

ANALIZA ANKIETY

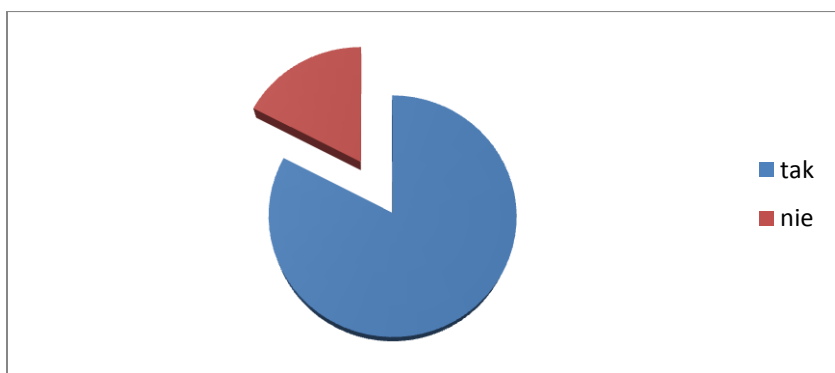
ŚWIADOMY KONSUMENT

Badanie ankietowe zostało przeprowadzone w ramach projektu Lider Lokalnej Ekologii Komunalnego Związku Gmin Dolina Redy i Chylonki i obejmowało 43 ankietowanych rodziców uczniów klas IV .

Przeprowadzone zostało w dniu 29 stycznia 2015 r.

Celem ankiety było określenie poziomu wiedzy wśród społeczności lokalnej na temat zachowań konsumenckich oraz praktycznego podejścia społeczeństwa do ochrony środowiska w codziennym życiu.

Świadomie dbamy o środowisko:



83% ankietowanych deklaruje, że świadomie dba o otaczające ich środowisko

Świadomie dbamy o środowisko i w związku z tym:



Ankietowani najczęściej wybierali odpowiedzi

- A segregujemy odpady
- J oszczędzamy wodę
- C oszczędzamy energię elektryczną
- B oddajemy odpady niebezpieczne do wyznaczonych punktów odbioru
- D używamy opakowań wielokrotnego użytku
- G ograniczmy jazdę samochodem (np. wybieramy transport zbiorowy / komunikację rowerową i pieszą)
- F aktywnie uczestniczymy w akcjach ekologicznych
- L realizuję również inne proekologiczne działania (np. kompostuję odpady organiczne, minimalizuję użycie detergentów, sprzątam po swoim psie)
- K zwracamy uwagę innym na nie ekologiczne zachowanie
- E zgłaszamy odpowiednim służbom łamanie przepisów ochrony środowiska

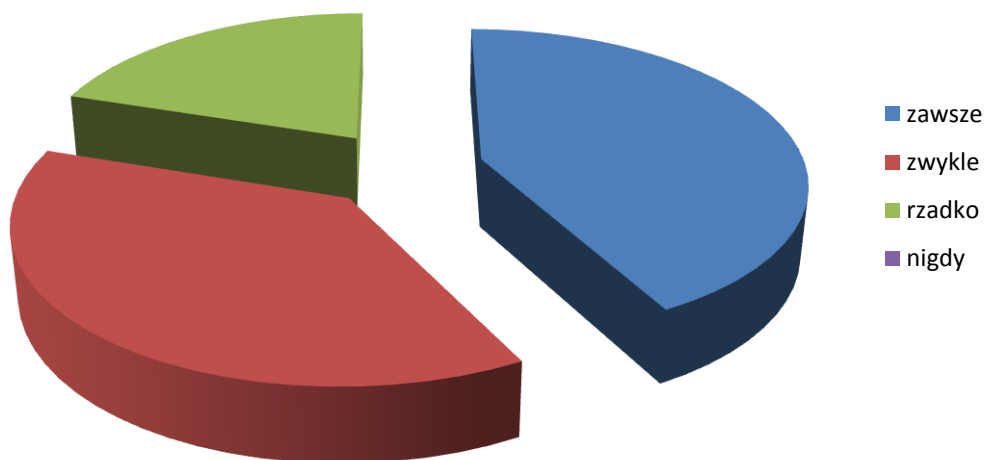
Zakupy przyjazne środowisku

Czy na zakupach wybieracie produkty z recyklingu, np. papier toaletowy i ręczniki papierowe wykonane w 100% z makulatury?



