

Lucyna Witek

Politechnika Rzeszowska

Ekoetykietowanie i jego rola w rozwoju zachowań nabywczych na rynku produktów ekologicznych

- supported by
- **Visegrad Fund**
-
-

Konferencja jest finansowana w ramach projektu: Innowacje w gospodarce o obiegu zamkniętym – etykiety i deklaracje środowiskowe (nr: 21920002)

Projekt jest współfinansowany przez Rządy Czech, Węgier, Polski i Słowacji poprzez Granty Wyszehradzkie z Międzynarodowego Funduszu Wyszehradzkiego. Misją funduszu jest promowanie pomysłów na zrównoważoną współpracę regionalną w Europie Środkowej



CEL REFERATU

- 🌐 **Jaka jest wiedza konsumentów na temat oznakowania produktów ekologicznych?**
- 🌐 **Jakie warunki muszą być spełnione, aby ekoetykietowanie było skutecznym narzędziem oddziaływania na nabywców?**
- 🌐 **Jakie rodzi to implikacje dla marketingu?**

METODA BADANIA

Analiza badań wtórnych

znajomość znaków ekologicznych, postawy konsumentów wobec produktów ekologicznych, determinanty i bariery zakupu produktów ekologicznych

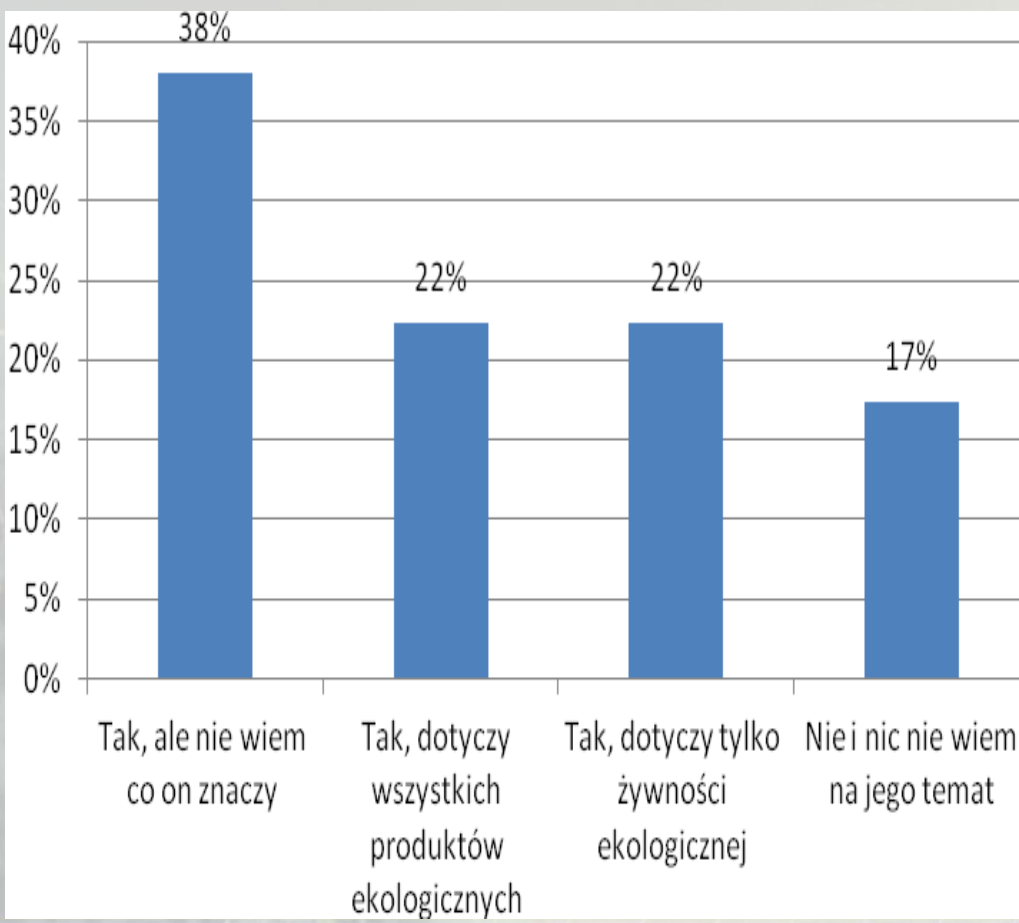
Badanie ankietowe

jednorazowe, przeprowadzone na ogólnopolskiej próbie konsumentów, metodą CAWI, 6.12.2018 do 6.01.2019, próba – 650, ekologiczne produkty żywnościowe i nieżywnościowe



WYNIKI BADAŃ

Znajomość unijnego logo żywności ekologicznej



Źródło: Wyniki badań własnych.

