

EUROPEJSKI SYSTEM EKOZNAKÓW I JEGO ROLA W OGRANICZANIU ZAGROŻEŃ PRZEMYSŁOWYCH

EUROPEAN SYSTEM OF ECO-LABELS AND ITS ROLE IN THE LIMITATION OF INDUSTRIAL

*Maciej GAWRON, Emilia KITTA, Arkadiusz ZAGAJEWSKI
Uniwersytet Zielonogórski
Arthur SHAGEEV
Uniwersytet im. Christiana-Albrechta w Kiel*

Streszczenie:

Artykuł podejmuje problematykę europejskiego systemu ekoznakowania oraz jego roli w ograniczaniu zagrożeń dla środowiska płynących ze strony przemysłu związanego z wytwarzaniem dóbr konsumpcyjnych. Jednocześnie podejmuje próbę postawienia syntetycznej oceny efektywności jego funkcjonowania. Dla lepszego ukazania tej roli oraz jego oceny w niniejszym artykule wykorzystano m.in. badania porównawcze przeprowadzone na grupie 400 polskich i niemieckich studentów ukierunkowane na określenie poziomu znajomości problematyki ekoznakowania produktów oraz kryteriów wyborów konsumenckich.

Słowa kluczowe: ekoznak, ekoetykieta, kryteria wyborów konsumenckich, instrumenty ograniczania zagrożeń przemysłowych

Keywords: eko-label, ecotag, ecolabelling, consumer choice criteria, instruments for industrial hazards

WPROWADZENIE

Dynamiczny rozwój przemysłu obserwowany szczególnie w drugiej połowie XX wieku spowodował znaczącą degradację środowiska, na skalę nie obserwowaną nigdy wcześniej. W skutek naruszenia równowagi ekosystemów naturalnych społeczność międzynarodowa „bacznie” zaczęła przyglądać się skutkom antropogenicznej degradacji poszczególnych składników przyrody. Pojawiły się Raport Sekretarza Generalnego U Thana (1968 r.), pierwszy raport dla Klubu Rzymskiego Granice wzrostu (1972 r.) [7] a potem Konferencja ONZ w Rio Janeiro w 1992 roku i koncepcja sustainable development [5], która „przekonstruowała” istniejący wzorzec rozwoju na paradygmat „solidarnego międzypokoleniowo” korzystania z zasobów przyrody, ukierunkowanego na osiągnięcia lepszej jakości życia, żyjących dziś i w przyszłości. Pogarszający się stan środowiska oraz budująca się wokół tego problemu współpraca międzynarodowa „wymusiły” niejako poszukiwanie nowych instrumentów skutecznego ograniczania zagrożeń dla środowiska, szczególnie ze strony przemysłu produkcyjnego odpowiedzialnego w znacznym stopniu za niekorzystne zmiany w ekosystemach. Pojawiły się koncepcje ecolabellingu, zrównoważonej konsumpcji czy Zintegrowanej Polityki Produktowej (ZPP) [9] traktujące, w sposób szczególny aspekty jakości wyrobów i ich oddziaływania na środowisko, w poszczególnych etapach cyklu istnienia. Ta szczególna uwaga wynikała z faktu, że to właśnie produkty konsumpcyjne i ich cykl życia kształtują obciążenia środowiskowe związane z

fazą wydobycia surowców, jego produkcją, użyciem oraz fazą użytkową („od kołyski po grób”). Stąd też poprawa parametrów ekologicznych produktów, w całym ich cyklu życia a w szczególności na etapie wytwarzania oraz użytkowania staje się kluczowym czynnikiem ograniczania „środowiskowych” zagrożeń przemysłowych.

