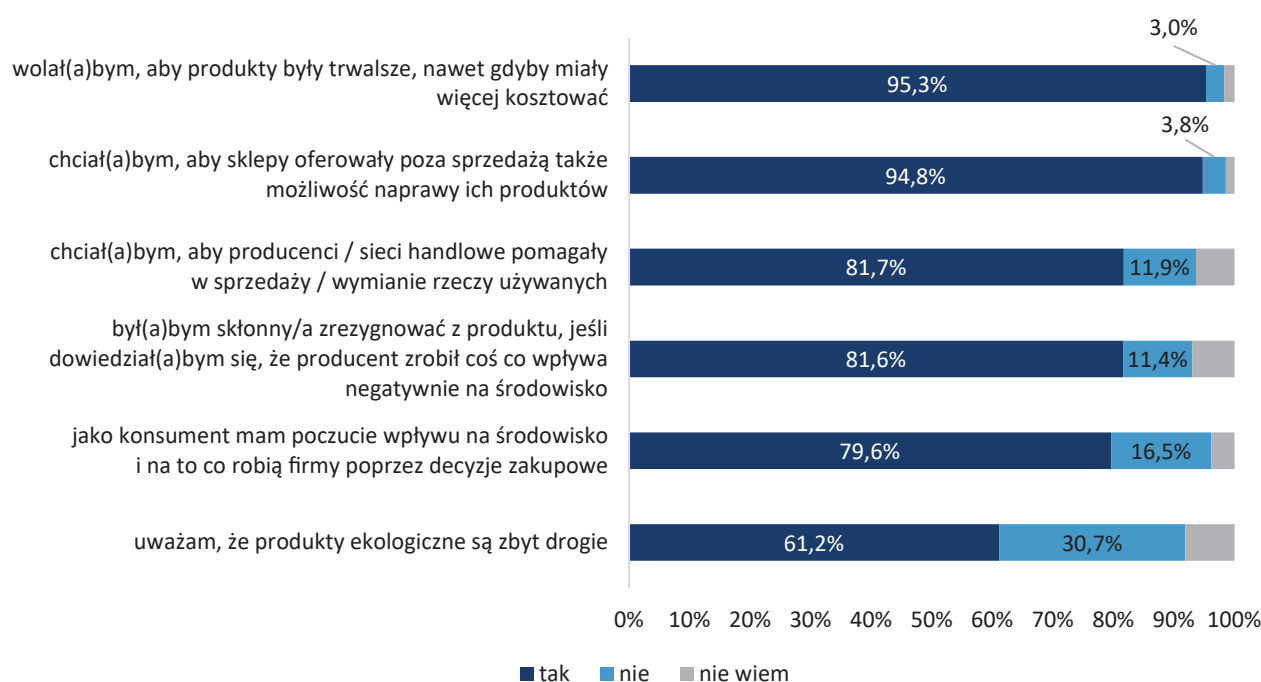
Co ciekawe, ponad 60% badanych Małopolan nie zgadza się ze stwierdzeniem, że produkty ekologiczne są zbyt drogie.

<sup>12</sup> Komunikat z badań. Świadomość ekologiczna Polaków. Nr 163/2020, CBOS, Warszawa 2020.

<sup>13</sup> ARC Rynek i Opinia, Forum Odpowiedzialnego Biznesu, Raport z badania: Konsumenci a gospodarka obiegu zamkniętego, [https://odpowiedzialnybiznes.pl/wp-content/uploads/2019/10/Raport\\_CSR\\_ARC-FOB.pdf](https://odpowiedzialnybiznes.pl/wp-content/uploads/2019/10/Raport_CSR_ARC-FOB.pdf), dostęp: 1.07.2022.



**Wykres 18.** Odpowiedzi na pytanie: „Czy zgadza się Pan/i z poniższymi stwierdzeniami?” (n = 3000)







Źródło: opracowanie własne na podstawie badania CATI

**Seniorzy rzadziej niż pozostałe grupy wiekowe** wskazywali zarówno na większą trwałość produktów w zamian za wyższą cenę, możliwość naprawy produktów w sklepach, jak i **pomaganie w sprzedaży bądź wymianie rzeczy używanych przez producentów czy sieci handlowe – w tym ostatnim przypadku różnica pomiędzy nimi a respondentami w wieku 18-24 lat wyniosła aż 14 p. p.** Z drugiej strony osoby starsze częściej wskazywały na to, że produkty ekologiczne są zbyt drogie (64%).

W przekroju według płci największe różnice w poglądach widać w przypadku skłonności rezygnacji z produktu po uzyskaniu wiedzy o tym, że producent zrobił coś, co wpływa negatywnie na środowisko – **kobiety wykazują taką postawę częściej o 9 p. p. niż mężczyźni.** Są również nieco bardziej entuzjastycznie nastawione do pomocy w sprzedaży bądź wymianie używanych produktów przez producentów i sieci handlowe – różnica 7 p. p.

Tabela 5.

Odpowiedzi twierdzące na pytanie „Czy zgadza się Pan/i z poniższymi stwierdzeniami?”  
a wiek oraz płeć (n = 3000)

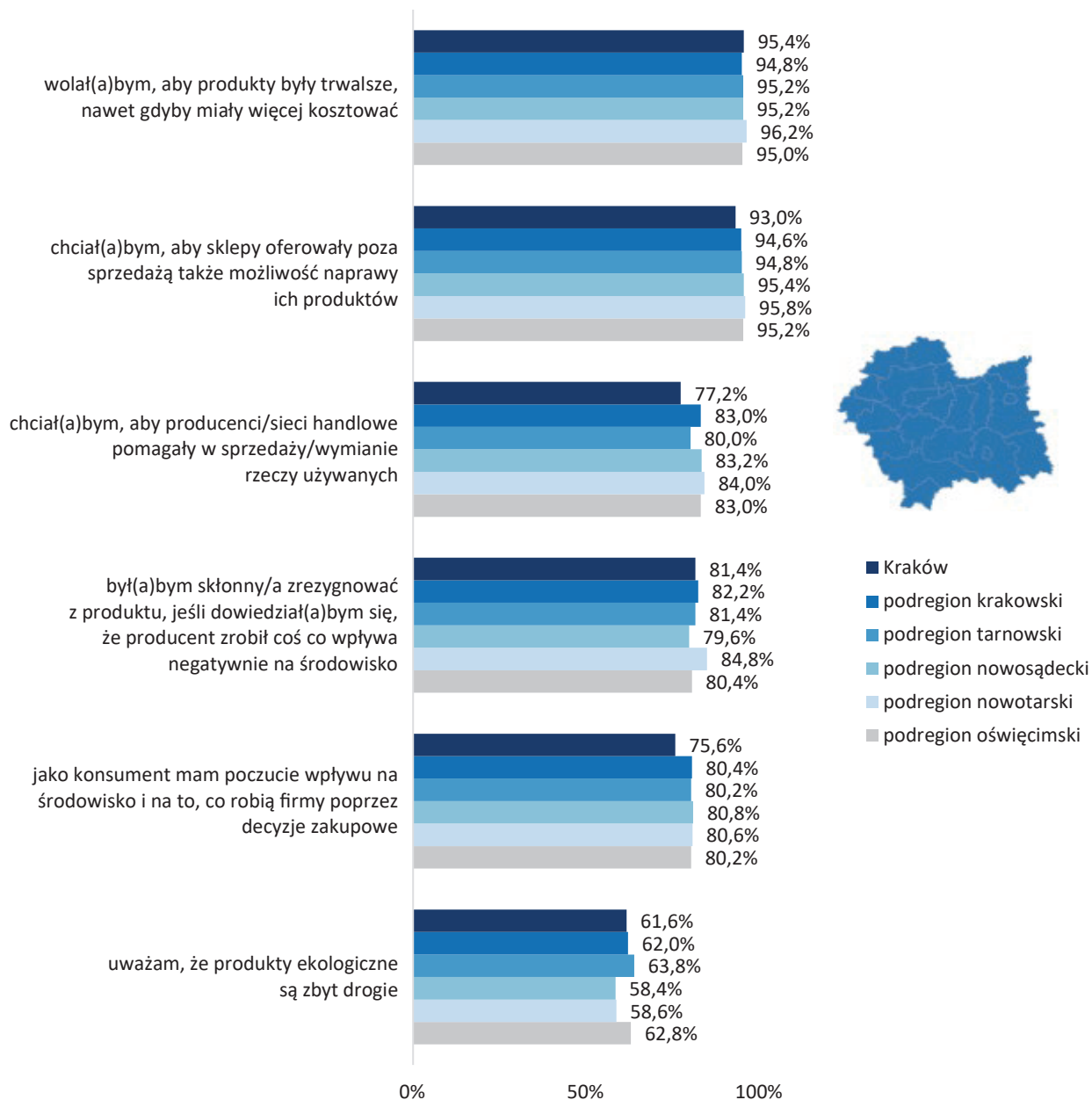
Stwierdzenia	18–24 lata	25–44 lata	45–59 lat	60 lat i wię- cej	kobieta 	mężczyzna 	obszar miejski 	obszar wiejski 
wolał(a)bym, aby produkty były trwalsze, nawet gdyby miały więcej kosztować	95,3%	96,3%	96,2%	93,0%	95,6%	95,0%	95,1%	95,6%
chciał(a)bym, aby sklepy oferowały poza sprzedażą także możliwość naprawy ich produktów	97,6%	95,9%	95,1%	91,6%	96,7%	92,8%	93,8%	96,0%
chciał(a)bym, aby producenci / sieci handlowe pomagały w sprzedaży/wymianie rzeczy używanych	88,5%	84,7%	81,5%	74,7%	85,0%	78,2%	80,2%	83,5%
był(a)bym skłonny/a zrezygnować z produktu, jeśli dowiedział(a)bym się, że producent zrobił coś, co wpływa negatywnie na środowisko	77,5%	78,9%	83,9%	85,4%	85,8%	77,1%	82,0%	81,2%
jako konsument mam poczucie wpływu na środowisko i na to, co robią firmy poprzez decyzje zakupowe	80,5%	80,7%	81,1%	76,4%	80,8%	78,3%	78,3%	81,2%
uważam, że produkty ekologiczne są zbyt drogie	60,7%	58,8%	61,9%	64,3%	63,3%	58,9%	62,7%	59,5%

Źródło: opracowanie własne na podstawie badania CATI

Mieszkańcy Krakowa rzadziej wskazywali, że chcieliby, aby producenci bądź sieci handlowe pomagały w sprzedaży lub wymianie rzeczy używanych (77%) oraz, że jako konsumenci mają poczucie wpływu na środowisko i na to co robią firmy poprzez decyzje zakupowe (76%).

**Wykres 19.**

Odpowiedzi twierdzące na pytanie „Czy zgadza się Pan/i z poniższymi stwierdzeniami?” a podregion (n = 3000)



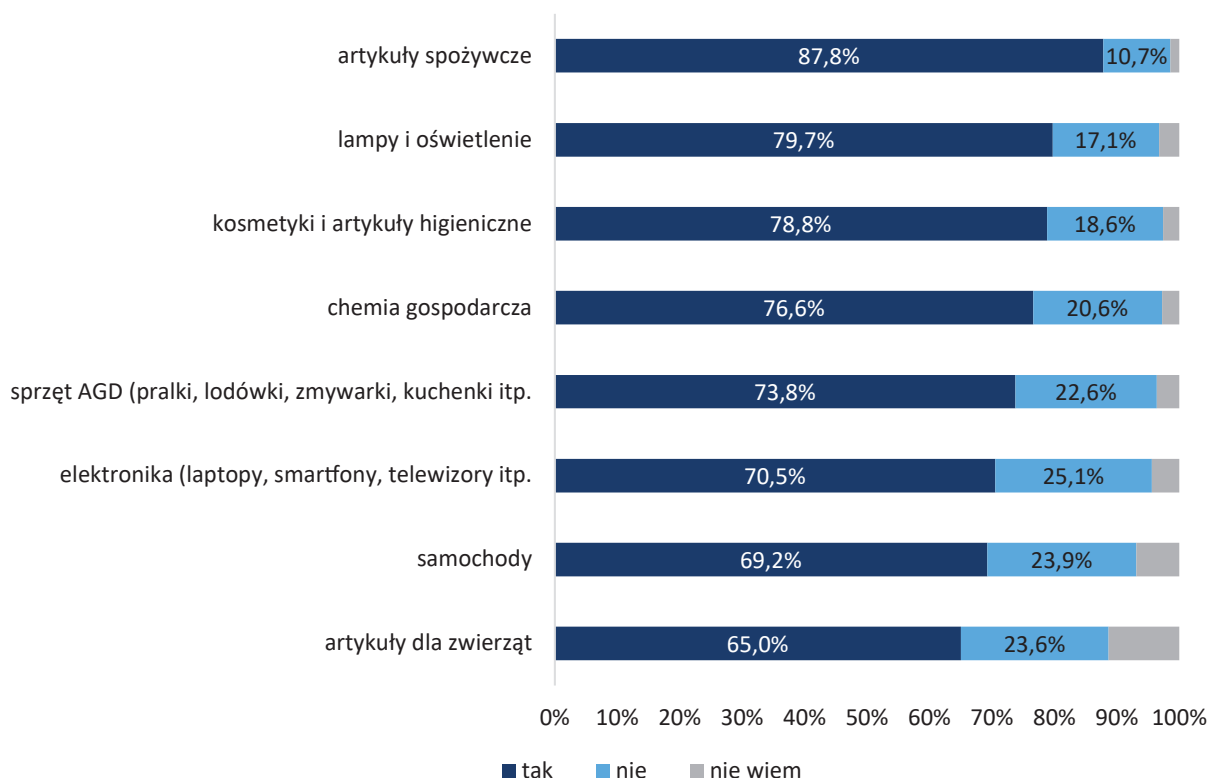
Źródło: opracowanie własne na podstawie badania CATI

## Wpływ produktów i opakowań na środowisko

Aż **88%** badanych mieszkańców deklaruje, że bierze pod uwagę wpływ produktu i opakowania na środowisko podczas zakupu artykułów spożywczych. Ponad 3/4 ankieterowanych przykłada do tego wagę także w przypadku zakupu **lamp i oświetlenia, kosmetyków i artykułów higienicznych czy chemii gospodarczej**. Mniejszy odsetek dotyczył artykułów dla zwierząt – niemniej jednak wagę do wpływu tego typu produktów i ich opakowań na środowisko przykłada 2/3 badanych Małopolan.

Wykres 20.