Wyniki badania

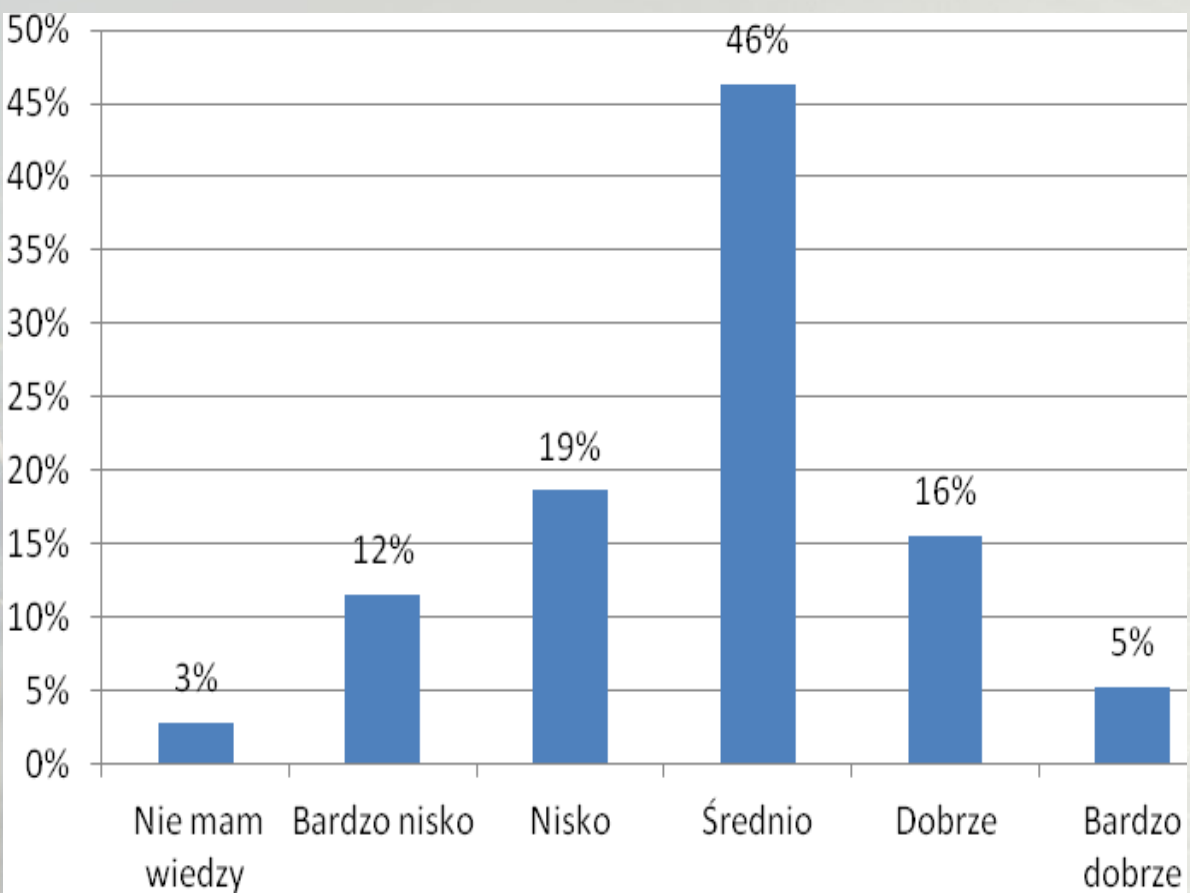
Deklaracje badanych w odniesieniu do wiedzy i umiejętności identyfikacji produktów ekologicznych w (%)