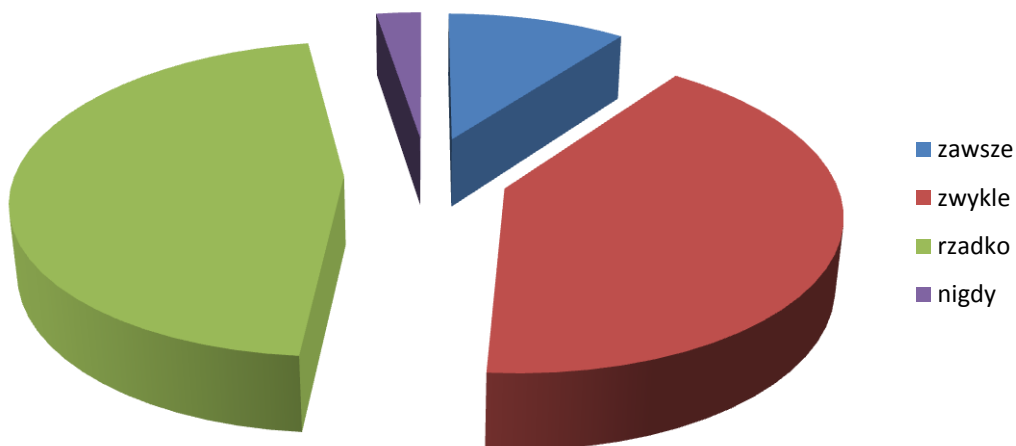
Tylko 7 % ankietowanych nigdy na zakupach nie wybiera produktów pochodzących z recyklingu a 5% ankietowanych deklaruje , że zawsze .Rzadko tj. 41%, zwykle 48%.

Używanie własnej torby podczas zakupów.



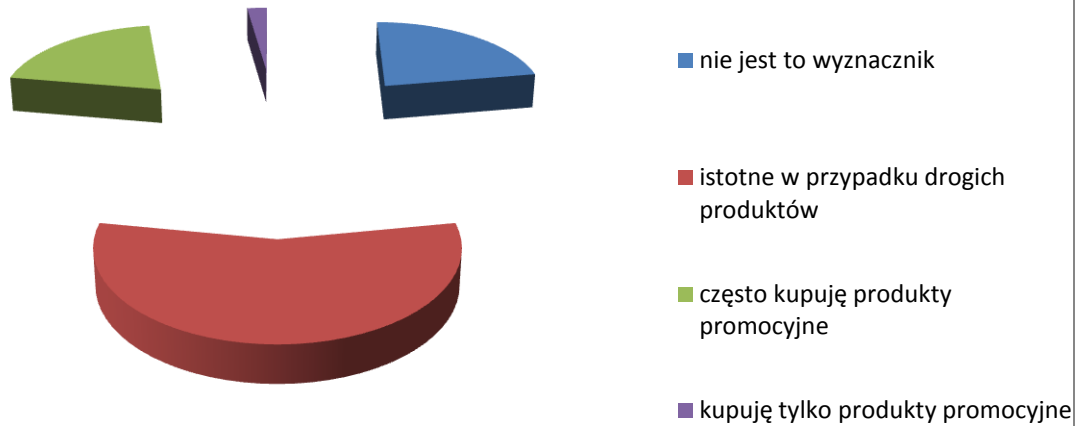
38% ankietowanych zwykle używa własnej torby podczas zakupów.

Zwracanie uwagi na ekologiczne oznakowania produktów.