Odpowiedzi na pytanie: „Przy zakupie których produktów ważny jest dla Pana/i wpływ produktu i opakowania na środowisko naturalne?” (n = 3000)



88%



artykuły spożywcze

80%



lampy i oświetlenie

79%



kosmetyki i artykuły higieniczne

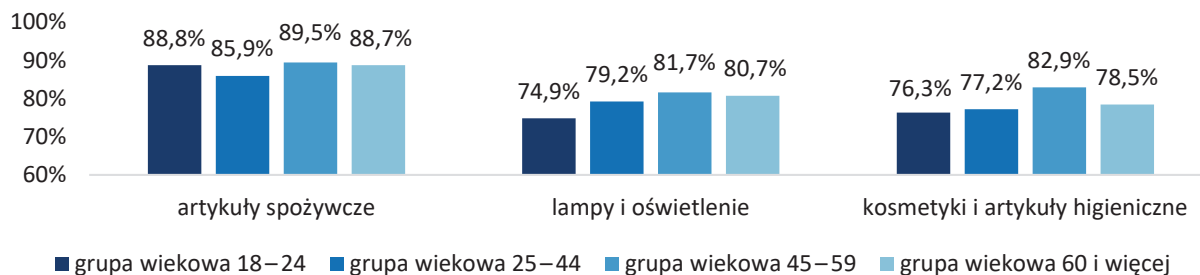
Źródło: opracowanie własne na podstawie badania CATI



Wyniki badania pokazały, że **respondenci w przedziale wiekowym 45–59 lat częściej niż pozostali zwracali uwagę na wpływ produktu na środowisko** podczas zakupu zarówno artykułów spożywczych, lamp i oświetlenia, jak i kosmetyków czy artykułów higienicznych – w dwóch ostatnich przypadkach odnotowano różnicę 7 p. p. pomiędzy nimi a respondentami najmłodszymi.

**Wykres 21.**

Odpowiedzi na pytanie: „Przy zakupie których produktów ważny jest dla Pana/i wpływ produktu i opakowania na środowisko naturalne (czołowa trójka)?” a wiek (n = 3000)



Źródło: opracowanie własne na podstawie badania CATI

**Kobiety częściej niż mężczyźni przywiązują uwagę do wpływu produktów na środowisko naturalne – w przypadku kosmetyków i artykułów higienicznych różnica wynosi aż 11 p. p., a w przypadku artykułów spożywczych – 7 p. p.**

**Tabela 6.**

Odpowiedzi na pytanie: „Przy zakupie których produktów ważny jest dla Pana/i wpływ produktu i opakowania na środowisko naturalne (czołowa trójka)?” a płeć i obszar zamieszkania (n = 3000)

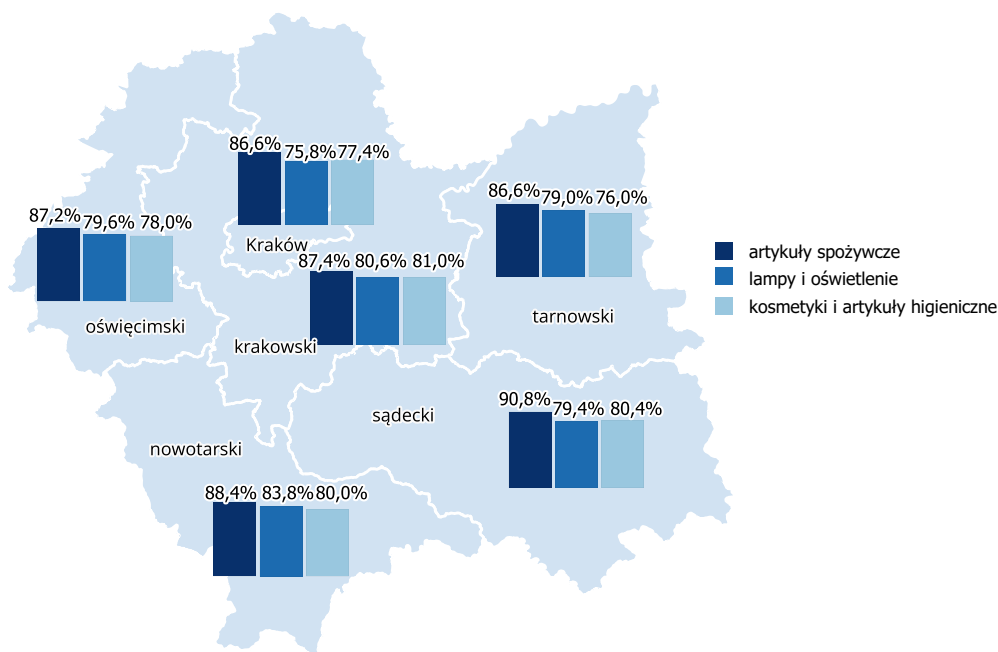
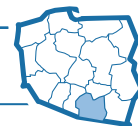
Rodzaj artykułu	kobieta	mężczyzna	obszar miejski	obszar wiejski
artykuły spożywcze	91,3%	84,1%	87,4%	88,3%
lampy i oświetlenie	82,6%	76,6%	78,3%	81,3%
kosmetyki i artykuły higieniczne	83,8%	73,4%	78,6%	79,0%

Źródło: opracowanie własne na podstawie badania CATI

**Mieszkańcy podregionu sądeckiego nieco częściej zwracają uwagę na wpływ artykułów spożywczych i ich opakowań na środowisko – 91%.** W przypadku lamp i oświetlenia zanotowano różnicę 8 p. p. pomiędzy podregionem nowotarskim (84%) a Krakowem (76%).

Mapa 7.

Odpowiedzi na pytanie: „Przy zakupie których produktów ważny jest dla Pana/i wpływ produktu i opakowania na środowisko naturalne?” a podregion (n = 3000)



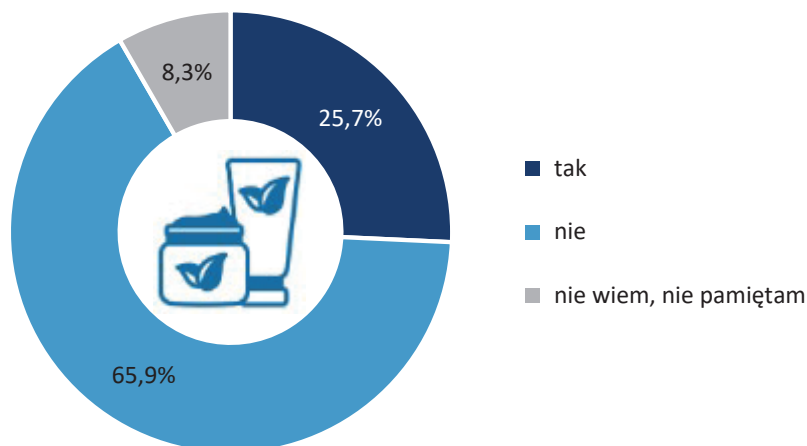
Źródło: opracowanie własne na podstawie badania CATI

## Przyczyny rezygnacji z zakupu produktów ekologicznych

Z przeprowadzonego badania wynika, że w trakcie ostatniego kwartału 1/4 respondentów chciała kupić wybrany produkt ekologiczny, ale ostatecznie zdecydowała się na zakup innego.

Wykres 22.

Odpowiedzi na pytanie: „Czy w ostatnim kwartale doświadczył/a Pan/i sytuacji, kiedy chciał/a Pan/i kupić produkt ekologiczny, ale ostatecznie wybrał/a w sklepie inny?” (n = 3000)



Źródło: opracowanie własne na podstawie badania CATI

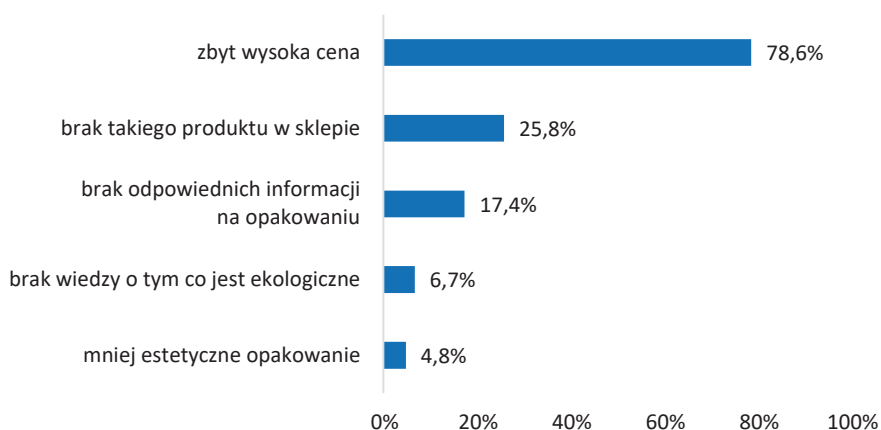




Mieszkańcy, którzy zadeklarowali tego typu sytuację, zostali dopytani o **główne przyczyny, które zmusiły ich do wyboru nieekologicznej wersji danego produktu – 79% z tej grupy respondentów wskazało na zbyt wysoką cenę**, a 1/4 zrezygnowała z zakupu z uwagi na fakt, że nie było takiego produktu w sklepie.

**Wykres 23.**

Odpowiedzi na pytanie: „Co skłoniło Pana/ią do rezygnacji z kupna produktu ekologicznego?” (n = 772)

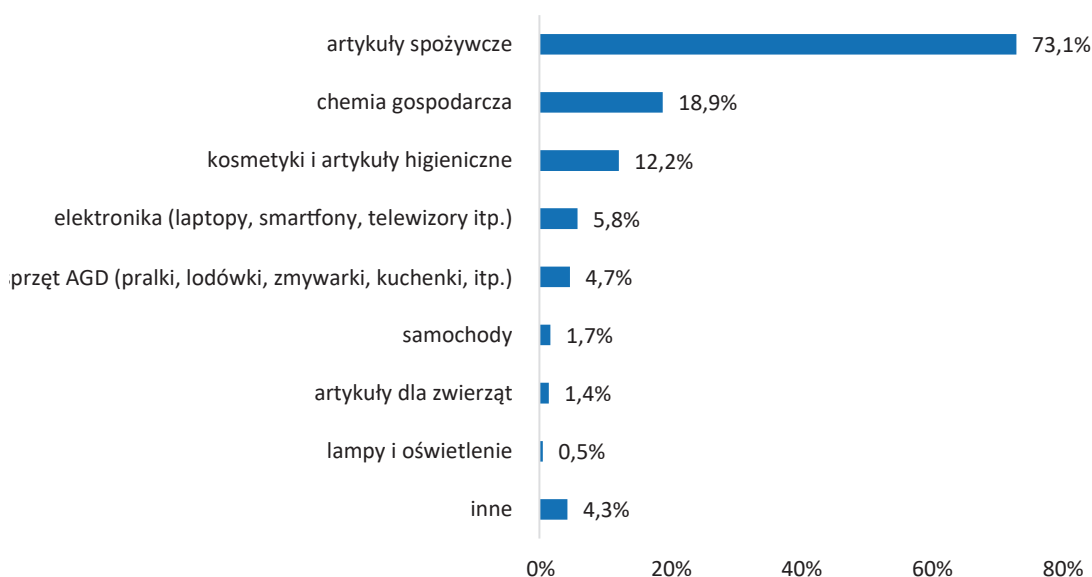


Źródło: opracowanie własne na podstawie badania CATI

Ankietowanym, którzy zrezygnowali z zakupu ekologicznej wersji produktu, zadano również pytanie o to, **jakiego rodzaju był to produkt – niemal 3/4 z nich wskazało na artykuł spożywczy**. W dalszej kolejności znalazły się produkty z działu chemii gospodarczej (19%) oraz kosmetyków i artykułów higienicznych (12%).

**Wykres 24.**

Odpowiedzi na pytanie: „W skład jakiej kategorii wchodził produkt ekologiczny, z którego zakupu Pan/i zrezygnował/a?” (n = 772)

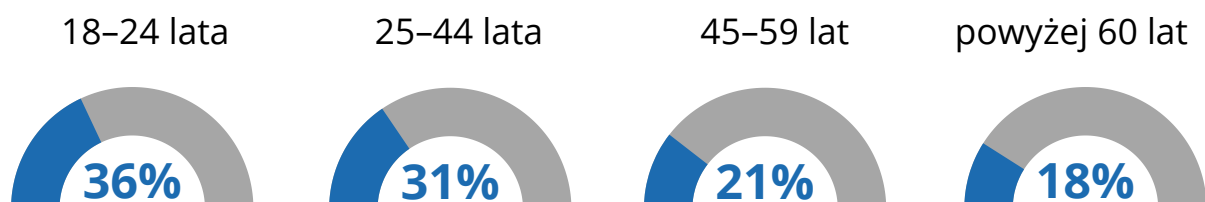


Źródło: opracowanie własne na podstawie badania CATI

W grupach wiekowych **więcej przypadków rezygnacji z produktu ekologicznego w ostatnim kwartale odnotowano w przypadku respondentów najmłodszych – 36%** wskazań (dla porównania wśród seniorów odsetek ten był aż o 19 p. p. niższy). Może to jednak wynikać z faktu, że seniorzy rzadziej rozważają sam zakup produktu ekologicznego.

**Wykres 25.**

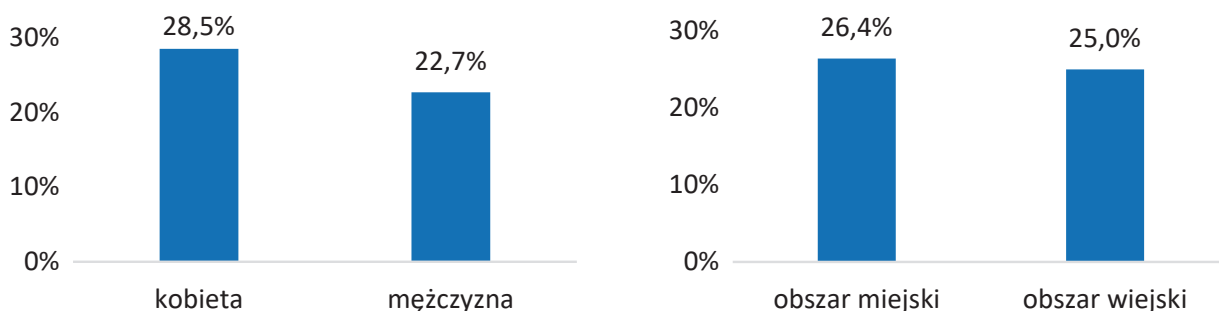
Odpowiedzi twierdzące na pytanie: „Czy w ostatnim kwartale doświadczył/a Pan/i sytuacji, kiedy chciał/a Pan/i kupić produkt ekologiczny, ale ostatecznie wybrał/a w sklepie inny?” a wiek (n = 3000)



Źródło: opracowanie własne na podstawie badania CATI

**Wykres 26.**

Odpowiedzi twierdzące na pytanie: „Czy w ostatnim kwartale doświadczył/a Pan/i sytuacji, kiedy chciał/a Pan/i kupić produkt ekologiczny, ale ostatecznie wybrał/a w sklepie inny?” a płeć i obszar zamieszkania (n = 3000)



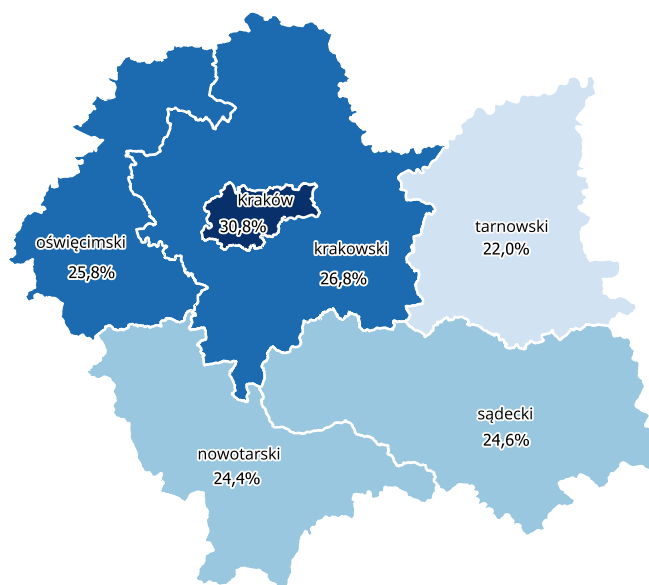
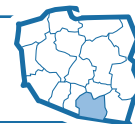
Źródło: opracowanie własne na podstawie badania CATI

**Respondenci z Krakowa częściej niż mieszkańcy innych części regionu zrezygnowali w ostatnim kwartale z kupna produktu ekologicznego na rzecz innego – 31%** (vs. 22% w podregionie tarnowskim).