Stwierdzenia	Nie zgadzam się			Zgadzam się			
	1 - całkowicie się nie zgadzam	2 - nie zgadzam się	3 - raczej się nie zgadzam	4 - nie mam zdania	5 - raczej się zgadzam	6 - zgadzam się	7 - całkowicie się zgadzam
Produkty ekologiczne są dobrze oznakowane	5,2	11,2	18,6	29,6	18,5	10,3	6,6
Wiem, jak odróżnić produkty ekologiczne od innych produktów	2,8	6	13,2	22,3	25,8	17,1	12,8
Rozumiem zwroty i symbole ekologiczne na opakowaniu produktu	6,8	12,6	16,8	19,7	20,5	14,5	9,1

Źródło: Wyniki badań własnych.

WYNIKI BADAŃ

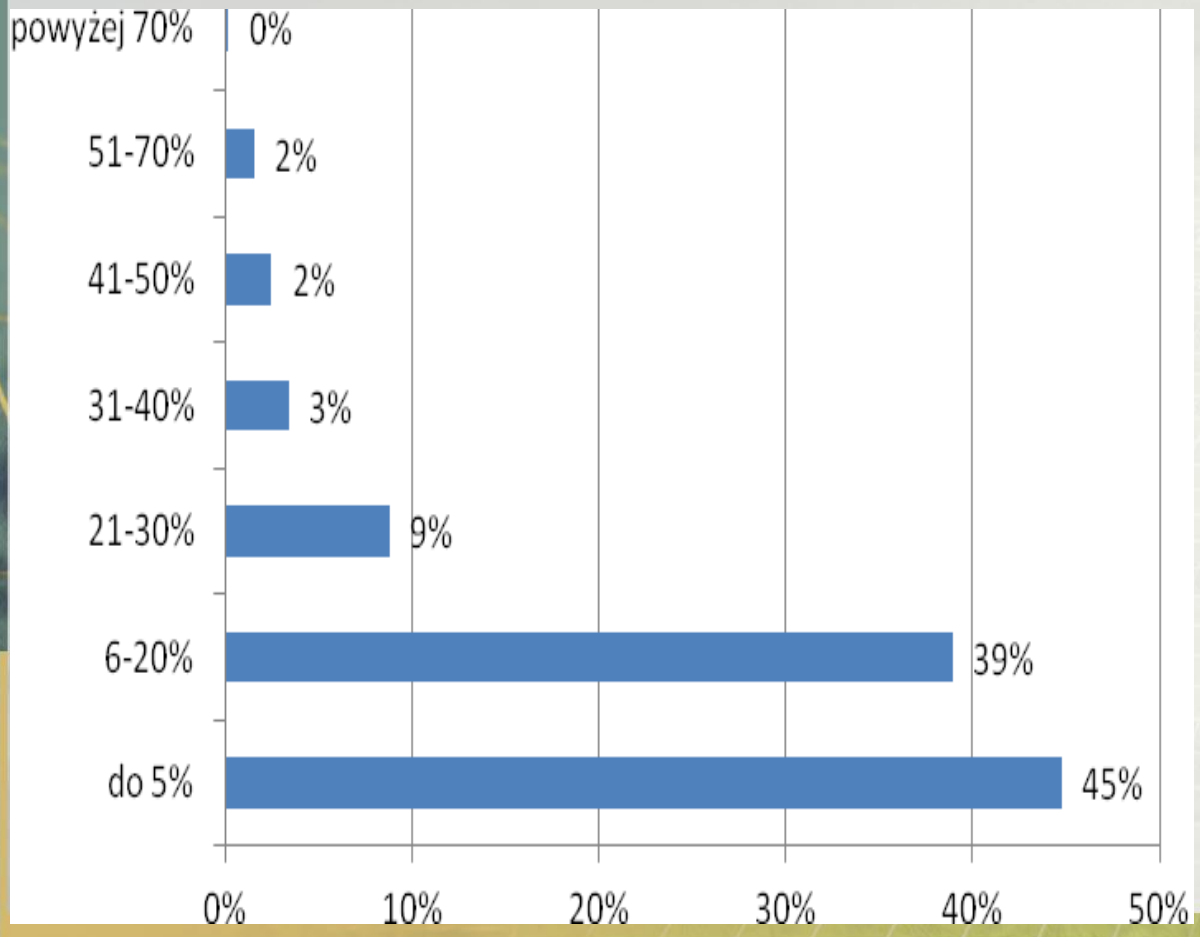
Subiektywna ocena wiedzy konsumentów na temat produktów ekologicznych



Źródło: Wyniki badań własnych.