W literaturze przedmiotu jako jeden ze sposobów poprawy parametrów ekologicznych produktów oraz procesów ich wytwarzania wskazuje się system ekoznakowania oraz ekoetykietowania [1]. Kraje należące do Unii Europejskiej można uznać za prekursorów takiego podejścia. Aktualne rozporządzenie (WE) nr 66/2010 Parlamentu Europejskiego i Rady z dnia 25 listopada 2009r. w sprawie oznakowania ekologicznego UE wskazuje na konieczność informowania społeczeństwa i zwiększenia jego świadomości na temat oznakowania ekologicznego. Sposobem budowania tej świadomości mają być działania promocyjne, kampanie informacyjne i edukacyjne na poziomie lokalnym, krajowym i wspólnotowym. W ten sposób UE chce zbudować „świadomość konsumencką” na temat symboli ekologicznych umieszczanych na produktach, także w celu umożliwienia konsumentom dokonywania świadomych wyborów. Ważne jest też to, aby europejski system stał się bardziej atrakcyjny, także dla producentów i sprzedawców [8]. Wydaje się, że podstawowym czynnikiem uczynienia ze stworzonego na przestrzeni lat „europejskiego systemu ekoznakowania” systemu atrakcyjnego, jest „docenienie” przez konsumentów produktów faktu proekologicznej starania pro-

ducentów na drodze do uzyskania ekoznaków, poprzez decyzję o zakupie ich produktów. Dlatego też, niniejszy artykuł podejmuje problematykę europejskiego systemu ekoznakowania i jego roli w ograniczaniu zagrożeń dla środowiska płynących ze strony przemysłu związanego z wytwarzaniem dóbr konsumpcyjnych oraz syntetyczną próbę oceny efektywności jego funkcjonowania. Dla lepszego ukazania tej roli oraz jego oceny w niniejszym artykule wykorzystano m.in. badania porównawcze przeprowadzone na grupie 400 polskich i niemieckich studentów ukierunkowane na określenie poziomu znajomości problematyki ekoznakowania produktów oraz kryteriów wyborów konsumenckich.

GENEZA EKOZNAKOWANIA

Symbol uznawany za wszechstronny nośnik informacji funkcjonował już w starożytności. Dowodem czego są znaleziska archeologiczne na terenie Rzymu, Grecji, Egiptu i Chin. Znaki te ukazywały pochodzenie oraz wytwórcę danego produktu. Z biegiem czasu stały się znakiem towarowym, reprezentując kupców danego wyrobu [1].

Zmiany i rozwój przemysłowy, który nastąpił na przełomie XVIII i XIX wieku miał istotny wpływ na ukształtowanie się nowych znaków oraz powstanie uregulowań prawnych związanych z ich ochroną. Jednym z pierwszych aktów prawnych dotyczących oznakowania była ustanowiona w 1883 roku w Paryżu, Konwencja o Ochronie Własności Przemysłowej. Uważana jest ona za punkt wyjścia do obecnych regulacji prawnych [1].

Historia ekoznakowania wyrobów ekologicznych jest stosunkowo młoda. Pierwszymi krajami w których wprowadzono ekologiczne oznaczenia produktów były Niemcy (Niebieski Anioł, 1978 r.) przyznawany jest przez niemieckie Ministerstwo Środowiska produktom, które wyróżniają się wysoką jakością, funkcjonalnością i bezpieczeństwem oraz w Szwecji w roku 1970. Wówczas to wprowadzono znak funkcjonujący do dzisiaj pod nazwą „Miljöpapper”. Od 1989 r. w Szwecji obowiązuje – wspólny dla krajów skandynawskich – ekoznak Svanen („łabędź”), uznawany za jeden z najbardziej kompleksowych i obiektywnych systemów ekoetykietowania na świecie [10].