## Mapa 8.

Odpowiedzi twierdzące na pytanie: „Czy w ostatnim kwartale doświadczył/a Pan/i sytuacji, kiedy chciał/a Pan/i kupić produkt ekologiczny, ale ostatecznie wybrał/a w sklepie inny?” a podregion (n = 3000)



Źródło: opracowanie własne na podstawie badania CATI

## Dobre i złe nawyki konsumenckie

Aż 89% badanych Małopolan deklaruje, że chodzi na zakupy z torbą wielokrotnego użytku, a niemal 3/4 robi to zdecydowanie często. Mieszkańcy regionu starają się też ograniczać zużycie plastikowych opakowań – 70% wskazań oraz nie wyrzucać resztek żywności, lecz przetwarzać je lub przekazywać innym – 67%.

Jeśli chodzi o nawyki negatywne, najwięcej wskazań odnotowano dla braku czasu lub chęci na szukanie miejsc do naprawy produktów – 1/4 badanych Małopolan (co dziesiąty „zdecydowanie często”).

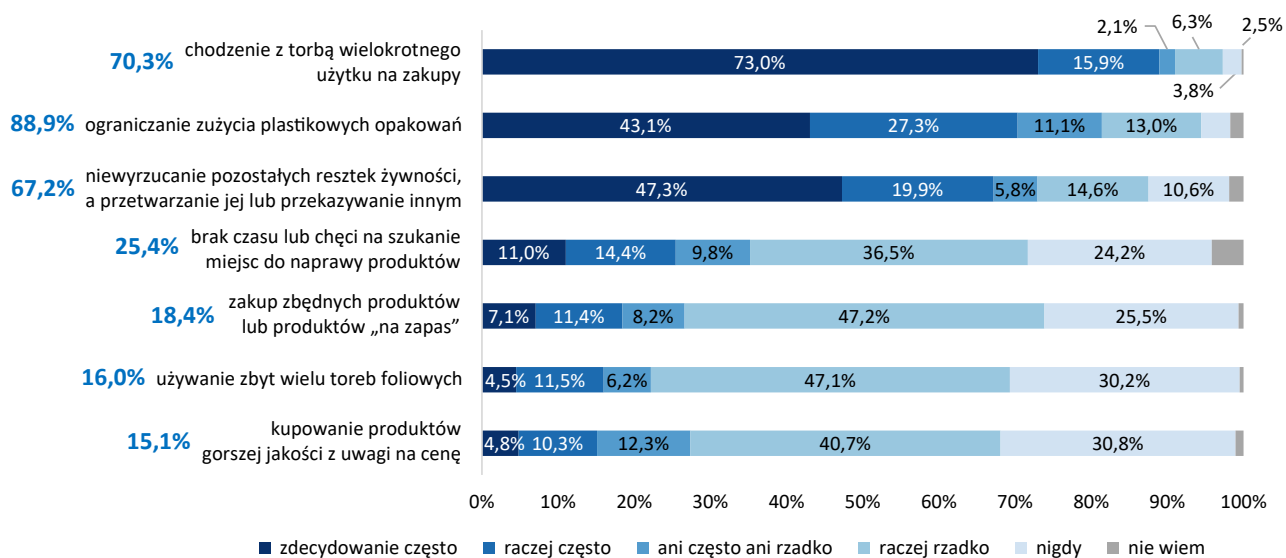
Najmłodszy respondenci, częściej niż pozostałe grupy społeczno-demograficzne, deklaruje takie negatywne dla środowiska nawyki, jak: brak czasu lub chęci na szukanie miejsc do naprawy produktów (32%), zakup zbędnych produktów lub produktów „na zapas” (25%, różnica aż 14 p. p. pomiędzy nimi a seniorami) oraz kupowanie produktów gorszej jakości z uwagi na cenę (19%). Co więcej, młodzi Małopolanie rzadziej niż inni wskazywali na ograniczanie zużycia plastikowych opakowań (65%).

Kobiety znacznie częściej niż mężczyźni chodzą z torbą wielorazowego użytku na zakupy – różnica niemal 11 p. p. Częściej starają się też ograniczać zużycie plastikowych opakowań – różnica 6 p. p. W przekroju według obszaru zamieszkania różnice widoczne są w zakresie niewyrzucania pozostałych resztek żywności, a przetwarzania jej lub przekazywania innym – mieszkańcy wsi robią to częściej (72% vs. 63%).

Mając na uwadze podział na podregiony, można zauważyć, że największą różnicę w przypadku niewyrzucania pozostałych resztek żywności, a przetwarzania jej lub przekazywania innym – 14 p. p. obserwuje się pomiędzy podregionem nowotarskim (73%) a Krakowem (59%). Z kolei mieszkańcy Krakowa częściej na tle pozostałych części regionu wskazywali na ograniczanie zużycia plastikowych opakowań (74%). Rzadziej natomiast na negatywne aspekty, takie jak: brak czasu lub chęci na szukanie miejsc do naprawy produktów (23%) czy kupowanie produktów gorszej jakości z uwagi na cenę (11%).

**Wykres 27.**

Odpowiedzi na pytanie: „Proszę wskazać, które z nawyków konsumenckich mogą dotyczyć Pana/i” (n = 3000)



**89%**



**korzystanie z torby wielokrotnego użytku**

**70%**



**ograniczanie zużycia plastikowych opakowań**

**67%**







**nie marnowanie żywności**

Źródło: opracowanie własne na podstawie badania CATI



Tabela 7.

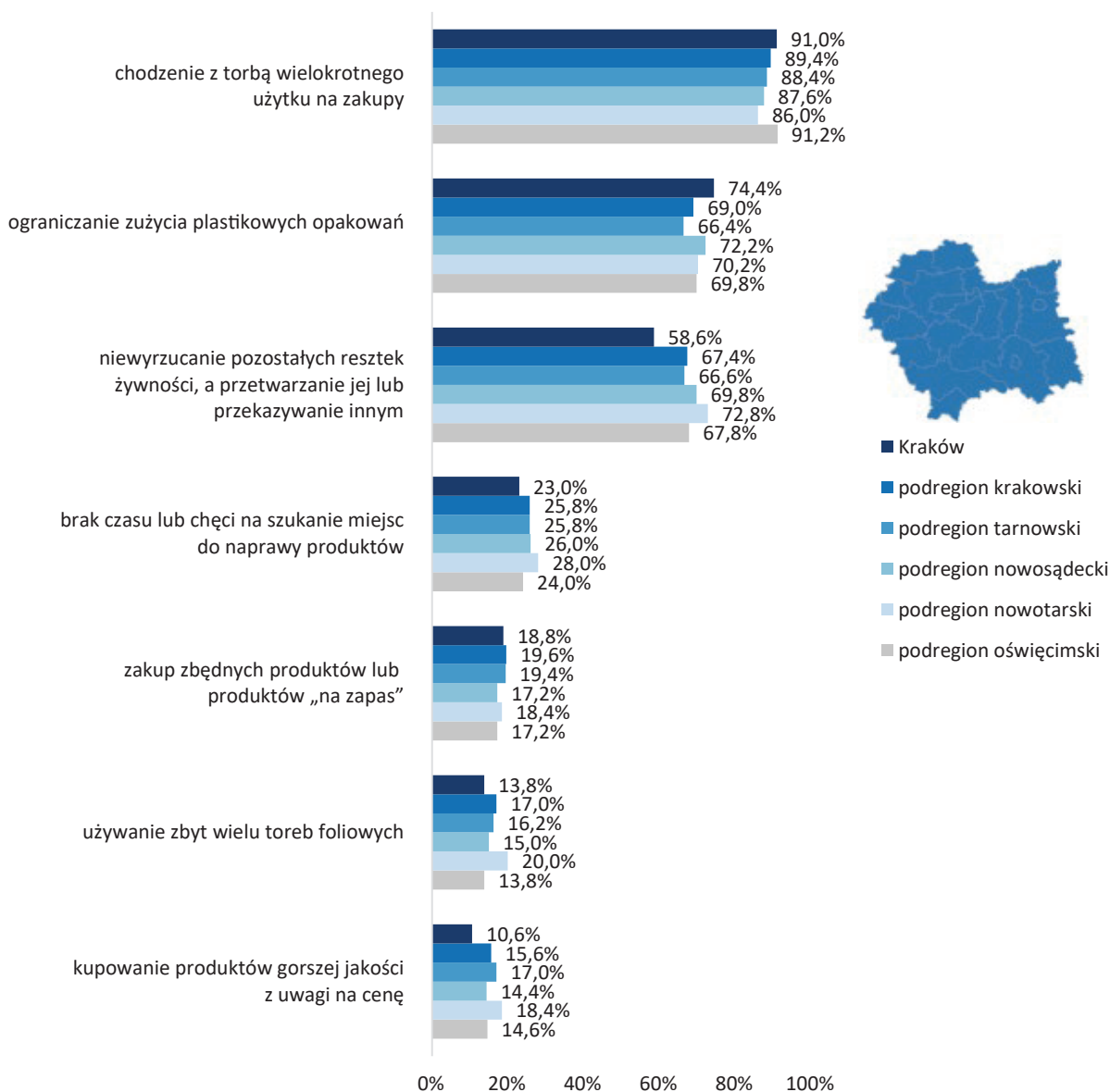
Odpowiedzi „zdecydowanie często” i „raczej często” na pytanie: „Które z nawyków konsumenckich mogą dotyczyć Pana/i?” a wiek, płeć i obszar zamieszkania (n = 3000)

Nawyki	18-24 lata	25-44 lata	45-59 lat	60 lat i więcej	kobieta 	mężczyzna 	obszar miejski 	obszar wiejski 
chodzenie z torbą wielokrotnego użytku na zakupy	84,0%	85,6%	91,5%	93,7%	94,0%	83,5%	89,8%	87,9%
ograniczenie zużycia plastikowych opakowań	65,4%	68,7%	73,0%	72,5%	73,0%	67,4%	70,9%	69,7%
niewyrzucanie pozostałych resztek żywności, a przetwarzanie jej lub przekazywanie innym	63,6%	68,0%	66,0%	68,6%	69,3%	64,9%	62,6%	72,4%
brak czasu lub chęci na szukanie miejsc do naprawy produktów	31,7%	27,4%	25,9%	19,4%	24,5%	26,5%	25,1%	25,8%
zakup zbędnych produktów lub produktów „na zapas”	25,4%	23,3%	15,0%	11,4%	20,9%	15,8%	18,5%	18,3%
używanie zbyt wielu toreb foliowych	18,6%	17,9%	14,8%	12,9%	13,1%	19,0%	14,5%	17,6%
kupowanie produktów gorszej jakości z uwagi na cenę	18,6%	16,9%	14,6%	11,4%	15,6%	14,5%	13,0%	17,5%

Źródło: opracowanie własne na podstawie badania CATI

Wykres 28.

Odpowiedzi „zdecydowanie często” i „raczej często” na pytanie: „Które z nawyków konsumenckich mogą dotyczyć Pana/i?” a podregion (n = 3000)



Źródło: opracowanie własne na podstawie badania CATI



# Oszczędzanie energii i wody



Jak wynika z sondażu CBOS, przeprowadzonego pod koniec 2020 roku, **92% badanych Polaków używa energooszczędnych sprzętów AGD w swoich gospodarstwach domowych, 90% ogranicza zużycie energii elektrycznej**, a 58% wyłącza z prądu telewizor, komputer czy radio, kiedy ich nie używa<sup>14</sup>.

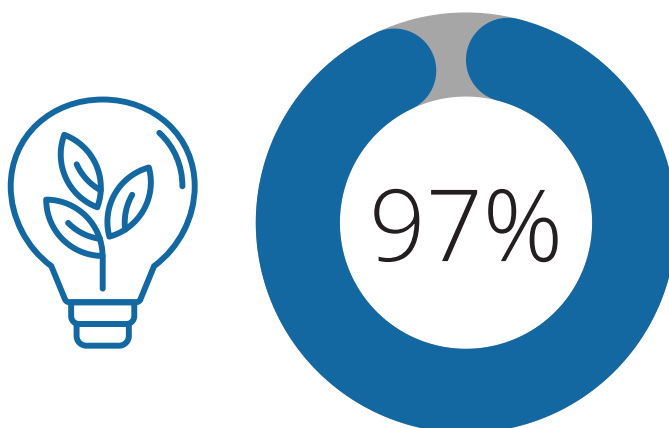
Ze wspomnianego badania wynika też, że **Polacy na ogół starają się także racjonalnie gospodarować wodą w trakcie codziennych czynności i ograniczać jej zużycie<sup>15</sup>**:

- **92%** uruchamia tylko pełną pralkę lub zmywarkę,
- **86%** zakręca wodę podczas mycia zębów, mycia rąk czy golenia,
- **81%** na ogół bierze szybki prysznic zamiast kąpieli,
- **43%** zbiera deszczówkę w ogrodzie,
- **39%** ma w kranach tzw. perlatory (końcówki zmniejszające zużycie wody),
- **18%** wykorzystuje wodę ponownie (np. wodę z kąpieli do mycia podłogi).

