

Jednotematyczne badania świadomości i zachowań ekologicznych mieszkańców Polski

# Gospodarka odpadami

## Raport z badania

LISTOPAD 2019

Opracowane dla **Ministerstwa  
Środowiska** przez **DANAE sp. z o.o.**



MINISTERSTWO  
ŚRODOWISKA

4

POSTAWOWE INFORMACJE

7

CHARAKTERYSTYKA PRÓBY

11

WYNIKI BADANIA

11

ODPADY GENEROWANE W GOSPODARSTWIE DOMOWYM

26

PLASTIK

41

TOREBKI FOLIOWE

# PODSTAWOWE INFORMACJE

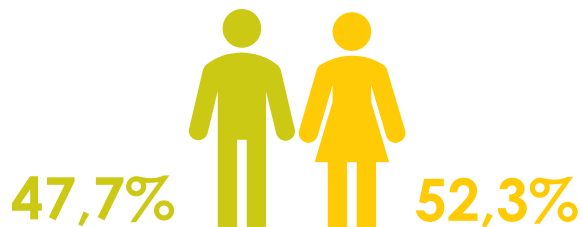
<b>CEL BADANIA</b>	Poznanie stanu wiedzy, poziomu świadomości i postaw mieszkańców Polski względem gospodarki odpadami
<b>ZAMAWIAJĄCY</b>	Ministerstwo Środowiska
<b>WYKONAWCA</b>	DANAE Sp. z o.o.
<b>TERMIN REALIZACJI</b>	październik-listopad 2019
<b>TECHNIKA</b>	CATI
<b>PRÓBA</b>	N=1 000
<b>LOKALIZACJA</b>	badanie ogólnopolskie

Badanie zrealizowano techniką CATI, która jest metodą zbierania danych, polegającą na przeprowadzeniu wywiadu z respondentem przy użyciu urządzeń mobilnych (tj. laptop, palmtop), na których zapisywane są udzielone odpowiedzi. Przebadana próba jest reprezentatywna ze względu na zmienne demograficzne: **pleć, wiek i miejsce zamieszkania** (wielkość miejscowości i województwo). Maksymalny błąd szacowania dla próby losowej liczącej 1000 osób wynosi +/- 4%.

- Podstawą procentowania jest liczba osób odpowiadających na dane pytanie – informacje zawarte są w dolnej części slajdu (N).
- W celu utrzymania maksymalnej przejrzystości i czytelności na slajdach zastosowano wartości procentowe zaokrąglone do jednego miejsca po przecinku, stąd też w pewnych sytuacjach odsetki poszczególnych odpowiedzi nie sumują się do 100,0%, a do 99,9% czy 101,0%. Na wykresach kołowych i słupkowych przy wartościach nie uwzględniono znaku „%”, informacje o formacie danych znajdują się w dolnej części slajdu.
- W górnej części slajdów, pod pytaniami, znajdują się adnotacje na temat możliwej do wyboru przez respondentów liczby odpowiedzi (pytanie wielokrotnego wyboru/pytanie jednokrotnego wyboru). W niektórych pytaniach liczba możliwych do wybrania odpowiedzi była określona, wówczas taka informacja znajduje się w treści pytania.
- W przypadku przełamań dotyczących dochodu nie przedstawiono odpowiedzi „odmowa odpowiedzi”.
- W raporcie przedstawiono najbardziej istotne przełamania pytań przez zmienne społeczno-demograficzne respondentów. Na wykresach i w tabelach różnice istotne statystycznie zostały zakreślone oraz pogrubione.