ZNAKOWANIE PRODUKTÓW EKOLOGICZNYCH

Kompleksowe i rozbudowane podejście do definiowania ekoznakowania prezentuje W. Adamczyk. Wskazuje, iż poprzez ekoznakowanie rozumie się proces oznaczania produktu specjalnymi znakami. Istnieje wiele rodzajów ekoznakowania w zależności od kraju, regionu czy rodzaju działalności. Ekoznaki są powszechnie stosowane przez przedsiębiorców. Symbol ten jest przekątnikiem informacji. Ma na celu zachęcenie przedsiębiorstwa do produkcji wyrobów przyjaznych dla środowiska. Informuje klientów o tym, że produkt został wykonany z troską o środowisko, a także, że podczas trwania produkcji nie doszło do skażenia wody, gleby lub powietrza. Dzięki tym oznakowaniom klient może świadomie dokonywać wyboru zakupu produktów. Niezwykle istotną kwestią związaną z produktem ekologicznym jest jego ekologiczny cykl życia, który można określić syntetycznie jako okres istnienia wpływów na środowisko związanych z danym produktem "od kołyski aż po grób". Dla oceny tychże wpływów niezbędne staje się określenie systemu danego wyrobu [3]. W analizie takiej uwzględniane są wybrane lub wszystkie fazy istnienia produktu, poczynając od projektowania, poprzez wydobycie surowców, energo-

chłonność i materiałochłonność produkcji i użytkowania, a skończywszy na fazie użytkowej, gdy produkt staje się odpadem. Elementem odróżniającym produkty ekologiczne od tradycyjnych jest niewątpliwie podejście osób projektujących do fazy użytkowej produktów, tj. możliwość naprawy, odnawiania, ponownego użycia czy recyklingu. Znaki ekologiczne umieszczane na etykietach spełniają funkcję:

- identyfikacyjną – umożliwiającą rozpoznanie rodzaju dobra, jego pochodzenia, a także pozwalającą na odróżnienie produktów ekologicznych,
- gwarancyjną – zapewniającą utrzymanie jakości produktu na określonym poziomie,
- promocyjną – umożliwiającą postrzeganie jakości dobra poprzez markę (znak ekologiczny) i preferowanie w przeciwieństwie do dóbr bez marki [1].

Natomiast wg A. Bernaciaka i W. Gaczka spełniają one funkcje:

- informacyjną – polegającą na wskazaniu charakterystycznych cech danego produktu odróżniających go od pozostałej oferty rynkowej;
- marketingową – potwierdzającą ofertę produktów dla konsumentów oczekujących dóbr w najmniejszym stopniu negatywnie oddziałujących na środowisko;
- edukacyjną – ukazanie alternatywnych wobec substitutów możliwości postępowania z produktem we wszystkich fazach jego cyklu życia;
- stymulacyjną – zwiększanie zainteresowania przedsiębiorstw działaniami proekologicznymi [2]. Istotne znaczenie ma również funkcja edukacyjna ekoznakowania, która ma służyć wzbogacaniu wiedzy konsumentów związanej z produktami ekologicznymi i ich cechami. Jak zauważa Pondel (2007) Warunkiem skutecznego działania znaków ekologicznych jest wysoki poziom edukacji ekologicznej społeczeństw [6].

UNIFIKACJA EKOLOGICZNEGO ZNAKOWANIA I JEGO KLASYFIKACJA

Produkt, dopuszczany na rynek musi spełniać obowiązujące normy ochrony środowiska. Wyroby spełniające wymagania mają szansę uzyskać prawo do ekooznaczeń. Taki produkt charakteryzuje się następującymi cechami:

- ilość surowców użyta do jego wytworzenia została znacznie ograniczona,
- proces produkcji nie jest szkodliwy dla środowiska,
- surowce użyte do produkcji nie są szkodliwe środowisku,
- produkt nie jest testowany na zwierzętach,
- opakowanie jest ograniczone do minimum lub w ogóle z niego zrezygnowano,
- opakowanie może zostać ponownie wykorzystane,
- zużycie energii na każdym etapie produkcji i użytkowania produktu jest zminimalizowane.

Etykiety ekologiczne muszą spełniać wysokie wymagania zarówno w zakresie doboru przedmiotu, kryteriów ich użycia i kontroli [4]. Kryteria ekooznaczenia przyznawane są indywidualnie dla każdej grupy towarowej [11].

W Europie zgodnie z założeniami ustalonymi przez OECD (Organisation for Economic Co-operation and Development) nadanie towarowi ekoetykiety zostaje dokonane przez odpowiednią organizację publiczną, administrację rządową lub prywatną. Polskim oficjalnym znakiem ekologicznym jest EKO-ZNAK przyznawany od 1998 roku przez Polskie Centrum Badań i Certyfikacji.