## Stosowanie energooszczędnego oświetlenia domu

Wyniki badania dotyczącego Małopolan pokazały, że mieszkańcy regionu **przykładają dużą wagę do energooszczędnego oświetlenia domu – stosuje je aż 97% badanych. Warto zaznaczyć, że odpowiedź „nie i nie zamierzam stosować w przyszłości” wskazał zaledwie 1% ankietowanych.**

**Wykres 29.** Odpowiedzi na pytanie: „Czy stosuje Pan/i energooszczędne oświetlenie w domu?” (n = 3000)



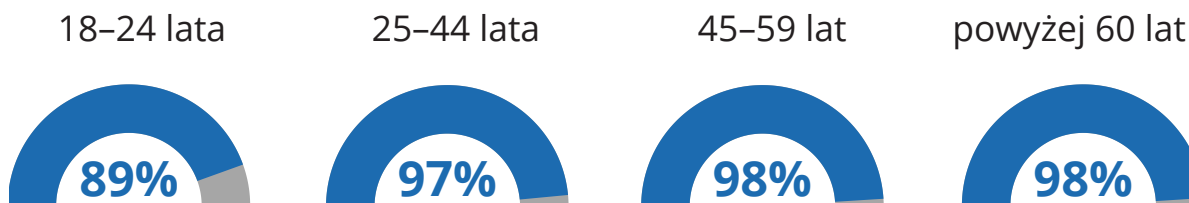
Źródło: opracowanie własne na podstawie badania CATI

**Najmłodszy respondenci rzadziej niż pozostałe grupy wiekowe zadeklarowali stosowanie energooszczędnego oświetlenia domu – 89%** (różnica średnio 9 p. p. pomiędzy pozostałymi grupami wiekowymi).

<sup>14</sup> Komunikat z badań. Świadomość ekologiczna Polaków, Nr 163/2020, CBOS, Warszawa 2020.

<sup>15</sup> Ibidem.

**Wykres 30.** Odpowiedzi na pytanie: „Czy stosuje Pan/i energooszczędne oświetlenie w domu?” a wiek (n = 3000)



Źródło: opracowanie własne na podstawie badania CATI

Zw względu na płeć oraz obszar zamieszkania (miasto/wieś) **nie odnotowano pod tym względem istotnych różnic**. Podobnie sytuacja przedstawia się w przypadku podziału terytorialnego – jedynie 3 p. p. różnicy pomiędzy respondentami z podregionu oświęcimskiego (98%) a respondentami z Krakowa (95%).

**Wykres 31.** Odpowiedzi na pytanie: „Czy stosuje Pan/i energooszczędne oświetlenie w domu?” a podregion zamieszkania – wartości minimalna i maksymalna (n = 3000)

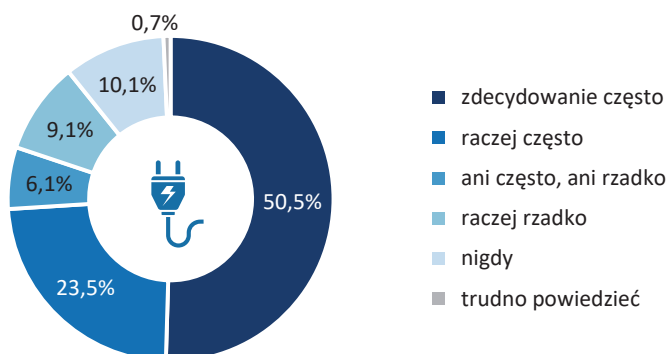


Źródło: opracowanie własne na podstawie badania CATI

## Wyłączanie z prądu urządzeń elektrycznych

Niemal **3/4 mieszkańców regionu stosuje się do zasad ekologii, często wyłączając** z prądu zbędne urządzenia elektryczne, a dokładnie połowa respondentów zadeklarowała, że robi to zdecydowanie często.

**Wykres 32.** Odpowiedzi na pytanie: „Czy wyłącza Pan/i z prądu te urządzenia elektryczne, które nie wymagają stałego podłączenia do prądu?” (n = 3000)



Źródło: opracowanie własne na podstawie badania CATI

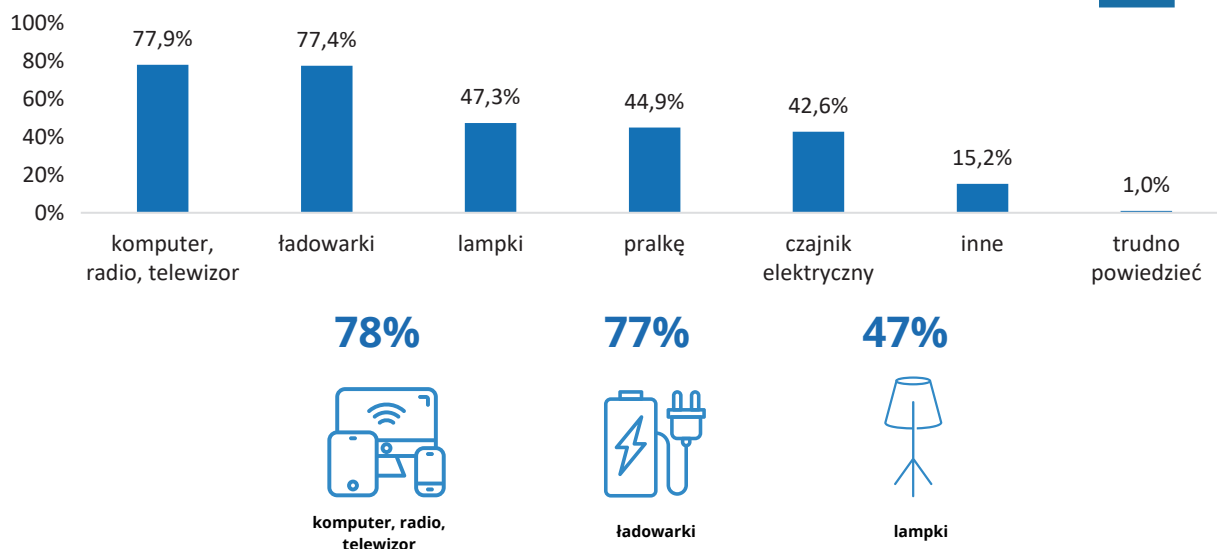




Małopolsanie, którzy zadeklarowali wyłączenie nieużywanych urządzeń elektrycznych z prądu, zostali dopytani, jakie kategorie urządzeń wyłączają najczęściej. **Najwięcej wskazań (tj. około 77%) dotyczyło komputera, radia i telewizora oraz ładowarek.**

**Wykres 33.**

Odpowiedzi na pytanie: „Jakie urządzenia elektryczne, które nie wymagają stałego podłączenia do prądu, wyłączają Państwo z prądu, kiedy nie są używane?” (n = 2677)



Źródło: opracowanie własne na podstawie badania CATI

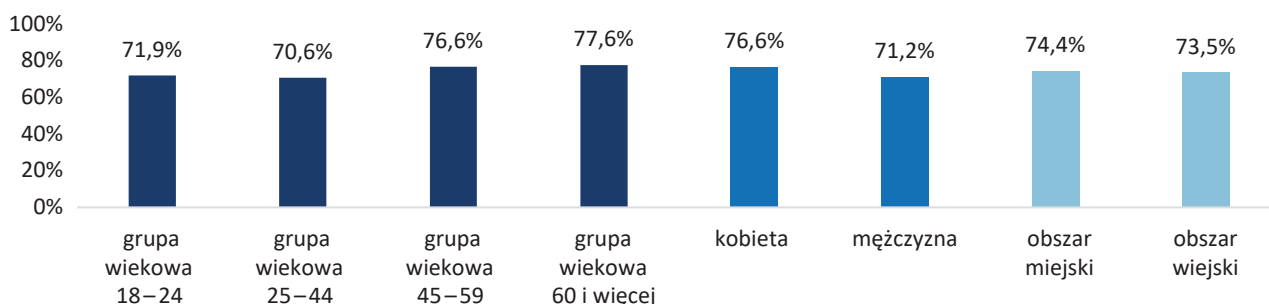
W ramach kategorii „inne” (15%) pojawiały się najczęściej takie urządzenia, jak:

- kuchenka mikrofalowa,
- inne urządzenia AGD (tostery, roboty kuchenne, blendery, grille elektryczne itp.),
- suszarka (i podobne, np. lokówka, prostownica),
- piekarnik, kuchenka,
- żelazko,
- ekspres do kawy,
- routery i dekodery.

**Wyłączanie urządzeń elektrycznych z prądu częściej deklarują starsze grupy wiekowe (77–78%) oraz kobiety (77%).** Nie odnotowano różnic w przekroju miasto/wieś.

**Wykres 34.**

Odpowiedzi twierdzące na pytanie: „Czy wyłącza Pan/i z prądu te urządzenia elektryczne, które nie wymagają stałego podłączenia do prądu?” a wybrane grupy społeczno-demograficzne (n = 3000)

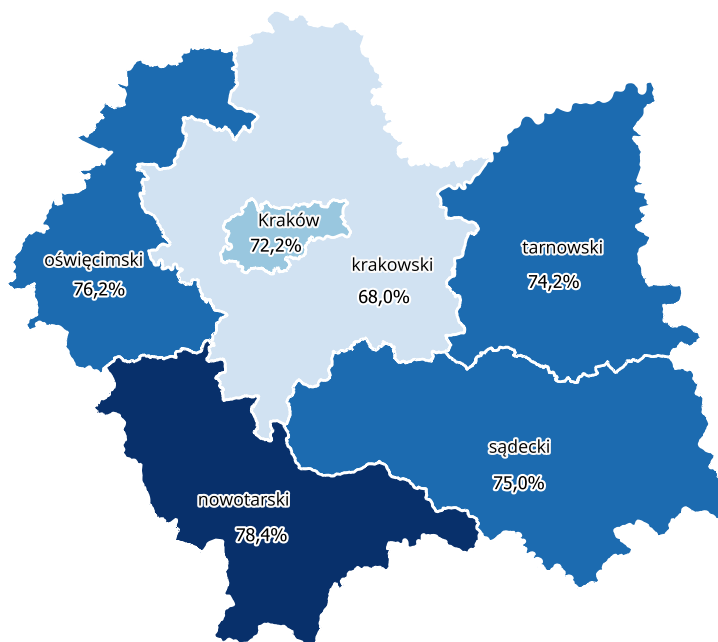
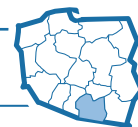


Źródło: opracowanie własne na podstawie badania CATI

W przekroju terytorialnym największą różnicę w zakresie wyłączenia z prądu nieużywanych urządzeń **obserwuje się pomiędzy podregionem krakowskim (68%) a nowotarskim (78%) – tj. 10 p. p.**

**Mapa 9.**

Odpowiedzi twierdzące na pytanie: „Czy wyłącza Pan/i z prądu te urządzenia elektryczne, które nie wymagają stałego podłączenia do prądu?” a podregion zamieszkania (n = 3000)



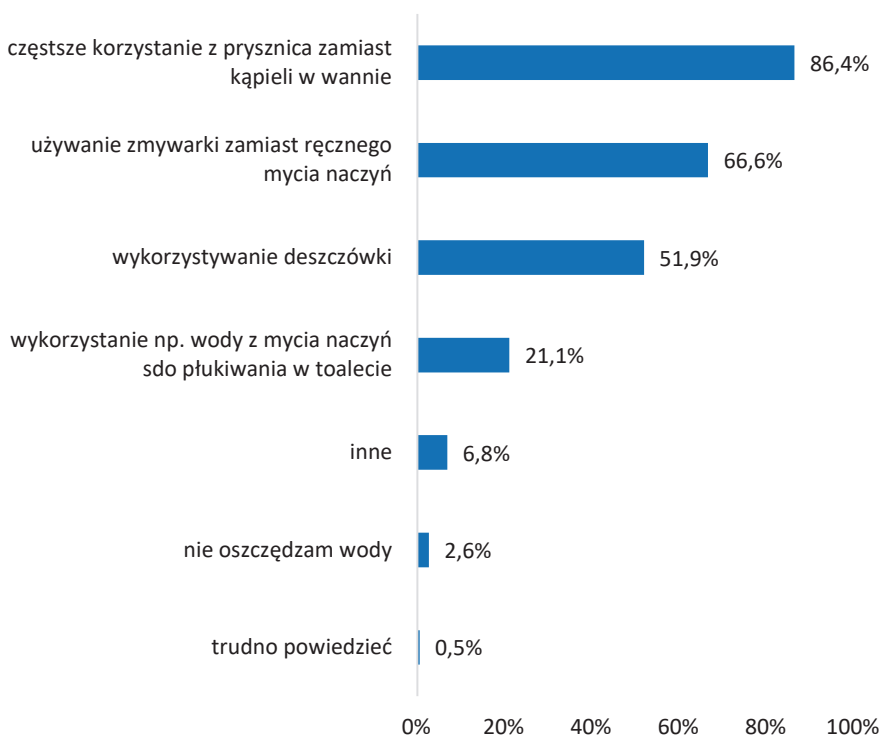
Źródło: opracowanie własne na podstawie badania CATI

## Sposoby oszczędzania wody

Niemal **87% mieszkańców Małopolski zadeklarowało w ramach badania, że częściej korzysta z prysznica zamiast wanny w celu oszczędzania wody**, a 2/3 używa na co dzień zmywarki zamiast ręcznego zmywania naczyń. Pozytywny jest fakt, że odpowiedź „nie oszczędzam wody” wskazało tylko 3% ankietowanych.



**Wykres 35.** Odpowiedzi na pytanie: „Czy, a jeśli tak, to w jaki sposób oszczędza Pan/i wodę?” (n = 3000)



86%



prysznic zamiast wanny

67%



używanie zmywarki

52%



wykorzystywanie deszczówki

Źródło: opracowanie własne na podstawie badania CATI

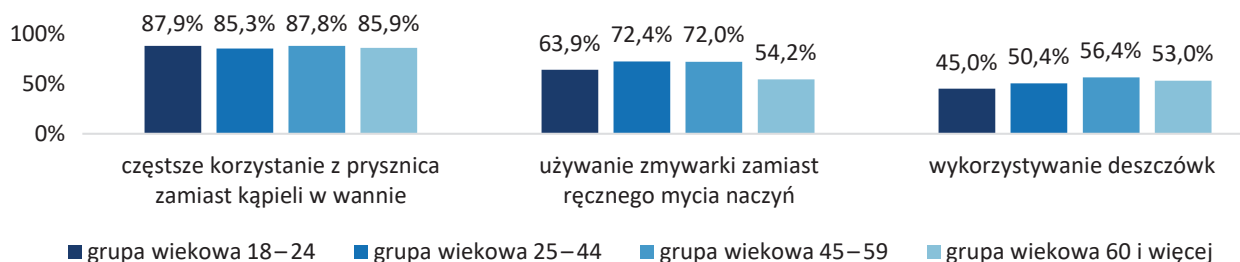
W ramach odpowiedzi „inne” (7%) mieszkańcy wskazywali m.in. na:

- zakręcanie wody podczas mycia zębów, rąk, przed wyjściem z domu itp.,
- rzadsze pranie, ekologiczne pranie,
- dokręcanie kranów, dbanie o szczelność.