# CHARAKTERYSTYKA PRÓBY

## PŁEĆ



## WYKSZTAŁCENIE

3,3%



podstawowe  
i gimnazjalne

30,2%



zasadnicze  
zawodowe

51,6%



średnie  
i pomaturalne

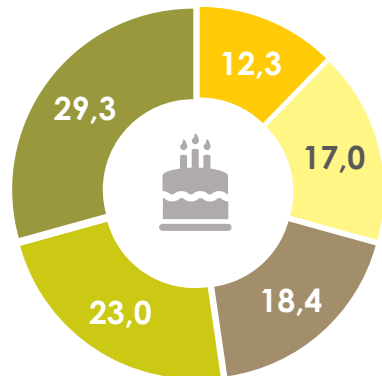
14,9%



wyższe  
(licencjat,  
magister)

## WIEK

- 15-24 lat
- 25-34 lat
- 35-44 lat
- 45-59 lat
- 60 lat i więcej



## WIELKOŚĆ MIEJSCOWOŚCI ZAMIESZKANIA



38,8%

wieś



24,3%

miasto  
do 50 tys.



16,5%

miasto  
50-200 tys.



8,8%

miasto  
200-500 tys.



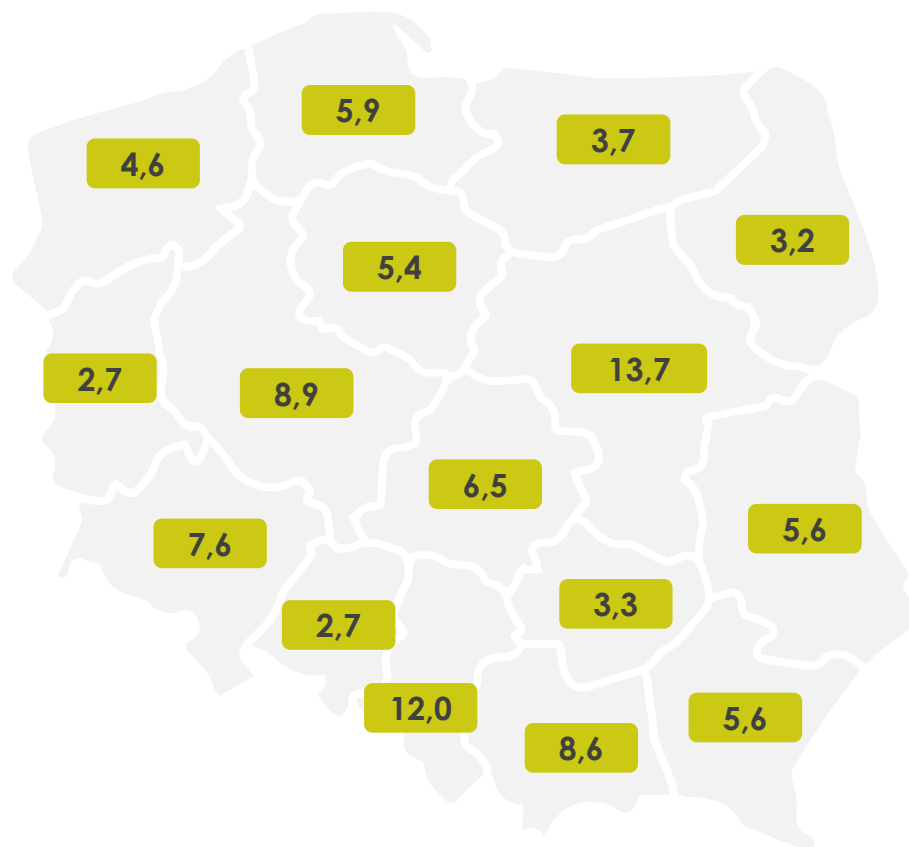
11,6%

miasto  
pow. 500  
tys.