WYNIKI BADANIA

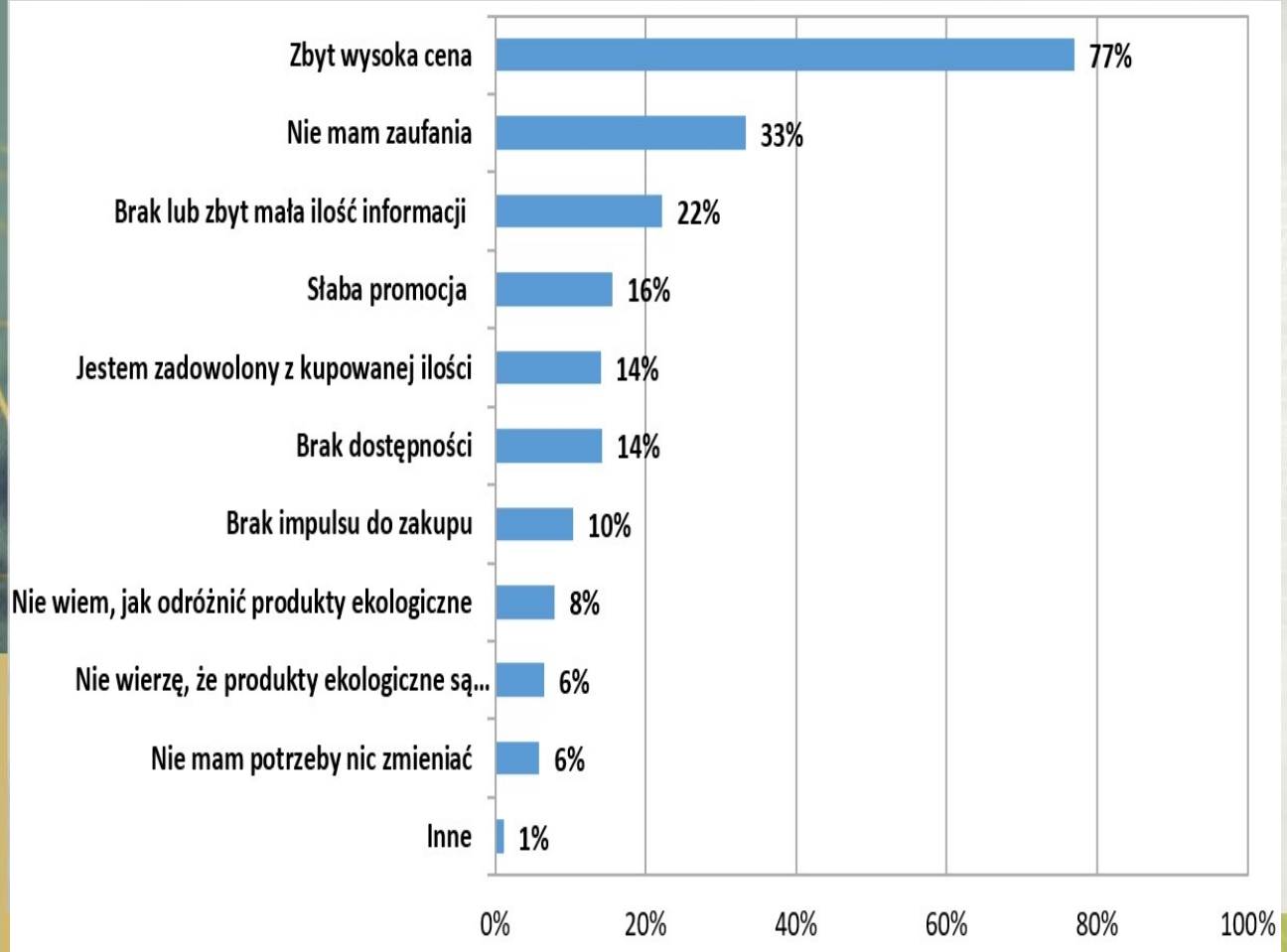
Gotowość do płacenia wyższych cen za proszki do prania przyjazny środowisku



Źródło: Wyniki badań własnych.