**Największą różnicę odnotowano w przypadku** używania zmywarki zamiast ręcznego mycia naczyń – **aż 18 p. p. pomiędzy respondentami w wieku 25–59 lat a seniorami**. Może to wynikać stąd, że niektóre osoby w starszym wieku nie opanowały obsługi tego typu urządzeń lub po prostu ich gospodarstwo domowe rzadziej jest wyposażone w zmywarkę. Z kolei **respondenci najmłodszy rzadziej deklarowali wykorzystywanie deszczówki – 45%**.



**Wykres 36.** Odpowiedzi na pytanie: „Czy, a jeśli tak, to w jaki sposób oszczędza Pan/i wodę?” a wiek (n = 3000)



Źródło: opracowanie własne na podstawie badania CATI

Jeśli chodzi o sposoby oszczędzania wody, to większe różnice odnotowano ze względu na obszar zamieszkania niż w podziale na płeć, zwłaszcza **w zakresie wykorzystania deszczówki – aż 23 p. p. więcej wskazań wśród respondentów z terenów wiejskich.**

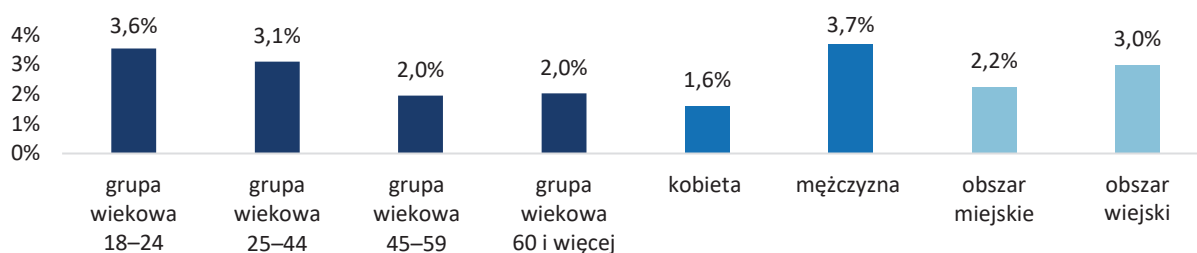
**Tabela 8.** Odpowiedzi na pytanie: „Czy, a jeśli tak, to w jaki sposób oszczędza Pan/i wodę?” a płeć i obszar zamieszkania (n = 3000)

Sposoby oszczędzania	kobieta	mężczyzna	obszar miejski	obszar wiejski
częstsze korzystanie z prysznica zamiast kąpeli w wannie	86,7%	86,0%	88,5%	83,9%
używanie zmywarki zamiast ręcznego mycia naczyń	66,2%	66,9%	65,2%	68,1%
wykorzystywanie deszczówki	52,5%	51,3%	41,2%	64,1%

Źródło: opracowanie własne na podstawie badania CATI

Warto przeanalizować również, jak kształtowała się odpowiedź „nie oszczędzam wody” w przekroju kategorii respondentów – **więcej wskazań odnotowano wśród mężczyzn (4%) oraz najmłodszych respondentów (4%).**

**Wykres 37.** Odsetek wskazań „nie oszczędzam wody” a wybrane grupy społeczno-demograficzne (n = 3000)



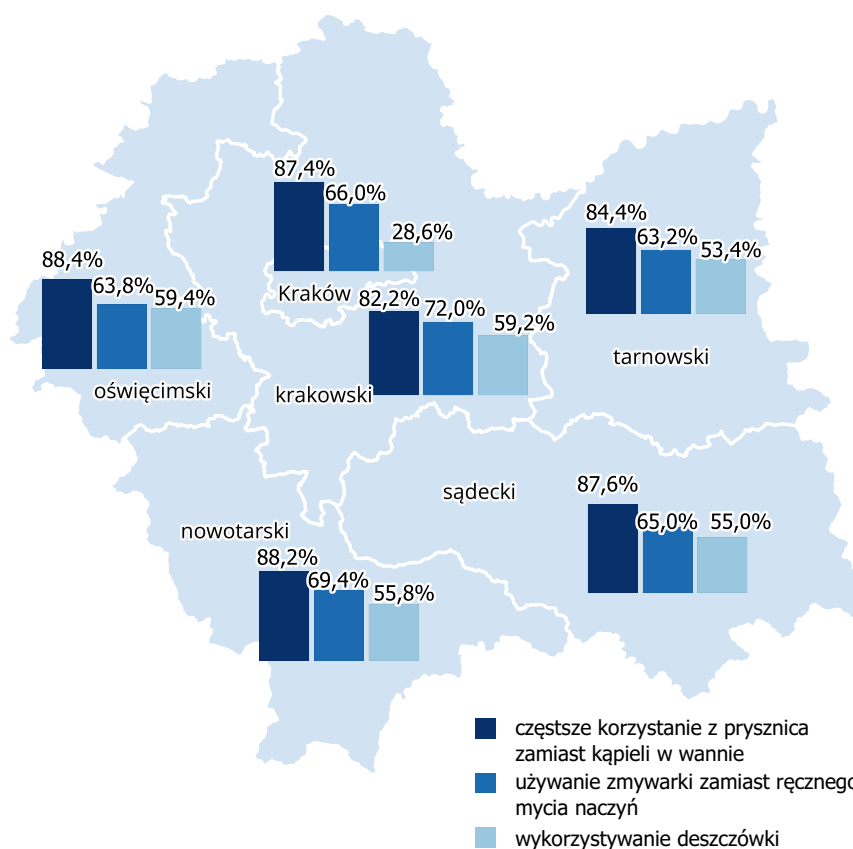
Źródło: opracowanie własne na podstawie badania CATI



W układzie podregionalnym odnotowano **znaczącą różnicę pomiędzy Krakowem (29%) a pozostałymi częściami regionu w zakresie wykorzystania deszczówki**. Jest to zrozumiałe z uwagi na mniej dogodne warunki w mieście do tego typu procesów (zwłaszcza w przypadku osób mieszkających w blokach mieszkalnych i budynkach wielorodzinnych). Większy odsetek wskazań (tj. 59%) odnotowano w podregionie krakowskim i oświęcimskim (aż 30 p. p. różnicy). Korzystanie ze zmywarki częściej deklarowali mieszkańcy podregionu krakowskiego – 72% (vs. 63% w podregionie tarnowskim).

**Mapa 10.**

Odpowiedzi na pytanie: „Czy, a jeśli tak, to w jaki sposób oszczędza Pan/i wodę?” a podregion zamieszkania (n = 3000)



Źródło: opracowanie własne na podstawie badania CATI

Warto wspomnieć, że odpowiedź „nie oszczędzam wody” nieznacznie rzadziej padała ze strony respondentów z podregionu oświęcimskiego (1%).

# Działania gminy dotyczące gospodarki o obiegu zamkniętym

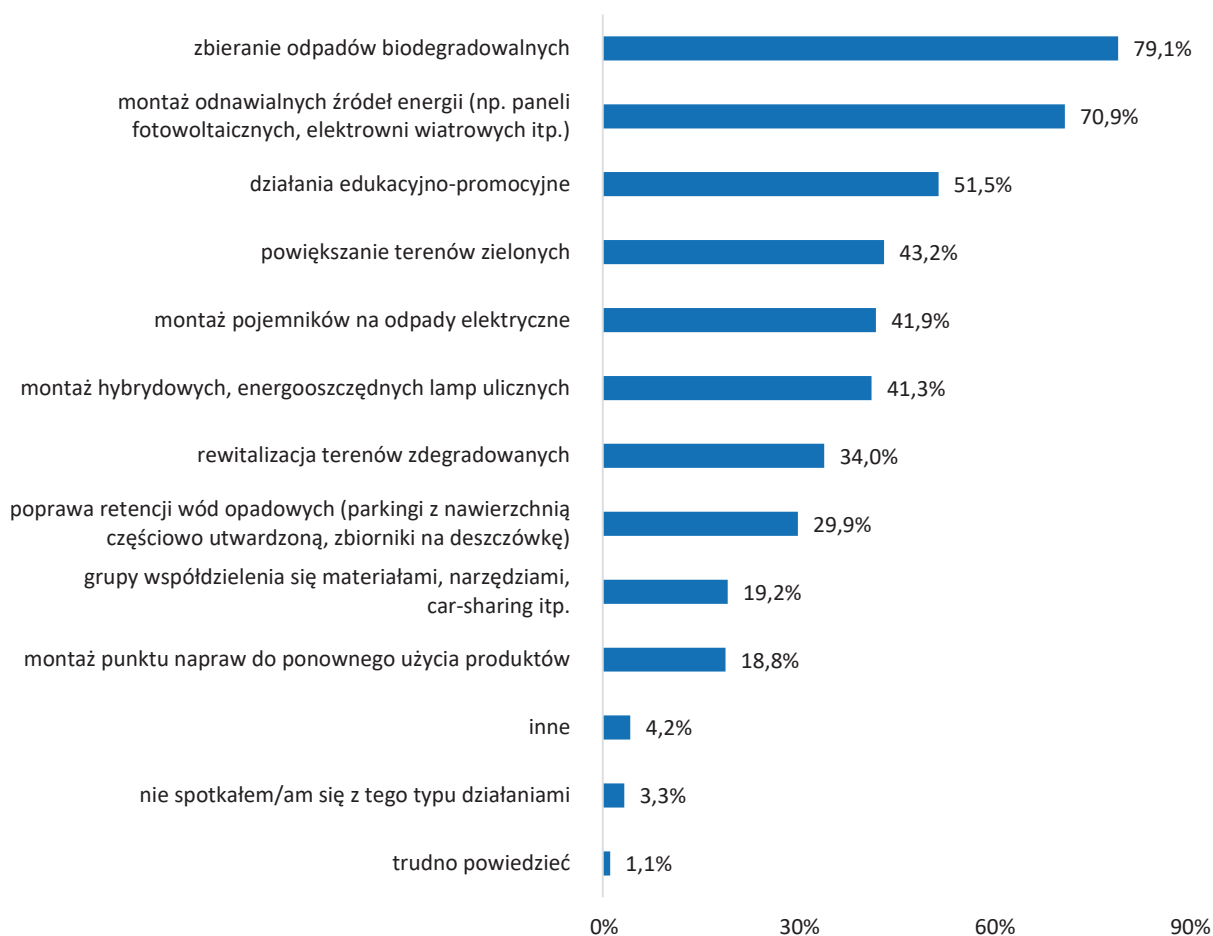
## Rodzaje gminnych przedsięwzięć na rzecz ochrony środowiska

Niemal **80% badanych mieszkańców Małopolski ma świadomość tego, że ich gmina zbiera odpady biodegradowalne. Stosunkowo wysoki odsetek respondentów (tj. 71%) spotkał się na terenie swojej gminy z montażem odnawialnych źródeł energii** (np. paneli fotowoltaicznych, kolektorów słonecznych, elektrowni wiatrowych itp.), a ponad połowa dostrzega działania edukacyjno-promocyjne dotyczące ochrony środowiska i gospodarki o obiegu zamkniętym. Ponad 40% respondentów dostrzega na terenie swojej gminy powiększanie terenów zielonych, montaż pojemników na odpady elektryczne czy montaż hybrydowych, energooszczędnych lamp ulicznych.

Mniej niż 1/5 badanych Małopolan spotkała się na terenie swojej gminy z organizacją grup współdzielenia się materiałami, narzędziami czy car-sharing oraz z punktem napraw do ponownego użycia produktów.

**Wykres 38.**

Odpowiedzi na pytanie: „Z jakimi działaniami w zakresie gospodarki o obiegu zamkniętym spotkał/a się Pan/i w swojej gminie?” (n = 3000)



79%



odpady biodegradowalne

71%



odnawialne źródła energii

52%



działania edukacyjno-promocyjne

Źródło: opracowanie własne na podstawie badania CATI

Pozytywny jest fakt, że zaledwie 3% ankietowanych nie dostrzega jakichkolwiek działań podejmowanych przez swoją gminę na rzecz gospodarki o obiegu zamkniętym.

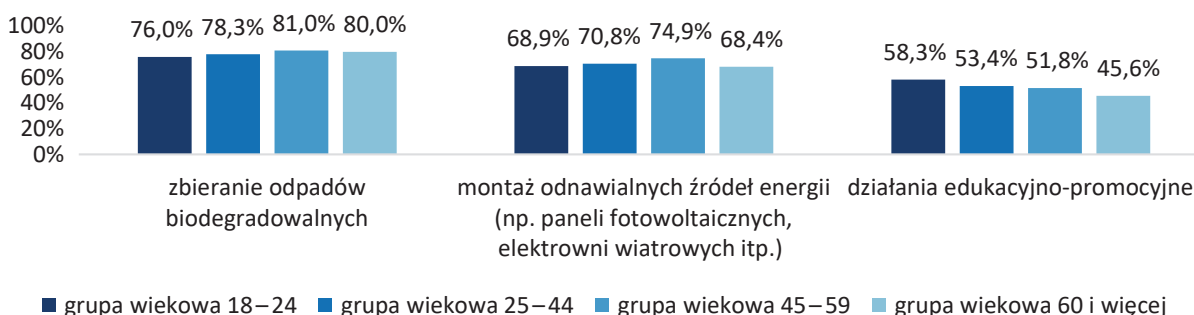
Inne gminne przedsięwzięcia zauważone przez Małopolan stanowiły 4% wskazań, a wśród nich pojawiały się głównie:

- zbiórki elektroodpadów,
- zbieranie różnych odpadów, w tym wielkogabarytowych.

Wraz ze wzrostem wieku spada odsetek respondentów, którzy dostrzegają **działania o charakterze edukacyjno-promocyjnym na terenie swojej gminy – różnica między osobami w wieku 18–24 lata a seniorami wynosi 13 p. p.** Co ciekawe, około 1/4 seniorów zauważa w swojej gminie montaż punktu napraw do ponownego użycia produktów (tj. o 9 p. p. więcej niż wśród osób w wieku 25-44 lata). Niemal połowa odnotowuje powiększanie terenów zielonych (również 9 p. p. różnicy pomiędzy nimi a Małopolanami w wieku 25–44 lata). Z kolei **respondenci najmłodszy znacznie częściej spotykają się w swojej gminie z grupami współdzielenia się materiałami, narzędziami czy car-sharing – 25% vs. 16% wśród seniorów.**

### Wykres 39.

Odpowiedzi na pytanie: „Z jakimi działaniami w zakresie gospodarki o obiegu zamkniętym spotkał/a się Pan/i w swojej gminie?” a wiek (n = 3000)







Źródło: opracowanie własne na podstawie badania CATI

**Notuje się 10 p. p. różnicy pomiędzy obszarami miejskimi a wiejskimi w zakresie montażu odnawialnych źródeł energii** na terenie gminy – mieszkańcy wsi częściej dostrzegają instalacje paneli fotowoltaicznych czy elektrowni wiatrowych w swoim otoczeniu.