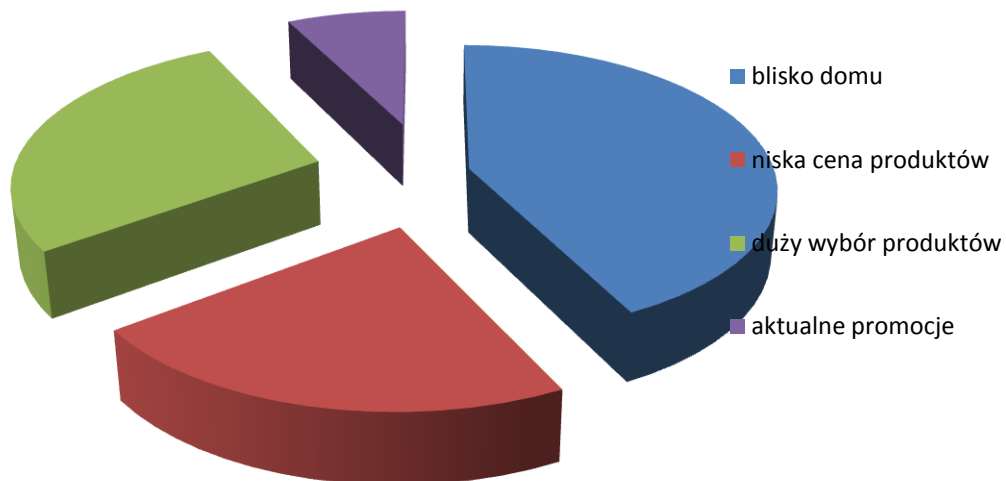
46% rodziców uczniów kl. IV rzadko zwraca uwagę na ekologiczne oznaczenia produktów.

Wpływ promocji produktów na zakupy.



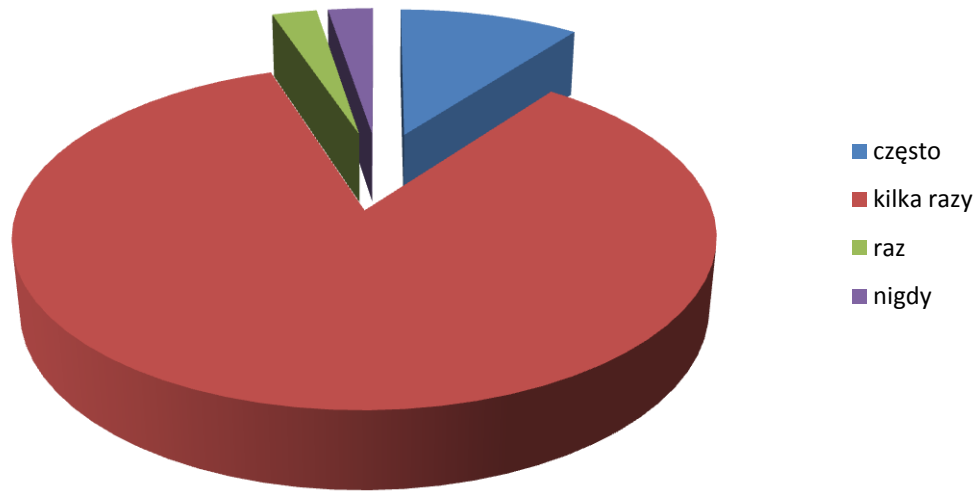
Promocje wpływają na zakup danego produktu w przypadku drogich produktów u 56% ankietowanych.

Czynniki wpływające na wybór miejsca zakupów.