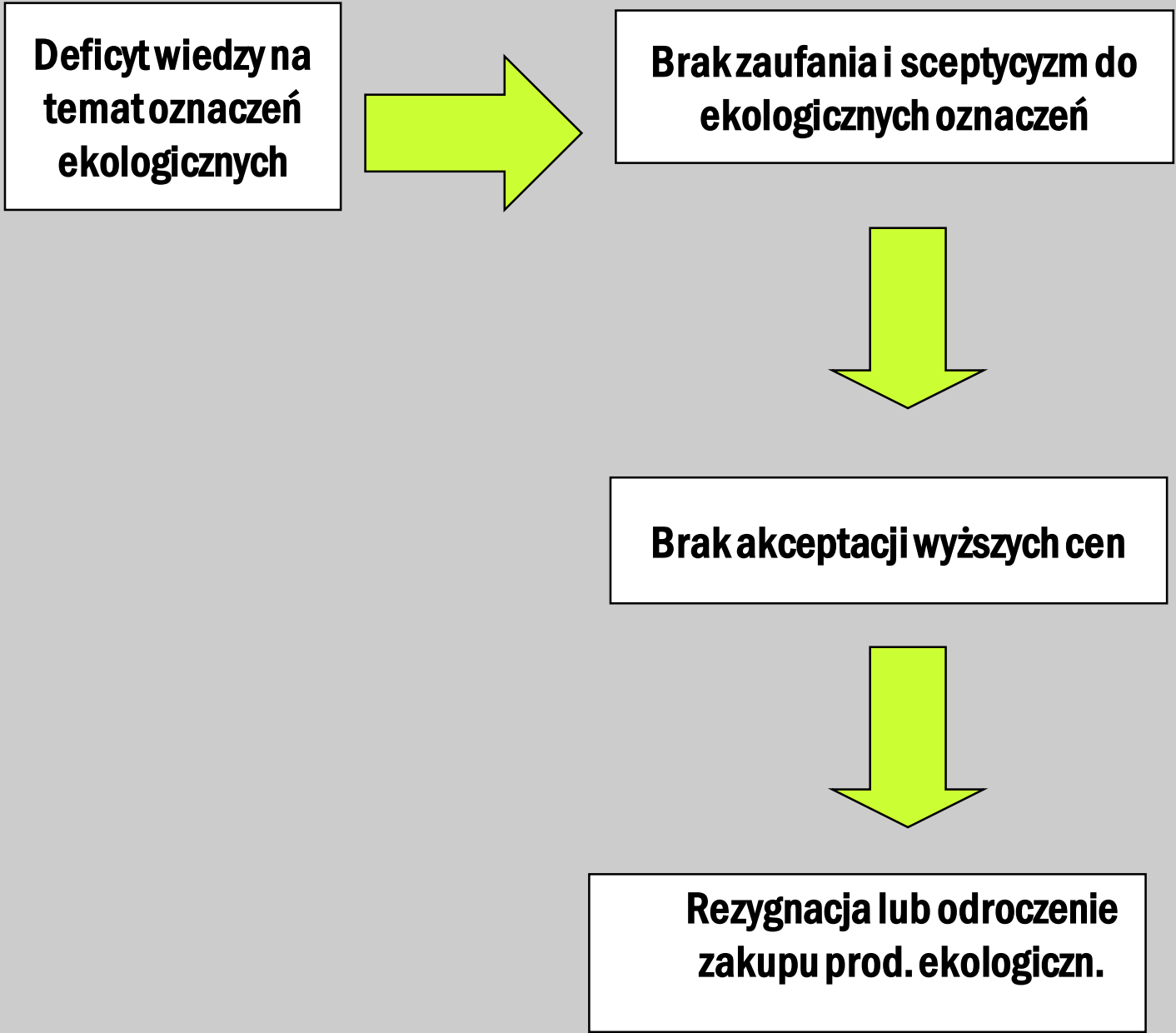
WYNIKI BADAŃ

Bariery nabywania certyfikowanych produktów