Ubieganie się o nadanie prawa do umieszczania ekoznaków jest dobrowolne, a otrzymanie go uzależnione jest od oceny jaką produktowi wystawi komisja przyznająca znak. Warto o niego zabiegać, gdyż jest elementem skutecznej strategii promocyjnej tworzącej pozytywny wizerunek firmy dbającej o środowisko naturalne. Poprzez wdrażanie ekoprogramów producenci, którzy zdecydowali się poddać procedurom oceny ekologicznej w celu uzyskania ekoznaku pokazują, że poprawiły swoją pozycję rynkową, wdrożyły nowe technologie, podniosły jakość produkowanych wyrobów, dostrzegają też bardzo ważny aspekt możliwości ograniczenia kosztów produkcji, co skłania ich do działania. Licencja na ekoznak przyznawana jest na określony czas (zwykle do trzech lat), po którym to okresie można ubiegać się o jej wznowienie [11].

Oznaczenia ekologiczne stanowią istotny instrument zarządzania środowiskiem. Wyróżniamy trzy podstawowe kategorie produktów określanych jako [1]:

- pozytywne, które przyznawane są wyrobom przyjaznym środowisku,
- negatywne a więc ostrzegające konsumenta o zagrożeniach środowiskowych związanych z użytkowaniem produktu,
- neutralne, których zadaniem jest zwracanie uwagi na problematykę ekologiczną.

Niewątpliwie wszystkie przyczyniają się do lepszego postrzegania produktu przez konsumenta oraz kształtowania odpowiedniego wizerunku firmy.

Wydają się, że stosowanie znaków ekologicznych coraz częściej uznawane jest przez producentów jako czynnik warunkujący uzyskanie przewagi konkurencyjnej – poprzez wzrost obrotów, zwiększenie udziału w rynku. Lecz aby to oddziaływanie ekoznaku na kształtowanie się pozycji konkurencyjnej zachodziło konieczna jest odpowiedź ze strony popytu, która „doceni: starania przedsiębiorców. Jej warunkiem niewątpliwie jest stosowanie kryterium ekologicznego w procesie wyboru produktu oraz umiejętność identyfikowania produktów o lepszych parametrach środowiskowych na podstawie umieszczanych na nich symboli. Tabela 1 przedstawia wybrane ekoznaki i ich znaczenie.

CHARAKTERYSTYKA PROCESU BADAWCZEGO

Badania porównawcze dotyczące znajomości problematyki ekoznakowania oraz kryteriów wyborów konsumenckich stosowanych przez studentów w trakcie procesu zakupu dóbr, zostały przeprowadzone w pierwszym kwartale bieżącego roku wśród studentów Uniwersytetu Zielonogórskiego oraz Uniwersytetu im. Christiana-Albrechta w Kiel. Uniwersytet Zielonogórski jest stosunkowo młodą uczelnią ponieważ został utworzony 1 września 2001 roku, z połączenia Politechniki Zielonogórskiej i Wyższej Szkoły Pedagogicznej im. T. Kotarbińskiego. Strukturę uniwersytetu tworzy 10 wydziałów i 36 kierunków. Na uczelni studiuje 16870 osób z czego 10332 to studenci studiów stacjonarnych, a 6434 studiów niestacjonarnych [14]. Z kolei Uniwersytet Christiana-Albrechta został utworzony 5 października 1665r. Nazwa tej uczelni wywodzi się od jej założyciela księcia Christiana Albrechta. Jest jedynym uniwersytetem landu Szlezwik-Holsztyn. Obecnie otwartych jest 8 wydziałów. Dane z 2009 roku pokazują, że kształcą się tam 22825 osób [15]. Celem głównym badania było sprawdzenie wiedzy studentów na temat znajomości ekoznaków. Badanie to miało odpowiedzieć na 3 zasadnicze pytania:

1. Jakimi kryteriami „studenci konsumentów” kierują się przy dokonywaniu wyborów produktów?
2. Ile średnio środków finansowych miesięcznie przeznaczają na zakupy?
3. Jak wygląda umiejętność identyfikacji produktów o lepszych parametrach środowiskowych na podstawie umieszczanych na nich ekoznakach?