dane w %

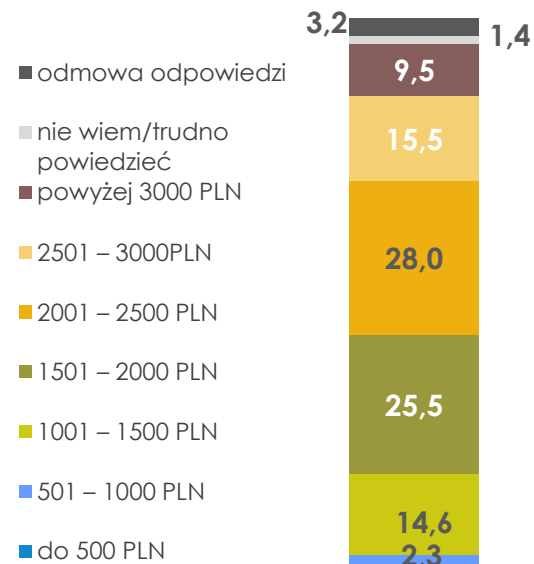


## WOJEWÓDZTWO



dane w %

## DOCHÓD NA JEDNEGO CZŁONKA RODZINY



## RODZAJ ZABUDOWY



**44,8%**

dom jedno-  
dwurodzinny  
wolnostojący lub  
stykający



**55,2%**

dom  
wielorodzinny:  
blok lub  
kamienica

# CHARAKTERYSTYKA PRÓBY

- W badaniu udział wzięło łącznie 1000 respondentów, z czego 52,3% stanowiły kobiety, natomiast 47,7% mężczyźni.
- Najliczniejszą grupę stanowili respondenci w wieku 60 lat i więcej (29,3%) oraz 45-59 lat (23,0%), nieco mniej odnotowano osób w wieku 35-44 lata i 25-34 lata. Najmniej liczną grupę stanowiły osoby młode (15-24 r.ż.: 12,3%).
- Pod względem wykształcenia w badaniu udział wzięło 51,6% respondentów z wykształceniem średnim i pomaturalnym, 30,2% z zasadniczym zawodowym, a także 14,9% z wyższym. Najmniej liczną grupę stanowiły osoby z wykształceniem podstawowym i gimnazjalnym (3,3%).
- Przedstawiciele wsi stanowili 38,8% wszystkich badanych, natomiast miast 61,2%.
- Analiza miejsc zamieszkania respondentów wskazała, że najliczniejszą grupę stanowili mieszkańcy województwa mazowieckiego (13,7%), a następnie śląskiego (12,0%).
- Analiza wysokości miesięcznych dochodów netto, przypadających na jednego członka gospodarstwa domowego respondenta, wskazała, że najczęściej dochody badanych mieściły się w przedziale 2 001– 2 500 PLN (28,0%). Drugą pod względem częstości wskazania kategorią dochodów były dochody w przedziale 1 501 – 2 000 PLN (25,5%).