Tabela 9.

Odpowiedzi na pytanie: „Z jakimi działaniami w zakresie gospodarki o obiegu zamkniętym spotkał/a się Pan/i w swojej gminie?” a płeć i obszar zamieszkania (n = 3000)

Działania	kobieta 	mężczyzna 	obszar miejski 	obszar wiejski 
zbieranie odpadów biodegradowalnych	80,1%	78,0%	80,8%	77,1%
montaż odnawialnych źródeł energii (np. paneli fotowoltaicznych, elektrowni wiatrowych, itp.)	70,3%	71,6%	66,2%	76,4%
działania edukacyjno-promocyjne	53,9%	48,9%	52,7%	50,3%

Źródło: opracowanie własne na podstawie badania CATI

Analizując pozostałe działania dotyczące gospodarki o obiegu zamkniętym w zależności od obszaru zamieszkania, można zauważyć, że **respondenci z terenów miejskich częściej dostrzegali:**

- powiększanie terenów zielonych (o 5 p. p.),
- montaż pojemników na odpady elektryczne (o 9 p. p.),
- montaż hybrydowych, energooszczędnych lamp ulicznych (o 5 p. p.),
- rewitalizację terenów zdegradowanych (o 6 p. p.),
- grupy współdzielenia się materiałami, narzędziami, car-sharing itp. (o 6 p. p.)
- montaż punktu napraw do ponownego użycia produktów (o 8 p. p.).

Zanotowano dość spore różnice w zależności od podregionów, jeśli chodzi o obserwowane przez mieszkańców działania dotyczące gospodarki o obiegu zamkniętym. **Respondenci z Krakowa aż dwukrotnie częściej deklarowali występowanie grup współdzielenia się materiałami, narzędziami, car-sharing itp. na terenie ich gminy,** niż respondenci z podregionu oświęcimskiego, nowotarskiego czy krakowskiego (tj. 33% vs. 15–16%). **Mieszkańcy Krakowa częściej dostrzegają także:**

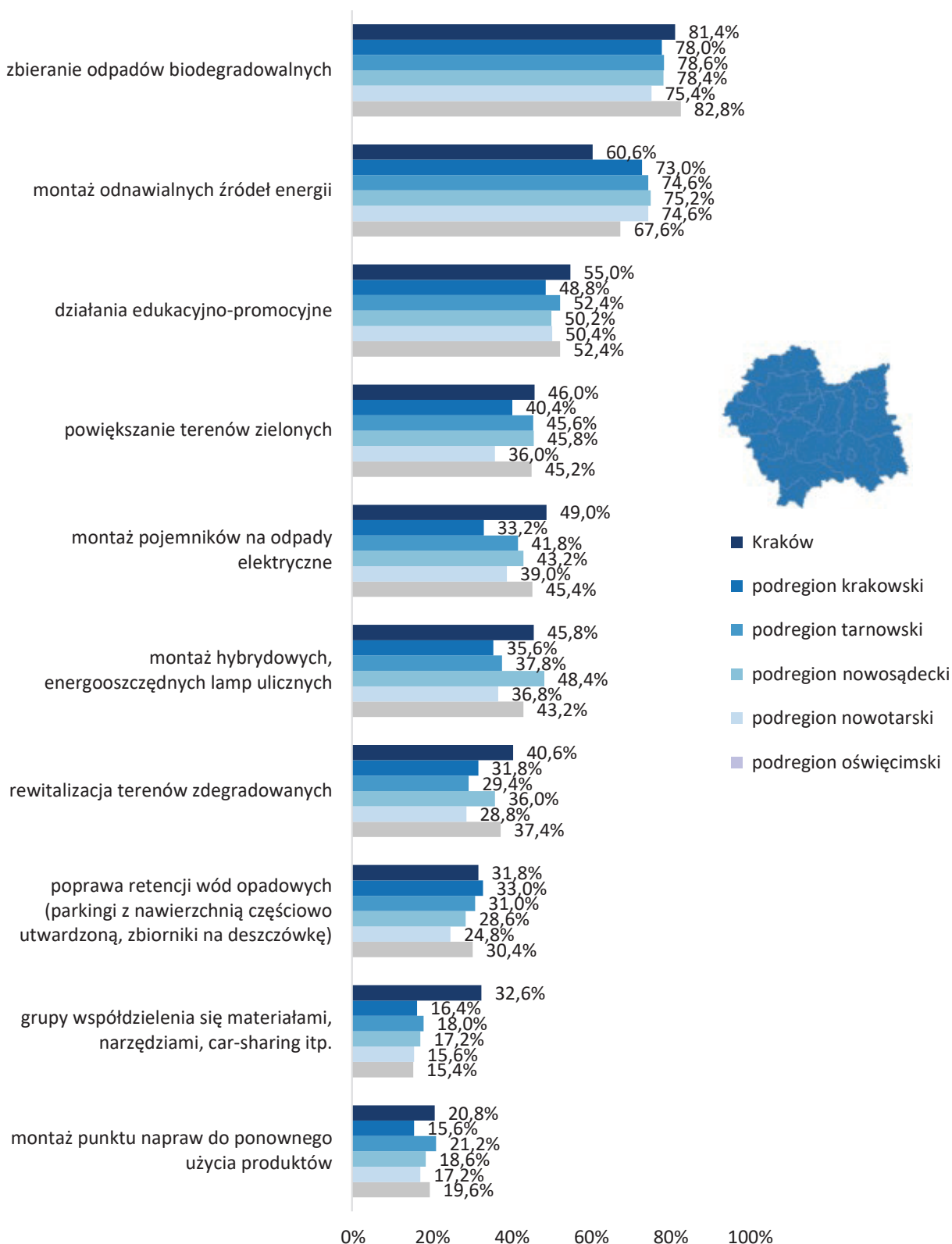
- montaż pojemników na odpady elektryczne (16 p. p. różnicy względem podregionu krakowskiego),
- rewitalizację terenów zdegradowanych (12 p. p. różnicy względem podregionu nowotarskiego).

Z kolei **3/4 respondentów z podregionów tarnowskiego, nowosądeckiego i nowotarskiego dostrzega montaż odnawialnych źródeł energii,** podczas gdy mieszkańcy stolicy Małopolski deklarowali tę odpowiedź aż o 15 p. p. rzadziej.



**Wykres 40.**

Odpowiedzi na pytanie: „Z jakimi działaniami w zakresie gospodarki o obiegu zamkniętym spotkał/a się Pan/i w swojej gminie?” a podregion zamieszkania (n = 3000)



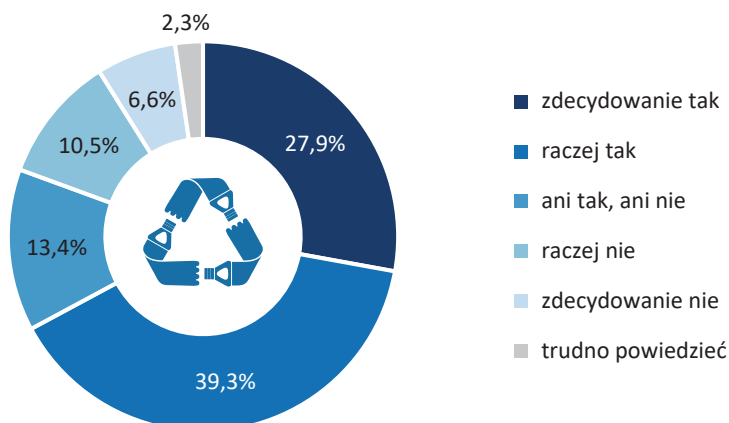
Źródło: opracowanie własne na podstawie badania CATI

## Satysfakcja z prowadzonej przez gminę gospodarki odpadami

Małopolanie, którzy w poprzednim pytaniu udzielili odpowiedzi na pytanie o działania na rzecz gospodarki o obiegu zamkniętym prowadzone przez ich gminę, zostali dopytani o ocenę prowadzonej przez gminę gospodarki odpadami (np. wywóz śmieci, stworzenie punktu zbiórki odpadów itp.). Wyniki pokazały, że **67% mieszkańców regionu ocenia prowadzoną przez swoją gminę gospodarkę odpadami w sposób pozytywny, w tym 28% jest z niej zadowolonych w sposób zdecydowany.**

**Wykres 41.**

Odpowiedzi na pytanie: „Czy jest Pan/i zadowolony/a z prowadzonej w Pana/i gminie gospodarki odpadami (wywóz śmieci, stworzenie punktu zbiórki odpadów i inne)?” (n = 2868)

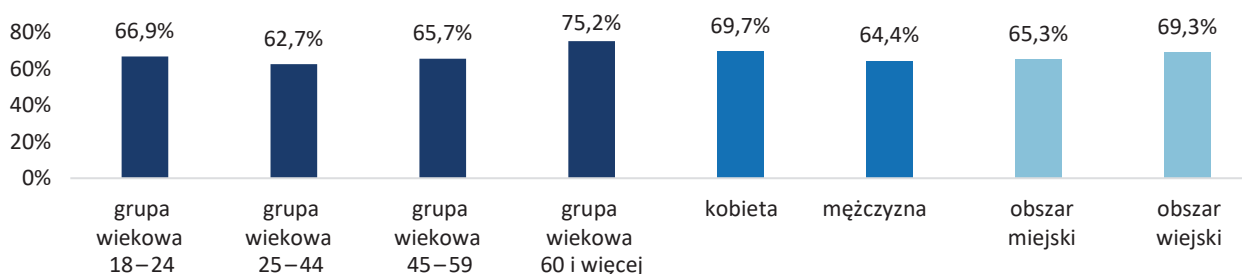


Źródło: opracowanie własne na podstawie badania CATI

**Z gospodarki odpadami prowadzonej przez gminę większe zadowolenie wykazują: seniorzy – 75% (13 p. p. różnicy względem Małopolan w wieku 25–44 lata), kobiety – 70% (6 p. p. różnicy względem mężczyzn) oraz mieszkańcy wsi – 69% (4 p. p. różnicy względem mieszkańców miast).**

**Wykres 42.**

Odpowiedzi twierdzące na pytanie: „Czy jest Pan/i zadowolony/a z prowadzonej w Pana/i gminie gospodarki odpadami?” a wybrane grupy społeczno-demograficzne (n = 2868)



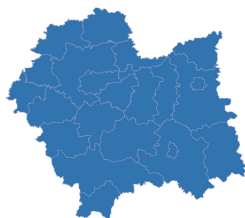
Źródło: opracowanie własne na podstawie badania CATI



Mieszkańcy Krakowa nieco rzadziej wykazywali zadowolenie z prowadzonej przez gminę gospodarki odpadami – średnio 4–6 p. p. różnicy względem respondentów z pozostałej części regionu.

**Wykres 43.**

Odpowiedzi twierdzące na pytanie: „Czy jest Pan/i zadowolony/a z prowadzonej w Pana/i gminie gospodarki odpadami?” a podregion zamieszkania – wartość najniższa i najwyższa (n=2868)



Kraków



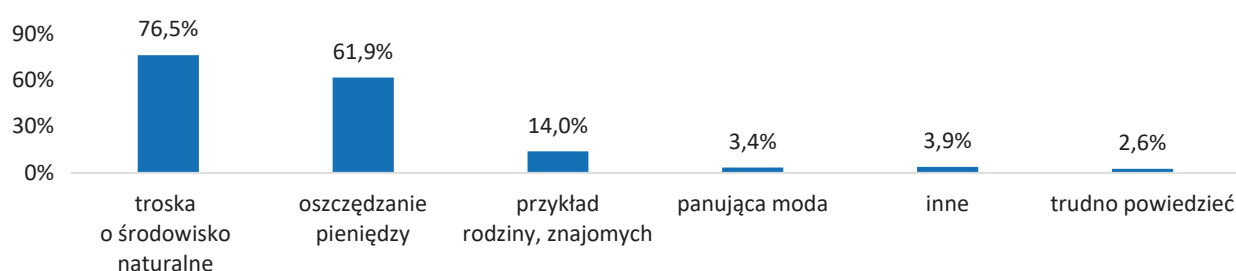
podregion krakowski i nowosądecki

Źródło: opracowanie własne na podstawie badania CATI

# Motywacje do stosowania zasad gospodarki o obiegu zamkniętym

Warto zaznaczyć, że zaledwie 1 respondent w trakcie ankiety nie wskazał na stosowanie ani jednej z codziennych czynności i działań przyczyniających się do ochrony środowiska i wspierania gospodarki o obiegu zamkniętym. Pozostali badani mieszkańcy zostali poproszeni na koniec o wskazanie głównych czynników motywujących ich do stosowania zasad gospodarki o obiegu zamkniętym. Jak wynika z badania, **główną motywacją ponad 3/4 badanych Małopolan jest troska o środowisko naturalne. Wysoki odsetek wskazań dotyczył także kwestii finansowych i oszczędzania pieniędzy – 62%.**

**Wykres 44.** Odpowiedzi na pytanie: „Dlaczego w głównej mierze stosuje Pan/i zasady GOZ?” (n = 2999)



**77%**



**troska o środowisko**

**62%**



**oszczędzanie pieniędzy**

**14%**



**przykład od rodziny,  
znajomych**

Źródło: opracowanie własne na podstawie badania CATI

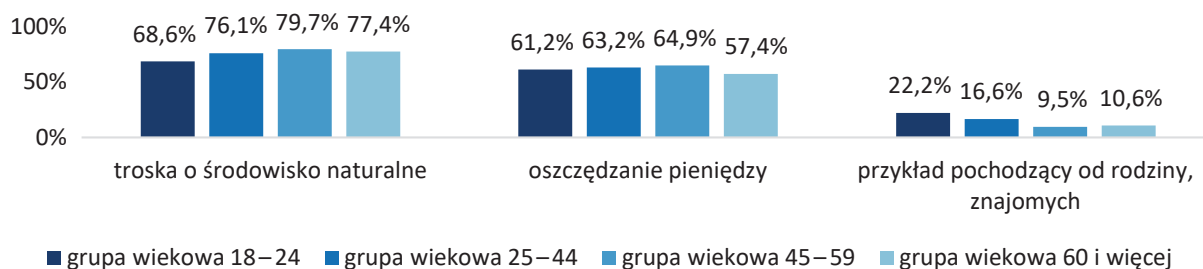
Motywacje, które znalazły się w ramach kategorii „inne”, były następujące:

- dbanie o przyszłość, kolejne pokolenia,
- przymus i przepisy,
- nawyk, przyzwyczajenie,
- troska o zdrowie.