W badaniach wykorzystano narzędzie w postaci kwestionariusza ankiety. Ankieta została podzielona na trzy części z czego pierwsza dotyczyła kryteriów wyborów konsumenckich. Badani udzielili informacji na jakie czynniki zwracają uwagę przy dokonywaniu wyboru produktu w procesie zakupu oraz jaką kwotę średnio dysponują miesięcznie na cele „zakupowe”. W kolejnej części została sprawdzona wiedza studentów dotycząca ekoznakowania. Umieszczonych było 15 zamkniętych pytań, gdzie były cztery możliwe odpowiedzi do wyboru. Następnie ankietowani odpowiadali na pytania dotyczące wieku, płci, kierunku studiów oraz miejsca zamieszkania.

Tabela 1
Wybrane ekoznaki i ich charakterystyka
Table 1

Selected eco-signs and their characteristics

	Margaretka, symbol ekologiczny – informuje konsumenta, że produkty nie są szkodliwe dla środowiska – tj. spełniają określone kryteria unijne, ustalone w porozumieniu m.in. z przedstawicielami przemysłu, konsumentów, organizacji środowiskowych, handlu i władz publicznych
	Łabędź (Svanen) – wprowadzony został w krajach skandynawskich. Nordycka Etykieta Ekologiczna przyznawana jest od 1989 roku przez Nordic Council of Ministers, czyli stowarzyszenie Ministrów Krajów skandynawskich: Szwecji, Finlandii, Norwegii i Islandii, a od 1997 roku i Danii. Znak ekologiczny łabędzia posiadają produkty przyjazne dla środowiska – zarówno na etapie produkcji, przez użytkowanie i kończąc na utylizacji. Symbol ten mogą otrzymać wyroby papiernicze, sprzęt AGD, sprzęt elektroniczny. Nie obejmuje on natomiast branży spożywczej i farmaceutycznej.
	KRAV – szwedzki znak żywności ekologicznej. Istnieje od 1985 roku. Oznaczenie ekologiczne jest przyznawany przez Związek Plantatorów Upraw Ekologicznych. Produkty ekologiczne oznaczone tym symbolem zostały wytworzone bez użycia sztucznych nawozów i chemicznych środków ochrony roślin.
	Błękitny Anioł – znak ekologiczny ten został wymyślony przez niemieckie Ministerstwo Środowiska. Symbol ekologiczny po raz pierwszy przyznano w 1978 roku. Jest najstarszym oznaczeniem ekologicznym tego typu na świecie. Etykiety ekologiczne można spotkać na produktach różnego rodzaju - od piły mechanicznej, przez zegarki, do komputerów. Pomaga identyfikować ponad 10 tys. produktów. Znak ten jest przyznawany przez jury, które decyduje zgodnie z kryteriami określonymi przez instytucje naukowe i niemieckie ministerstwo środowiska. O przyznaniu ekoznaku decydują m.in. oszczędność w zużyciu energii, wpływ zastosowanych materiałów na środowisko i możliwości przetworzenia produktu.

WYNIKI BADAŃ PORÓWNAWCZYCH

W badaniu wzięło udział 200 studentów z uczelni zielonogórskiej z czego 67% stanowiły kobiety, 77% ankietowanych deklaroowało, że mieszka w mieście 33 na wsi oraz 200 studentów Uniwersytetu z Kiel 49% stanowiły kobiety. Natomiast 93% respondentów pochodziło z miasta 7% ze wsi. Polscy ankietowani studenci na wydatki (zakupy dóbr) prze-

znaczają kwotę w przedziale od 50 do 2000zł z kolei niemieccy od 80€ do 750€ (w przeliczeniu zł tj. od 312 do 2925zł). Polski student średnio przeznaczą na wydatki konsumpcyjne 460,05zł miesięcznie, natomiast niemiecki 313€ miesięcznie tj. w przeliczeniu na złotówki 1220zł, (wg. kursu NBP z dnia 30.03.2011) co pokazuje zdecydowane różnice w posiadanych środkach na cele zakupowe pomiędzy pol-