ekologicznych

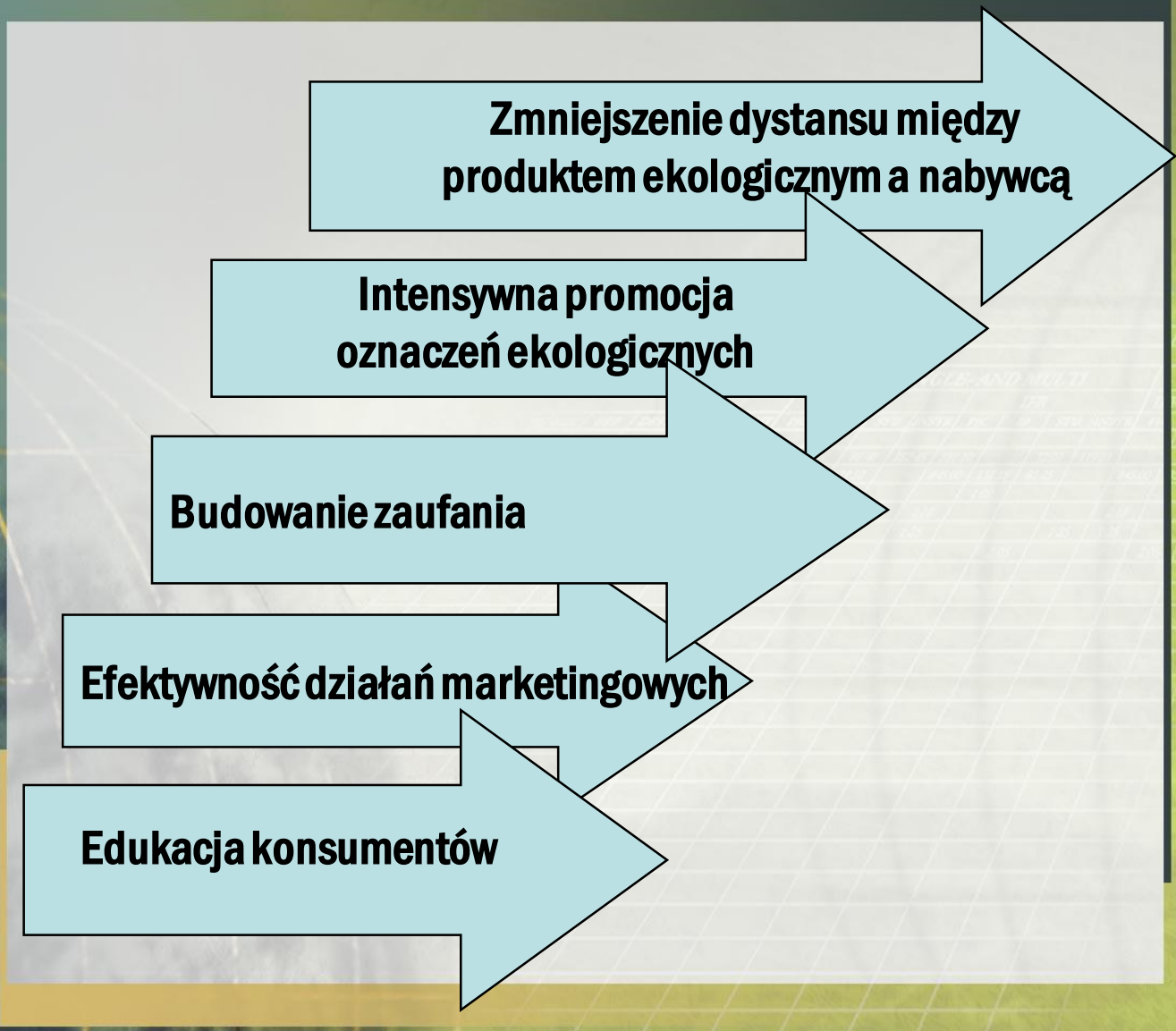


Źródło: Wyniki badań własnych.