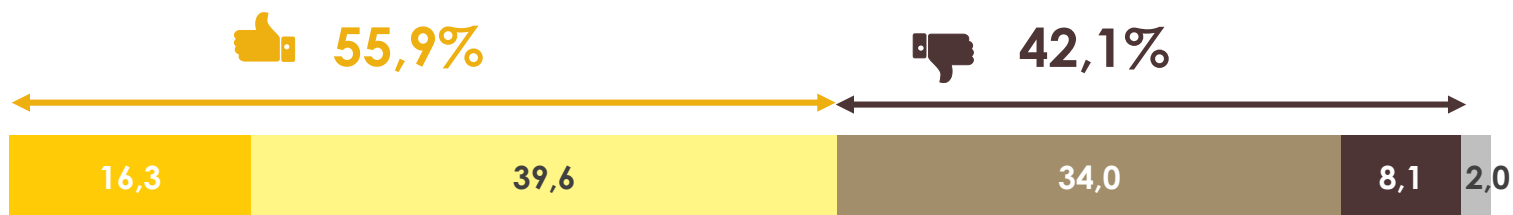
# WYNIKI BADANIA

# ODPADY GENEROWANE W GOSPODARSTWIE DOMOWYM

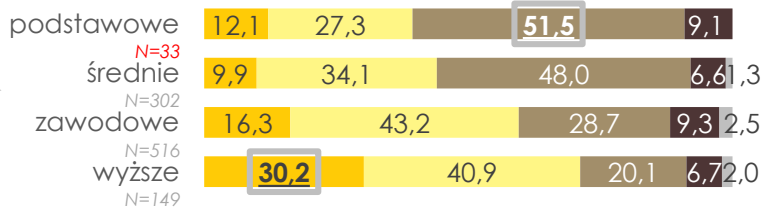
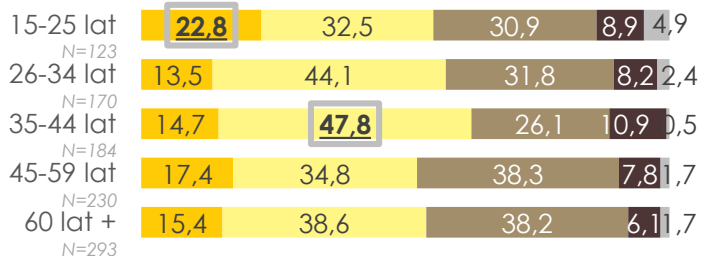
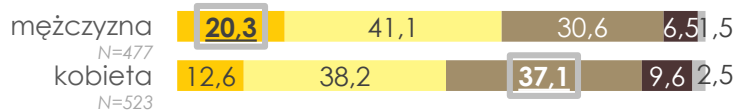
## WYNIKI BADANIA

# P1. Czy podejmuje Pan(i) działania mające na celu zmniejszenie ilości generowanych przez siebie w domu odpadów?

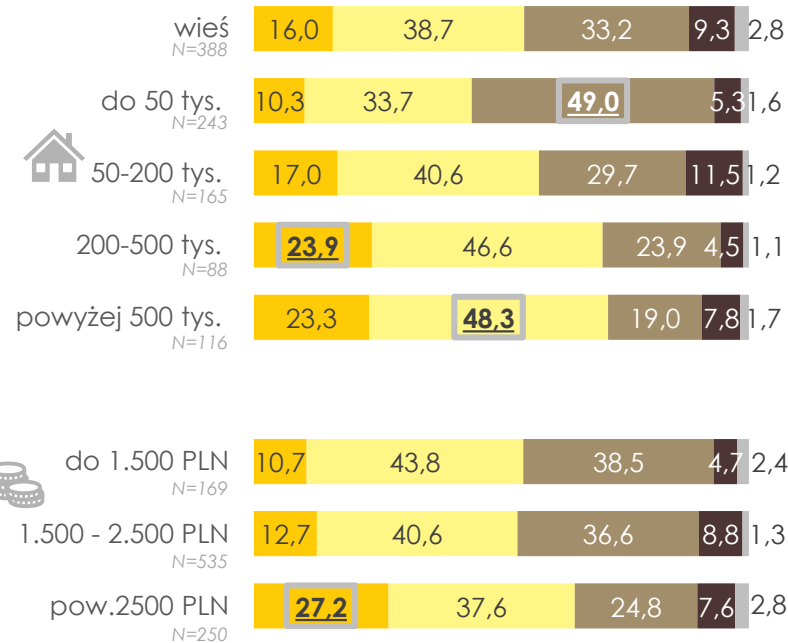
Pytanie jednokrotnego wyboru



■ zdecydowanie tak  
 ■ raczej tak  
 ■ raczej nie  
 ■ zdecydowanie nie  
 ■ nie wiem/trudno powiedzieć



dane w %  
 Podstawa: Polacy w wieku 15+, N=1000



## P2. Jaki jest główny powód, dla którego nie podejmuje Pan(i) działań mających na celu zmniejszenie ilości generowanych odpadów?

Pytanie jednokrotnego wyboru

■ zdecydowanie tak ■ raczej tak ■ raczej nie ■ zdecydowanie nie ■ nie wiem/trudno powiedzieć



← 42,1% →  
niepodejmujący działań mających na celu zmniejszenie ilości generowanych przez siebie w domu odpadów  
N=441

33,3%



nie wiem jak mogę zredukować ilość odpadów

27,7%



nie jest to dla mnie ważne

23,1%



uważam, że poziom wytwarzanych przeze mnie odpadów jest na minimalnym poziomie

8,4%



wymaga to zbyt dużo czasu

7,5%



wiąże się to ze zbyt wysokimi kosztami

dane w %  
Podstawa: Osoby niepodjmujące działań mających na celu zmniejszenie ilości generowanych przez siebie odpadów (wskazania negatywne w P1), N=441

## P2. Jaki jest główny powód, dla którego nie podejmuje Pan(i) działań mających na celu zmniejszenie ilości generowanych odpadów?