Tabela 2**Zestawienie porównawcze wyników badania znajomości poszczególnych ekoznaków wśród polskich i niemieckich studentów****Table 2****A comparative summary of the results of investigations into the knowledge of particular eco-signs among Polish and German students**
















Znak	Odpowiedzi					
	Polscy studenci			Niemieccy studenci		
	Poprawne	Błędne	Nie wiem	Poprawne	Błędne	Nie wiem
1. 	94%	5%	1%	92%	6%	2%
2. 	46%	9%	45%	57,5%	30%	12,5%
3. 	19%	19%	62%	29%	8%	63%
4. 	22%	31%	47%	16,5%	45%	38,5%
5. 	23,5%	8%	68,5%	30%	7%	63%
6. 	70,5%	11%	18,5%	40%	34,5%	25,5%
7. 	61,5%	33,5%	5%	26,5%	21,5%	52%
8. 	95,5%	2%	2,5%	54%	23%	23%
9. 	16,5%	33,5%	50%	39%	20%	41%
10. 	23%	24,5%	52,5%	10,5%	31,5%	58%
11. 	21,5%	25%	53,5%	21%	42%	37%
12. 	25%	16,5%	58,5%	18%	27%	55%
13. 	66,5%	11%	22,5%	55,5%	23,5%	21%
14. 	65%	13%	22%	43,5%	51%	5,5%
15. 	89,5%	7%	3,5%	88%	9,5%	2,5%

Tabela 3**Kryteria jakimi kierują się studenci podejmując decyzje o zakupie dowolnego****Table 3****Criteria which are guidelines for students in the process of taking decisions on the purchase of particular goods**

Kryteria	Kryteria wyboru produktów polskich studentów					Kryteria wyboru produktów niemieckich studentów				
	1 - najważniejsze kryterium, 2 - najmniej ważne kryterium					1 - najważniejsze kryterium, 2 - najmniej ważne kryterium				
	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5
Ekonomiczne	38%	25%	23%	9%	5%	48%	26%	18%	6%	2%
Jakościowe	46%	36%	7%	8%	3%	35%	47%	10%	6%	2%
Ekologiczne	5%	10%	15%	29%	41%	11%	12%	50%	22%	5%
Estetyczne	5%	24%	33%	30%	8%	3%	9%	23%	61%	4%
Moda	6%	7%	18%	28%	41%	3%	1%	0%	12%	84%

skim „studentem konsumentem” a niemieckim i zdecydowanie większą „siłę nabywczą” tych drugich.

Spośród ankietowanych nikt nie udzielił poprawnej odpowiedzi na wszystkie 15 pytań. Niemieccy respondenci udzieliли średnio 49% poprawnych odpowiedzi natomiast dla polskich ankietowanych średnia ta wynosiła 42%.

Może to świadczyć o niskiej znajomości znaków ekologicznych, albo wynikać z faktu, iż studenci nie zwracają „dużej uwagi” na to, co znajduje się na opakowaniach produktów, które wybierają. Jednakże aby ustalić przyczyny stosunkowo niewielkiej wiedzy, w tym zakresie należałoby dokonać pogłębionej analizy programów nauczania na „ścieżce” edukacyjnej zarówno polskich jak i niemieckich studentów, pod kątem zawartości w nich treści dotyczących właśnie ekoznakowania. Jednakże, zestawienie porównawcze jasno obrazuje, iż niemieccy studenci mimo wszystko lepiej rozpoznają znaczenie poszczególnych ekoznaków a więc posiadają większą umiejętność identyfikacji za ich pomocą produktów o lepszych parametrach środowiskowych. W 11 przypadkach znakowania ekologicznego uzyskali oni lepszy wynik w postaci większej ilości poprawnych odpowiedzi niż ich polscy koledzy.