WNIOSKI Z BADAŃ

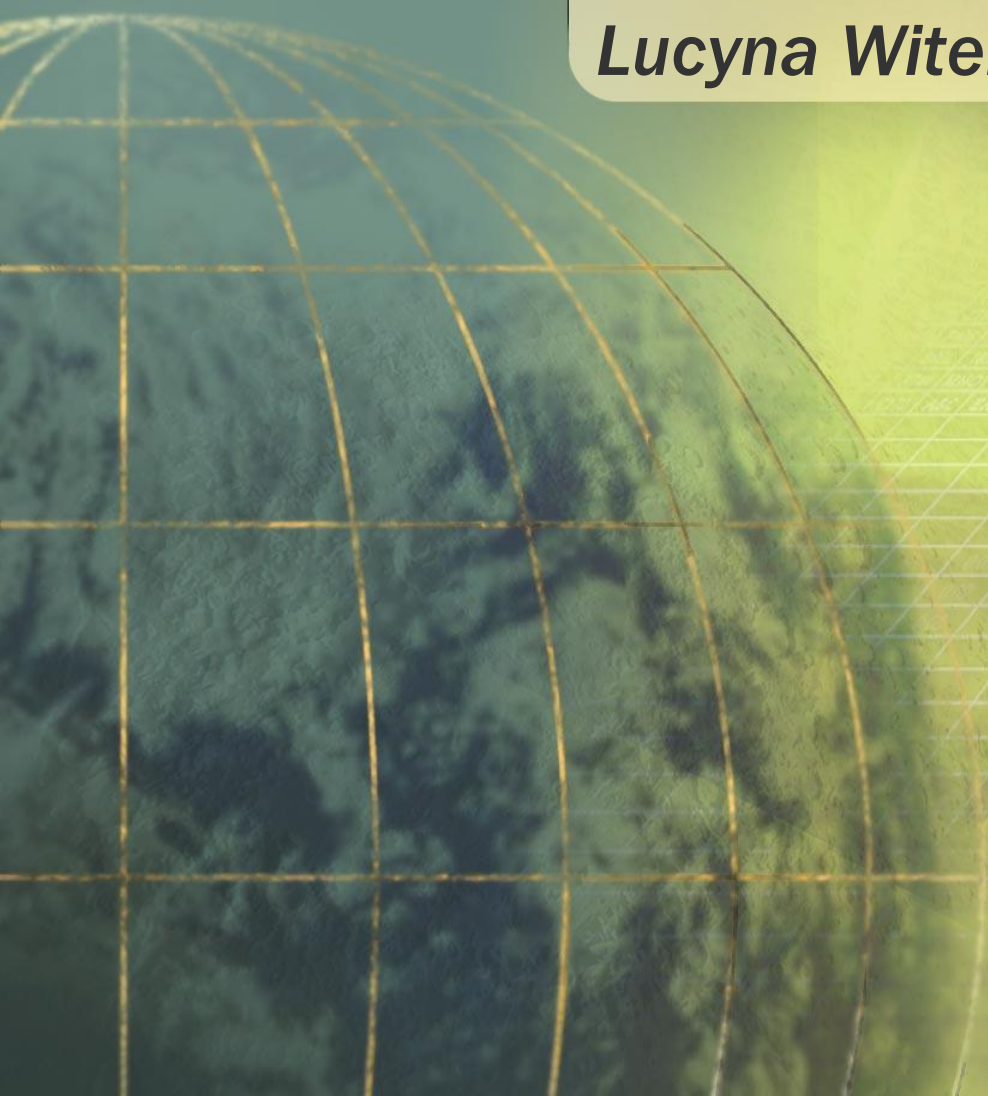


PODSUMOWANIE



Dziękuję za uwagę

Lucyna Witek, lgarbacz@prz.edu.pl



SINGLE-AND MULTI															MULTI ONE		
															VFR	VFR	VFR
REF	REF	DOT	TOTAL	NGHT	PIC	IP	STW	INSTR	PIC	IP	STW	INSTR	PIC	STW	PIC	STW	PIC
			154.21	81.11	154.21	20.0	212.45	350.50		20.0	212.45	350.50					
			100.33	55.85	21.45	20.50		140.00	150.35	40.25			545.00	81.25	21.45	20.50	
									1.00								
									2.10					2.10			
									1.25					1.25			
										2.05				2.05			