Pytanie jednokrotnego wyboru

TOP 3



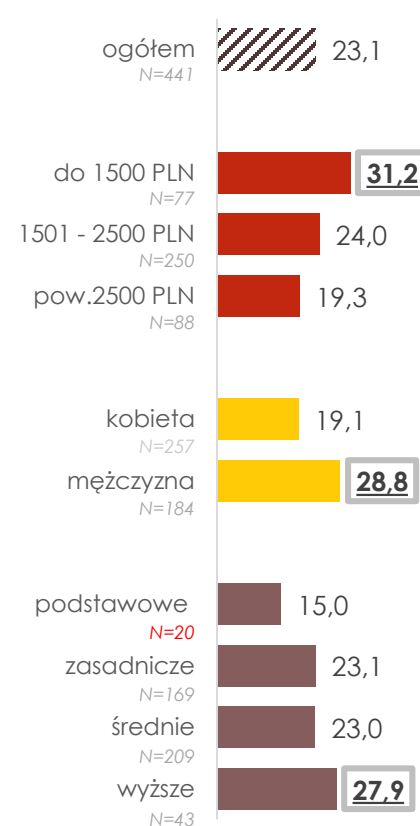
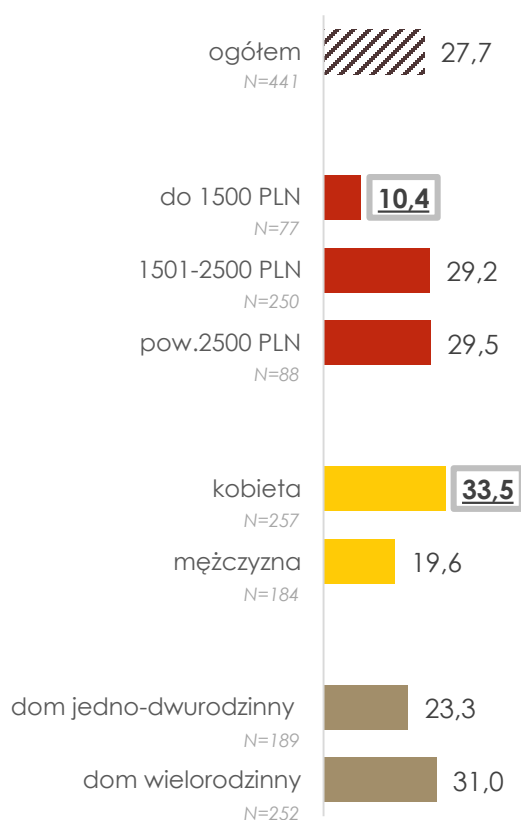
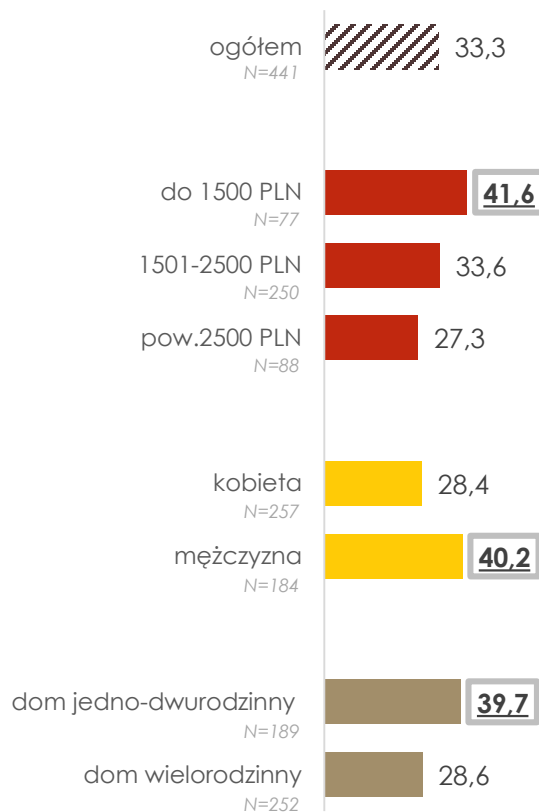
nie wiem jak mogę zredukować ilość odpadów