Z przeprowadzonych badań dotyczących ekoznakowania można wyciągnąć wnioski, że ważnym elementem wspomagającym promowanie zrównoważonej konsumpcji jest projektowanie czytelnych znaków ekologicznych, na których umieszczone podstawowe są informacje. Nie wszystkie znaki funkcjonujące na rynku spełniają powyższe wymogi o czym świadczą zaprezentowane wyżej wyniki. I tak na przykład analizując konstrukcje znaków, które otrzymały największą ilość odpowiedzi prawidłowych łatwo zauważyć, że posiadają one „zaakcentowaną funkcję informacyjną” jak w przypadku znaku „Energy star” (znak nr 13 w tab. 2) lub ich symbol „wizualizuje” problem środowiskowy do którego dany znak się odnosi (np. znak nr 15 lub 2 z tabeli 2). Logicznie może to ułatwiać identyfikację znaczenia danego symbolu, nawet bez konieczności uczenia się na pamięć informacji jaką „obrazuje” dany symbol.

Analizując tabelę 3, należy zaznaczyć, że wśród ankietowanych z Polski jak i z Niemiec pojawiły się różnice dotyczące wagi poszczególnych kryteriów w procesie podejmowania decyzji o zakupie. Na ich podstawie można stwierdzić, że dla niemieckich studentów najważniejszym kryterium wpływającym na wybór danego dobra jest cena. Na drugim miejscu z niewielką różnicą, wskazali oni jakość. Natomiast dla polskich studentów relacja ta kształtuje się odwrotnie, gdyż najważniejszym kryterium podejmowania decyzji o zakupie jest jakość a drugim pod względem ważności cena. Jednocześnie z punktu widzenia problemu jaki podejmuje niniejszy artykuł niezwykle istotnych informacji dostarcza zestawienie porównawcze wyników dla kryterium ekologicznego. Otóż, niemieccy studenci podejmując decyzje o zakupie dowolnego dobra biorą te kryterium jako trzecie z kolei pod uwagę a w przypadku studentów z Polski jest ono umiejscowione na czwartym miejscu zaraz po walorach estetycznych danego produktu. Ciekawy jest również fakt, iż moda dla obydwu grup studentów jest najmniej istotnym kryterium podejmowania decyzji o zakupie produktów, przy jednoczesnej ponad 100% większej liczbie wskazań przez studentów z Niemiec tego kryterium, jako najmniej istotnego.

PODSUMOWANIE

Zbliżając się do końca rozważań na temat konstrukcji i roli europejskiego systemu ekoznaków w procesie ograniczania zagrożeń przemysłowych należy stwierdzić, że system ten istotnie przyczynia się do ich ograniczania. Efekt ten jest skutkiem starań producentów na drodze do otrzymania ekoznaku, w postaci poprawy relacji ich produktów ze środowiskiem, głównie przez nadawanie im lepszych parametrów środowiskowych. Jednakże, pomimo wysiłków producentów jak i szerokiego spektrum starań ze strony społeczności międzynarodowych europejski system ekoznakowania napotyka na bariery skutecznego funkcjonowania. Przyjmują one postać głównie niskiego poziomu wiedzy wśród konsumentów na temat znaczenia poszczególnych symboli umieszczanych na produktach. Badania przeprowadzone na grupach polskich i niemieckich studentów pokazały to w sposób wyraźny. Zależność tą stwierdzono na podstawie ilości poprawnych odpowiedzi, na temat znaczenia poszczególnych ekoznaków. W przypadku studentów niemieckich było to 49% poprawnych odpowiedzi natomiast dla polskich ankietowanych średnia ta wynosiła 42%. Mimo to studenci niemieccy aż w 11-stu przypadkach ekoznaków na 15-ście umieszczonych w ankiecie uzyskali lepszy wynik (w postaci ilości poprawnych odpowiedzi) co wskazuje na wyższy poziom ich wiedzy na ten temat, w porównaniu z ich polskimi kolegami. Badania pokazały, także że kryterium ekologiczne stanowi ważniejszy czynnik podejmowania decyzji o zakupie dla studentów niemieckich - co nie pozostaje bez znaczenia dla efektywności skutecznego funkcjonowania systemu ekoznakowania i co jednocześnie świadczyć może o wyższym poziomie świadomości ekologicznej studentów niemieckich. Tak więc działania ukierunkowane na stymulowanie popytu na produkty ekologiczne, który mógłby „domknąć system” i dodatkowo zdopingować producentów do powszechniejszego udziału w systemie a przez to dać jeszcze większy efekt w postaci ograniczania zagrożeń z ich strony dla środowiska, powinny być:

- w przypadku niemieckich studentów ukierunkowane przede wszystkim na zwiększenie umiejętności identyfikowania produktów o lepszych parametrach środowiskowych na podstawie umieszczanych na nich symboli,
- natomiast w przypadku polskich studentów oprócz działań ukierunkowanych na poprawę „umiejętności identyfikacyjnych”, także uzupełnione o te formy edukacji, które uczyniłyby kryterium ekologiczne ważniejszym kryterium podejmowania decyzji o zakupie.

Niezwykle istotnym elementem poprawiającym funkcjonowanie tego systemu mogłoby być, także odpowiednie projektowanie poszczególnych ekoznaków, akcentujące funkcję informacyjną tak jak w przypadku znaku „opisanego” Energy star, gdyż taka konstrukcja ekoznaku ułatwia identyfikację jego znaczenia, nawet bez wcześniejszych zabiegów edukacyjnych.

LITERATURA

- [1] Adamczyk W.. Ekologia wyrobów. Polskie Wydawnictwo Ekonomiczne. Warszawa 2004.
- [2] Bernaciak A., Gaczek W.M.: Ekonomiczne aspekty ochrony środowiska. Wyd. AE. Poznań 2002.
- [3] Kowalski Z., Kulczycka J., Góralczyk M.: Ekologiczna ocena cyklu życia procesów wytwórczych (LCA). Wydawnictwo Naukowe PWN. Warszawa 2007 .

- [4] Kramer M., Strebel H., Buzek L.: Międzynarodowe zarządzanie środowiskiem, t.3. Warszawa 2005.
- [5] Papuziński A. (red.): Zrównoważony rozwój od utopii do praw człowieka. Oficyna Wydawnicza Branta. Bydgoszcz 2005, s. 9.
- [6] Pondel H.: Wykorzystanie koncepcji ekomarketingu w rynkowej walce o klienta. Zeszyty naukowe gnieźnieńskiej wyższej szkoły humanistyczno - menedżerskiej „Milenium”. Nr 1, 2007.
- [7] Poskrobko B., Poskrobko T., Skiba K.: Ochrona Biosfery. Polskie Wydawnictwo Ekonomiczne. Warszawa 2007 s. 33.
- [8] Rozporządzenia (WE) nr 66/2010 Parlamentu Europejskiego i Rady z dnia 25 listopada 2009 r. w sprawie oznakowania ekologicznego UE.
- [9] Strategia wdrażania w Polsce zintegrowanej polityki produktowej. Ministerstwo Środowiska Warszawa 2005 r.
- [10] Zaremba S. (red.): Marketing ekologiczny. Wyd. AE. Wrocław 2004, s. 109.
- [11] <http://www.pcbc.gov.pl>
- [12] <http://zieloneznaki.pl>
- [13] <http://znaki.ekologia.pl>
- [14] http://www.uz.zgora.pl/pl/uczelnia_pl.html
- [15] <http://www.uni-kiel.de/>

Maciej Gawron
Emilia Kitta
Arkadiusz Zagajewski
Koło Naukowe Eko-Zarządzania Uniwersytetu Zielonogórskiego
Wydział Ekonomii i Zarządzania
Uniwersytet Zielonogórski
ul. Podgórna 50, 65-246 Zielona Góra
e-mail: biuro@e-system24.pl
Arthur Shageev
Uniwersytet im. Christiana-Albrechta w Kiel