Jak wynika z badania, **troska o środowisko naturalne jest większą motywacją dla Małopolan w wieku 45–59 lat (80%)**. Dla porównania, odsetek wskazań wśród młodszych respondentów był niższy o 11 p. p. Ciekawy jest fakt, że seniorzy rzadziej wskazywali na oszczędzanie pieniędzy (57%). Wiecej niż **co piąty badany Małopolanin w wieku 18–24 lata kieruje się w tym względzie przykładem rodziny czy znajomych.**

**Wykres 45.**

Odpowiedzi na pytanie: „Dlaczego w głównej mierze stosuje Pan/i zasady GOZ?” a wiek (n = 2999)



Źródło: opracowanie własne na podstawie badania CATI

**Troska o środowisko naturalne stanowiła większą motywację do wdrażania zasad GOZ w przypadku kobiet (80%) oraz mieszkańców miast (78%).**

**Tabela 10.**

Odpowiedzi na pytanie: „Dlaczego w głównej mierze stosuje Pan/i zasady GOZ?” a płeć i obszar zamieszkania (n = 2999)

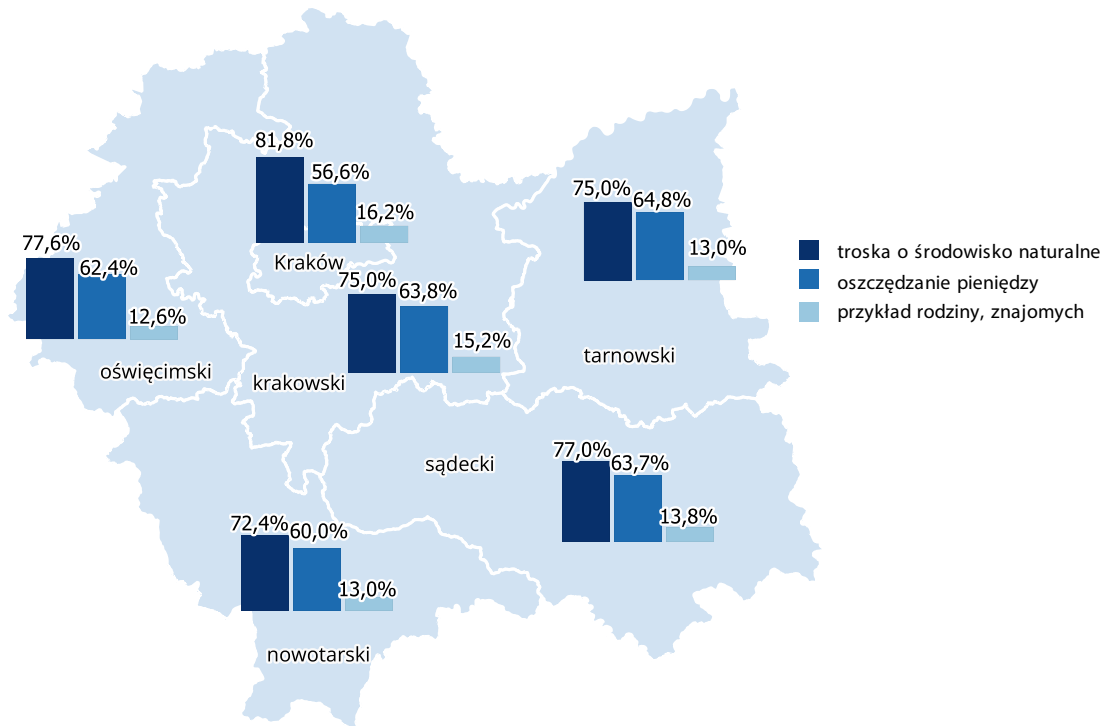
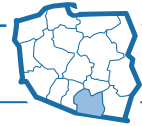
Powody	kobieta	mężczyzna	obszar miejski	obszar wiejski
troska o środowisko naturalne	79,7%	73,0%	78,1%	74,6%
oszczędzanie pieniędzy	60,8%	63,0%	60,2%	63,8%
przykład rodziny, znajomych	14,7%	13,1%	13,8%	14,2%

Źródło: opracowanie własne na podstawie badania CATI

**Respondenci z Krakowa częściej niż pozostali ankietowani wskazywali na troskę o środowisko naturalne jako główny czynnik motywujący do stosowania zasad GOZ (82% vs. 72% w podregionie nowotarskim).** Na oszczędzanie pieniędzy, dzięki danym czynnościom i nawykom, częściej na tle Małopolski zwracają z kolei uwagę mieszkańcy podregionu tarnowskiego (65%).

**Mapa 11.**

Odpowiedzi na pytanie: „Dlaczego w głównej mierze stosuje Pan/i zasady GOZ?”  
a podregion zamieszkania (n = 2999)



Źródło: opracowanie własne na podstawie badania CATI

# Syntetyczny wskaźnik wdrażania zasad gospodarki o obiegu zamkniętym



Na podstawie wyników z przeprowadzonego badania postanowiono stworzyć dla województwa małopolskiego oraz jego podregionów tzw. syntetyczny wskaźnik wdrażania zasad GOZ. Wskaźnik ten powstał w wyniku **agregacji wartości wybranych subwskaźników (tj. wskaźników częściowych) z poszczególnych obszarów tematycznych, wraz z uwzględnieniem przypisanych wag**<sup>16</sup>. Wskaźnik przyjmuje wartości od 0 pkt do 1 pkt i podawany jest z dokładnością do dwóch miejsc po przecinku. Na potrzeby danego opracowania przyjęto następującą interpretację poszczególnych przedziałów:

- **0 pkt – 0,25 pkt** – bardzo słaby poziom wdrażania zasad GOZ,
- **0,26 pkt – 0,40 pkt** – słaby poziom wdrażania zasad GOZ,
- **0,41 pkt – 0,65 pkt** – umiarkowany poziom wdrażania zasad GOZ,
- **0,66 pkt – 0,85 pkt** – wysoki poziom wdrażania zasad GOZ,
- **0,86 pkt – 1,00 pkt** – bardzo wysoki poziom wdrażania zasad GOZ.

**Tabela 11.** Lista subwskaźników wraz z przypisaną wagą, służących do konstrukcji wskaźnika syntetycznego

Obszar tematyczny	Subwskaźniki
Gospodarka odpadami w obrębie gospodarstwa domowego	1) segregacja odpadów (2); 2) niewyrzucanie pozostałych resztek żywności, a przetwarzanie jej lub przekazywanie innym (3);
Dawanie drugiego życia produktom	3) naprawa produktów zamiast kupowania nowych (3); 4) wypożyczanie i/lub wymiana produktów zamiast kupowania nowych (3); 5) przekazywanie nieużywanych rzeczy innym (np. nietrafione zakupy, nienoszone ubrania, nieużywane meble) (2);
Ekologiczne postawy konsumenckie	6) chodzenie z torbą wielokrotnego użytku na zakupy (2); 7) ograniczanie zużycia plastikowych opakowań (2); 8) rozważne zakupy, które pozwalają uniknąć wyrzucania żywności (2); 9) skłonność do rezygnacji z produktów w przypadku wiedzy o tym, że producent zrobił coś, co wpływa negatywnie na środowisko (1);
Oszczędzanie energii	10) stosowanie energooszczędnego oświetlenia w domu (1); 11) wyłączenie z prądu urządzeń elektrycznych niewymagających stałego podłączenia do prądu (2);
Oszczędzanie wody	12) oszczędzanie wody (2);
Ekologiczny transport	13) korzystanie z transportu publicznego, roweru, car-sharing (3).

Źródło: opracowanie własne na podstawie badania CATI

<sup>16</sup> Wskaźnik syntetyczny obliczony za pomocą średniej ważonej. **Wagi w skali 1–3** nadano, mając na względzie faktyczny wkład i wysiłek bądź poświęcenie mieszkańców towarzyszący/e realizacji poszczególnych aspektów, gdzie: **1 – umiarkowany wysiłek/poświęcenie, 3 – znaczący wysiłek/poświęcenie.**

Tabela 12.

Wyniki procentowe uzyskane dla poszczególnych subwskaźników (przed uwzględnieniem wag) dla Małopolski ogółem i w przekroju podregionalnym Źródło: opracowanie własne na podstawie badania CATI

Lp.	subwskaźnik	Małopolska	Kraków	p. krakowski	p. tarnowski	p. nowosądecki	p. nowotarski	p. oświęcimski
1	segregacja odpadów (2)	98,7%	98,2%	98,8%	98,6%	98,6%	98,8%	99,4%
2	niewyrzucanie pozostałych resztek żywności, a przetwarzanie jej lub przekazywanie innym (3)	67,2%	58,6%	67,4%	66,6%	69,8%	72,8%	67,8%
3	naprawa produktów zamiast kupowania nowych (3)	87,3%	85,0%	87,0%	86,4%	89,0%	88,2%	88,0%
4	wypożyczanie i/lub wymiana produktów zamiast kupowania nowych (3)	50,7%	48,2%	50,0%	53,8%	49,8%	52,8%	49,8%
5	przekazywanie nieużywanych rzeczy innym (np. nietrafione zakupy, nienoszone ubrania, nieużywane meble) (2)	94,1%	96,0%	93,0%	93,8%	92,6%	95,4%	94,0%
6	chodzenie z torbą wielokrotnego użytku na zakupy (2)	88,9%	91,0%	89,4%	88,4%	87,6%	86,0%	91,2%
7	ograniczanie zużycia plastikowych opakowań (2)	70,3%	74,4%	69,0%	66,4%	72,2%	70,2%	69,8%
8	rozważne zakupy, które pozwalają uniknąć wyrzucania żywności (2)	95,2%	94,6%	94,8%	95,6%	94,8%	95,8%	95,6%
9	skłonność do rezygnacji z produktów w przypadku wiedzy o tym, że producent zrobił coś, co wpływa negatywnie na środowisko (1)	81,6%	81,4%	82,2%	81,4%	79,6%	84,8%	80,4%
10	stosowanie energooszczędnego oświetlenia w domu (1)	96,6%	95,0%	97,4%	96,6%	96,8%	96,0%	98,0%
11	wyłączanie z prądu urządzeń elektrycznych niewymagających stałego podłączenia do prądu (2)	74,0%	72,2%	68,0%	74,2%	75,0%	78,4%	76,2%
12	oszczędzanie wody (2)	96,9%	97,2%	96,0%	96,4%	96,4%	97,8%	97,6%
13	korzystanie z transportu publicznego, roweru, car-sharing (3)	59,9%	72,8%	53,8%	63,0%	56,8%	54,6%	58,6%

Źródło: opracowanie własne na podstawie badania CATI





Tabela 13.

Liczba punktów uzyskanych dla poszczególnych subwskaźników (przed uwzględnieniem wag) dla Małopolski ogółem i w przekroju podregionalnym (pkt)\*

Lp.	subwskaźnik	Małopolska	Kraków	p. krakowski	p. tarnowski	p. nowosądecki	p. nowotarski	p. oświęcimski
1	segregacja odpadów (2)	0,99	0,98	0,99	0,99	0,99	0,99	0,99
2	niewyrzucanie pozostałych resztek żywności, a przetwarzanie jej lub przekazywanie innym (3)	0,67	0,59	0,67	0,67	0,70	0,73	0,68
3	naprawa produktów zamiast kupowania nowych (3)	0,87	0,85	0,87	0,86	0,89	0,88	0,88
4	wypożyczenie i/lub wymiana produktów zamiast kupowania nowych (3)	0,51	0,48	0,50	0,54	0,50	0,53	0,50
5	przekazywanie nieużywanych rzeczy innym (np. nietrafione zakupy, nienoszone ubrania, nieużywane meble) (2)	0,94	0,96	0,93	0,94	0,93	0,95	0,94
6	chodzenie z torbą wielokrotnego użytku na zakupy (2)	0,89	0,91	0,89	0,88	0,88	0,86	0,91
7	ograniczanie zużycia plastikowych opakowań (2)	0,70	0,74	0,69	0,66	0,72	0,70	0,70
8	rozsądne zakupy, które pozwalają uniknąć wyrzucania żywności (2)	0,95	0,95	0,95	0,96	0,95	0,96	0,96
9	skłonność do rezygnacji z produktów w przypadku wiedzy o tym, że producent zrobił coś, co wpływa negatywnie na środowisko (1)	0,82	0,81	0,82	0,81	0,80	0,85	0,80
10	stosowanie energooszczędnego oświetlenia w domu (1)	0,97	0,95	0,97	0,97	0,97	0,96	0,98
11	wyłączanie z prądu urządzeń elektrycznych niewymagających stałego podłączenia do prądu (2)	0,74	0,72	0,68	0,74	0,75	0,78	0,76
12	oszczędzanie wody (2)	0,97	0,97	0,96	0,96	0,96	0,98	0,98
13	korzystanie z transportu publicznego, roweru, car-sharing (3)	0,60	0,73	0,54	0,63	0,57	0,55	0,59

\* Zamiana wyników procentowych na punkty odbywała się według następującego schematu: 0–9% – 0–0,09 pkt, 10–19% – 0,10–0,19 pkt, 20–29% – 0,20–0,29 pkt, 30–39% – 0,30–0,39 pkt, 40–49% – 0,40–0,49 pkt, 50–59% – 0,50–0,59 pkt, 60–69% – 0,60–0,69 pkt, 70–79% – 0,70–0,79 pkt, 80–89% – 0,80–0,89 pkt, 90–99% – 0,90–0,99 pkt, 100% – 1,00 pkt.

Źródło: opracowanie własne na podstawie badania CATI

Tabela 14.

Wartość wskaźnika syntetycznego obliczonego za pomocą średniej ważonej (pkt)

Wskaźnik syntetyczny	Małopolska	podregion					
		Kraków	krakowski	tarnowski	nowosądecki	nowotarski	oświęcimski
	0,79	0,79	0,78	0,79	0,79	0,80	0,79

Źródło: opracowanie własne na podstawie badania CATI

Po agregacji i przeliczeniu punktów za pomocą średniej ważonej, **wartość wskaźnika GOZ dla Małopolski wyniosła 0,79 pkt** (tj. wartość z przedziału: 0,66 pkt – 0,85 pkt **oznaczająca wysoki poziom wdrażania zasad GOZ**). Różnice wartości danego wskaźnika w przekroju podregionalnym były minimalne.

# Bibliografia

1. ARC Rynek i Opinia, Forum Odpowiedzialnego Biznesu, *Raport z badania: Konsumenci a gospodarka obiegu zamkniętego*,
2. [https://odpowiedzialnybiznes.pl/wp-content/uploads/2019/10/Raport\\_CSR\\_ARC-FOB.pdf](https://odpowiedzialnybiznes.pl/wp-content/uploads/2019/10/Raport_CSR_ARC-FOB.pdf), dostęp: 1.07.2022.
3. <https://www.gov.pl/web/klimat/goz>, dostęp: 1.07.2020.
4. *Komunikat z badań. Świadomość ekologiczna Polaków, Nr 163/2020*, CBOS, Warszawa 2020.
5. Kulczycka J. (red.), *Gospodarka o obiegu zamkniętym w polityce i badaniach naukowych*, IGSMiE PAN, Kraków 2019.