nie jest to dla mnie ważne



uważam, że poziom wytwarzanych przeze mnie odpadów jest na minimalnym poziomie



dane w %

# OPIS WYNIKÓW

Ponad połowa Polaków (55,9%) deklaruje, że **podejmuje działania mające na celu zmniejszenie ilości generowanych przez siebie odpadów**. Jednocześnie 42,1% jest przeciwnego zdania.

Okazuje się, że działania tego typu nieco częściej podejmują kobiety, ale również osoby młode (15-25 lat) i w średnim wieku (47,8%). Świadomość konieczności ograniczania ilości wytwarzanych odpadów wzrasta również z posiadanym wykształceniem (wskazania pozytywne wśród osób z wykształceniem podstawowym 39,4% vs wyższym 51,1%).

Wyniki różnicują się również w przypadku wielkości miejscowości zamieszkania. Z przeprowadzonych badań wynika bowiem, że działania tego typu podejmują istotnie częściej mieszkańcy dużych miast (pow.100 tys.) niż małych i terenów wiejskich. Najwyższy odsetek wskazań negatywnych odnotowano wśród mieszkańców małych miast do 50 tys. mieszkańców (54,3%). Różnice uwidaczniają się także w przypadku dochodu na jednego członka rodziny – czym wyższy poziom dochodów tym większa liczba wskazań skrajnie pozytywnych (odsetek zdecydowanie tak wśród osób z dochodem do 1500PLN 10,7% vs pow. 2500PLN 27,2%). Wyniki nie różnicują się natomiast na rodzaj zamieszkiwanego budynku.

Osoby niepodejmujące działań mających na celu zmniejszenie ilości generowanych odpadów dopytano o ich przyczynę. Co trzeci Polak **nie ma wiedzy na temat tego jak mógłby zredukować ilość odpadów** (33,3%).

Niewiele mniej deklaruje, że ograniczanie ilości wytwarzanych przez siebie odpadów **nie jest dla nich ważne** (27,7%). Co istotne blisko co czwarty badany jest zdania, że **poziom wytwarzanych przez niego odpadów jest już na minimalnym poziomie** (23,1%). Argumentami wskazywanymi zdecydowanie rzadziej był brak czasu i zbyt wysokie koszty.



# OPIS WYNIKÓW

Zauważyć należy, że **brak wiedzy na temat tego jak można zredukować ilość wytwarzanych odpadów** towarzyszy istotnie częściej respondentom z najniższym dochodem netto na członka gospodarstwa domowego (do 1500 PLN 41,6% vs pow. 2500 PLN 27,3%), a także mężczyznom (40,2% vs 28,4%). Znaczenie w tym kontekście ma również rodzaj zabudowy – jak wynika z deklaracji brak pomysłów na zredukowanie odpadów towarzyszy znacznie częściej respondentom zamieszkującym domy jedno-dwurodzinne niż wielorodzinne (bloki, kamienice).

Argument dotyczący **małej ważności tego typu działań** wzrasta natomiast wraz z dochodem (do 1500 PLN 10,4% vs pow. 2500 PLN 29,5%), a także towarzyszy częściej kobietom (33,5% vs 19,6%). W przypadku przekonania dotyczącego **wytwarzania minimalnej ilości odpadów** zauważalny jest spadek wskazań wraz ze wzrostem dochodu respondentów, odwrotną tendencję zaobserwowano natomiast w odniesieniu do wykształcenia (czym wyższe tym większy odsetek wskazań). Powód ten różnicuje istotnie również płeć – przekonanie o niskim poziomie wytwarzanych odpadów zdecydowanie częściej towarzyszy mężczyznom (28,8% vs 19,1%).