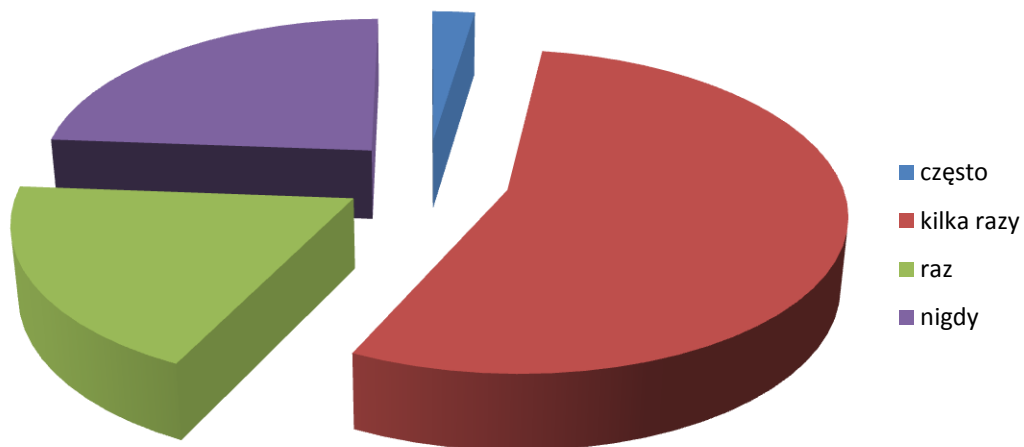
Dla większości rodziców istotnym czynnikiem decydującym o miejscu zakupów jest odległość od domu.

Czy zdarzyło się Pani \Panu kupić coś pod wpływem reklamy?



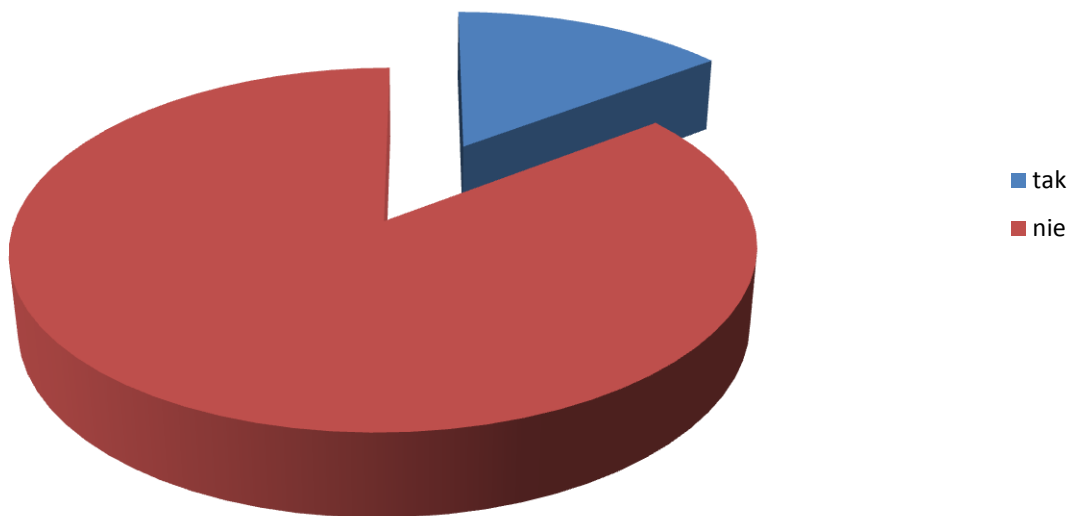
Niestety 85 % rodziców kupuje produkty pod wpływem reklamy.

Jak często zdarzyło się kupić Państwu niepotrzebny produkt pod wpływem reklamy?



55 % ankietyowanych rodziców deklaruje, że kilka razy zdarzyło się im kupić niepotrzebny całkiem produkt pod wpływem sugestywnej reklamy.

Czy słyszała Pani Pan o zjawisku greenwashingu?.



85% rodziców nie zna pojęcia i zjawiska greenwashingu, czyli ekościemy. Prawdopodobnie są świadomi tego, że nierzetelna komunikacja firm, która informuje o swojej ekologicznej odpowiedzialności w sposób, który nie odzwierciedla rzeczywistości, ma na celu głównie zwiększyć popyt na swoje towary.

opracowała Ewa Mejer