# Spis map

<b>Mapa 1.</b>	Odsetek wskazań twierdzących na pytanie czy jest Pan/i w stanie rozwinąć skrót GOZ a podregiony (n = 3000) . . . . .	12
<b>Mapa 2.</b>	Czy podejmuje Pan/i następujące działania, które przyczyniają się do ochrony środowiska a podregion zamieszkania (n = 3000) . . . . .	17
<b>Mapa 3.</b>	Korzystanie z transportu publicznego, roweru, car-sharing a podregion zamieszkania (n = 3000) . . . . .	18
<b>Mapa 4.</b>	Odsetek odpowiedzi twierdzących na pytanie czy korzysta Pan/i z następujących kategorii używanych przez kogoś wcześniej produktów a podregion (n = 3000). . . . .	23
<b>Mapa 5.</b>	W jaki sposób wchodzi Pan/i w posiadanie używanych przez kogoś wcześniej przedmiotów a podregion (n=2854) . . . . .	25
<b>Mapa 6.</b>	Czy przekazuje Pan/i nieużywane rzeczy innym a podregion (n = 3000) . . . . .	28
<b>Mapa 7.</b>	Przy zakupie których produktów ważny jest dla Pana/i wpływ produktu i opakowania na środowisko naturalne a podregion (n = 3000) . . . . .	35
<b>Mapa 8.</b>	Odsetek odpowiedzi twierdzących na pytanie czy w ostatnim kwartale doświadczył/a Pan/i sytuacji, kiedy chciał/a Pan/i kupić produkt ekologiczny, ale ostatecznie wybrał/a w sklepie inny a podregion (n = 3000) . . . . .	38
<b>Mapa 9.</b>	Odsetek odpowiedzi twierdzących na pytanie czy wyłącza Pan/i z prądu te urządzenia elektryczne, które nie wymagają stałego podłączenia do prądu a podregion zamieszkania (n = 3000) . . . . .	45
<b>Mapa 10.</b>	Czy, a jeśli tak, to w jaki sposób oszczędza Pan/i wodę a podregion zamieszkania (n = 3000) . . . . .	48
<b>Mapa 11.</b>	Dlaczego w głównej mierze stosuje Pan/i zasady GOZ a podregion zamieszkania (n = 2999). . . . .	57

# Spis rysunków

<b>Rysunek 1.</b>	Wybrane kategorie tematyczne objęte badaniem opinii mieszkańców Małopolski w ramach realizacji 15. edycji . . . . .	4
<b>Rysunek 2.</b>	Płeć i wykształcenie Małopolan biorących udział w badaniu (n = 3000) . . . . .	9



# Spis tabel

<b>Tabela 1.</b>	Czy podejmuje Pan/i następujące działania, które przyczyniają się do ochrony środowiska a płeć i obszar zamieszkania (n = 3000) . . . . .	16
<b>Tabela 2.</b>	Odsetek odpowiedzi twierdzących na pytanie czy korzysta Pan/i z następujących kategorii używanych przez kogoś wcześniej produktów a płeć i obszar zamieszkania (n = 3000) . . . . .	21
<b>Tabela 3.</b>	W jaki sposób wchodzi Pan/i w posiadanie używanych przez kogoś wcześniej przedmiotów a płeć i obszar zamieszkania (n=2854) . . . . .	25
<b>Tabela 4.</b>	Czy przekazuje Pan/i nieużywane rzeczy innym a płeć i obszar zamieszkania (n = 3000) . . . . .	27
<b>Tabela 5.</b>	Odsetek odpowiedzi twierdzących na pytanie czy zgadza się Pan/i z poniższymi stwierdzeniami a wiek, płeć (n = 3000) . . . . .	31
<b>Tabela 6.</b>	Przy zakupie których produktów ważny jest dla Pana/i wpływ produktu i opakowania na środowisko naturalne (czołowa trójka) a płeć i obszar zamieszkania (n = 3000) . . . . .	34
<b>Tabela 7.</b>	Odsetek odpowiedzi „zdecydowanie często” i „raczej często” na pytanie, które z nawyków konsumenckich mogą dotyczyć Pana/i a wiek, płeć i obszar zamieszkania (n = 3000) . . . . .	40
<b>Tabela 8.</b>	Czy, a jeśli tak, to w jaki sposób oszczędza Pan/i wodę a płeć i obszar zamieszkania (n = 3000) . . . . .	47
<b>Tabela 9.</b>	Z jakimi działaniami w zakresie gospodarki o obiegu zamkniętym spotkał/a się Pan/i w swojej gminie a płeć i obszar zamieszkania (n = 3000) . . . . .	51
<b>Tabela 10.</b>	Dlaczego w głównej mierze stosuje Pan/i zasady GOZ a płeć i obszar zamieszkania (n=2999) . . . . .	56
<b>Tabela 11.</b>	Lista subwskaźników wraz z przypisaną wagą, służących do konstrukcji wskaźnika syntetycznego . . . . .	58
<b>Tabela 12.</b>	Wyniki procentowe uzyskane dla poszczególnych subwskaźników (przed uwzględnieniem wag) dla Małopolski ogółem i w przekroju podregionalnym . . . . .	59
<b>Tabela 13.</b>	Liczba punktów uzyskanych dla poszczególnych subwskaźników (przed uwzględnieniem wag) dla Małopolski ogółem i w przekroju podregionalnym (pkt.) . . . . .	60
<b>Tabela 14.</b>	Wartość wskaźnika syntetycznego obliczonego przy pomocy średniej ważonej (pkt.) . . . . .	60

# Spis wykresów

<b>Wykres 1.</b>	Wiek respondentów biorących udział w badaniu (n = 3000) . . . . .	9
<b>Wykres 2.</b>	Status zawodowy Małopolan biorących udział w badaniu (n = 3000) . . . . .	10
<b>Wykres 3.</b>	Czy jest Pan/i w stanie rozwinąć skrót GOZ? (n = 3000) . . . . .	11
<b>Wykres 4.</b>	Odsetek wskazań twierdzących na pytanie czy jest Pan/i w stanie rozwinąć skrót GOZ a wybrane grupy społeczno-demograficzne (n = 3000). . . . .	12
<b>Wykres 5.</b>	Z jakimi obszarami / dziedzinami kojarzy się Panu/i gospodarka o obiegu zamkniętym? (n = 3000). . . . .	13
<b>Wykres 6.</b>	Czy podejmuje Pan/i następujące działania, które przyczyniają się do ochrony środowiska? (n = 3000) . . . . .	15
<b>Wykres 7.</b>	Czy podejmuje Pan/i następujące działania, które przyczyniają się do ochrony środowiska a wiek (n = 3000). . . . .	16
<b>Wykres 8.</b>	Korzystanie z transportu publicznego, roweru, car-sharing a wybrane grupy społeczno-demograficzne (n = 3000) . . . . .	17
<b>Wykres 9.</b>	Czy korzysta Pan/i lub czy bierze pod uwagę korzystanie w przyszłości z następujących kategorii używanych przez kogoś wcześniej produktów? (n = 3000) . . .	20
<b>Wykres 10.</b>	Odsetek odpowiedzi twierdzących na pytanie czy korzysta Pan/i z następujących kategorii używanych przez kogoś wcześniej produktów a wiek (n = 3000) . . . . .	21
<b>Wykres 11.</b>	Odsetek odpowiedzi twierdzących na pytanie czy korzysta Pan/i z używanych komputerów i tabletów a wiek i obszar zamieszkania (n = 3000). . . . .	22
<b>Wykres 12.</b>	Odsetek odpowiedzi twierdzących na pytanie czy korzysta Pan/i z używanych artykułów AGD i RTV a wiek i obszar zamieszkania (n = 3000) . . . . .	22
<b>Wykres 13.</b>	W jaki sposób wchodzi Pan/i w posiadanie używanych przez kogoś wcześniej przedmiotów? (n=2854). . . . .	24
<b>Wykres 14.</b>	W jaki sposób wchodzi Pan/i w posiadanie używanych przez kogoś wcześniej przedmiotów a wiek (n=2854). . . . .	24
<b>Wykres 15.</b>	Czy przekazuje Pan/i nieużywane rzeczy innym? (n = 3000). . . . .	26
<b>Wykres 16.</b>	Czy przekazuje Pan/i nieużywane rzeczy innym a wiek (n = 3000). . . . .	27
<b>Wykres 17.</b>	Odsetek wskazań „nie, po prostu wyrzucam” na pytanie czy przekazuje Pan/i nieużywane rzeczy innym a wiek i płeć (n = 3000). . . . .	27
<b>Wykres 18.</b>	Czy zgadza się Pan/i z poniższymi stwierdzeniami? (n = 3000) . . . . .	30
<b>Wykres 19.</b>	Odsetek odpowiedzi twierdzących na pytanie czy zgadza się Pan/i z poniższymi stwierdzeniami a podregion (n = 3000) . . . . .	32
<b>Wykres 20.</b>	Przy zakupie których produktów ważny jest dla Pana/i wpływ produktu i opakowania na środowisko naturalne? (n = 3000). . . . .	33
<b>Wykres 21.</b>	Przy zakupie których produktów ważny jest dla Pana/i wpływ produktu i opakowania na środowisko naturalne (czołowa trójka) a wiek (n = 3000). . . . .	34
<b>Wykres 22.</b>	Czy w ostatnim kwartale doświadczył/a Pan/i sytuacji, kiedy chciał/a Pan/i kupić produkt ekologiczny, ale ostatecznie wybrał/a w sklepie inny? (n = 3000) . . . . .	35

<b>Wykres 23.</b>	Co skłoniło Pana/i do rezygnacji z kupna produktu ekologicznego? (n = 772) . . . . .	36
<b>Wykres 24.</b>	W skład jakiej kategorii wchodził produkt ekologiczny, z którego zakupu Pan/i zrezygnował/a? (n = 772) . . . . .	36
<b>Wykres 25.</b>	Odsetek odpowiedzi twierdzących na pytanie czy w ostatnim kwartale doświadczył/a Pan/i sytuacji, kiedy chciał/a Pan/i kupić produkt ekologiczny, ale ostatecznie wybrał/a w sklepie inny a wiek (n = 3000) . . . . .	37
<b>Wykres 26.</b>	Odsetek odpowiedzi twierdzących na pytanie czy w ostatnim kwartale doświadczył/a Pan/i sytuacji, kiedy chciał/a Pan/i kupić produkt ekologiczny, ale ostatecznie wybrał/a w sklepie inny a płeć i obszar zamieszkania (n = 3000) . . . . .	37
<b>Wykres 27.</b>	Proszę wskazać, które z nawyków konsumenckich mogą dotyczyć Pana/i? (n = 3000) . . . . .	39
<b>Wykres 28.</b>	Odsetek odpowiedzi „zdecydowanie często” i „raczej często” na pytanie. które z nawyków konsumenckich mogą dotyczyć Pana/i a podregion (n = 3000). . . . .	41
<b>Wykres 29.</b>	Czy stosuje Pan/i energooszczędne oświetlenie w domu? (n = 3000) . . . . .	42
<b>Wykres 30.</b>	Czy stosuje Pan/i energooszczędne oświetlenie w domu a wiek (n = 3000) . . . . .	43
<b>Wykres 31.</b>	Czy stosuje Pan/i energooszczędne oświetlenie w domu a podregion zamieszkania – wartość minimalna i maksymalna (n = 3000). . . . .	43
<b>Wykres 32.</b>	Czy wyłącza Pan/i z prądu te urządzenia elektryczne, które nie wymagają stałego podłączenia do prądu? (n = 3000) . . . . .	43
<b>Wykres 33.</b>	Jakie urządzenia elektryczne, które nie wymagają stałego podłączenia do prądu wyłączają Państwo z prądu, kiedy nie są używane? (n=2677) . . . . .	44
<b>Wykres 34.</b>	Odsetek odpowiedzi twierdzących na pytanie czy wyłącza Pan/i z prądu te urządzenia elektryczne, które nie wymagają stałego podłączenia do prądu a wybrane grupy społeczno-demograficzne (n = 3000). . . . .	44
<b>Wykres 35.</b>	Czy, a jeśli tak, to w jaki sposób oszczędza Pan/i wodę? (n = 3000) . . . . .	46
<b>Wykres 36.</b>	Czy, a jeśli tak, to w jaki sposób oszczędza Pan/i wodę a wiek (n = 3000) . . . . .	47
<b>Wykres 37.</b>	Odsetek wskazań „nie oszczędzam wody” a wybrane grupy społeczno-demograficzne (n = 3000) . . . . .	47
<b>Wykres 38.</b>	Z jakimi działaniami w zakresie gospodarki o obiegu zamkniętym spotkał/a się Pan/i w swojej gminie? (n = 3000) . . . . .	49
<b>Wykres 39.</b>	Z jakimi działaniami w zakresie gospodarki o obiegu zamkniętym spotkał/a się Pan/i w swojej gminie a wiek (n = 3000). . . . .	50
<b>Wykres 40.</b>	Z jakimi działaniami w zakresie gospodarki o obiegu zamkniętym spotkał/a się Pan/i w swojej gminie a podregion zamieszkania (n = 3000) . . . . .	52
<b>Wykres 41.</b>	Czy jest Pan/i zadowolony/a z prowadzonej w Pana/i gminie gospodarki odpadami (wywóz śmieci, stworzenie punktu zbiórki odpadów i inne)? (n = 2 868). . . . .	53
<b>Wykres 42.</b>	Odsetek odpowiedzi twierdzących na pytanie czy jest Pan/i zadowolony/a z prowadzonej w Pana/i gminie gospodarki odpadami a wybrane grupy społeczno-demograficzne (n = 2868). . . . .	53
<b>Wykres 43.</b>	Odsetek odpowiedzi twierdzących na pytanie czy jest Pan/i zadowolony/a z prowadzonej w Pana/i gminie gospodarki odpadami a podregion zamieszkania – wartość najniższa i najwyższa (n=2868). . . . .	54
<b>Wykres 44.</b>	Dlaczego w głównej mierze stosuje Pan/i zasady GOZ? (n = 2999). . . . .	55
<b>Wykres 45.</b>	Dlaczego w głównej mierze stosuje Pan/i zasady GOZ a wiek (n = 2999). . . . .	56



Urząd Marszałkowski Województwa Małopolskiego  
Departament Rozwoju Regionu  
ul. Wielicka 72B, 30-552 Kraków

ISBN: 978-83-67243-12-4

Egzemplarz bezpłatny

Publikacja współfinansowana ze środków Unii Europejskiej z Europejskiego Funduszu Społecznego w ramach Regionalnego Programu Operacyjnego Województwa Małopolskiego na lata 2014-2020.



Rzeczpospolita  
Polska



Unia Europejska  
Europejskie Fundusze  
Strukturalne i Inwestycyjne



[www.obserwatorium.malopolska.pl](http://www.obserwatorium.malopolska.pl)