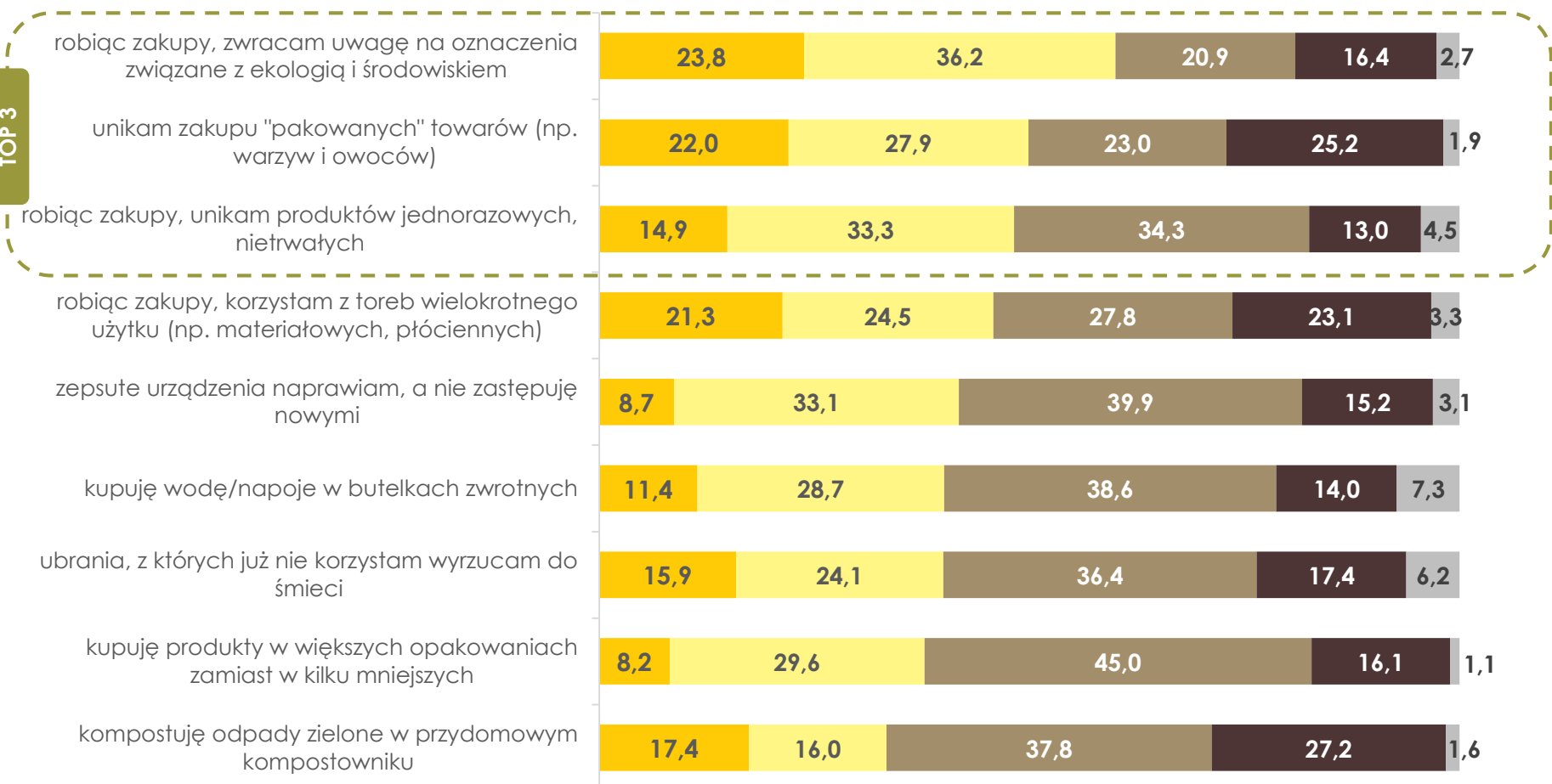
Warto dodać, że brak czasu na podejmowanie tego typu działań częściej deklarowany jest przez kobiety oraz osoby do 44 r.ż., natomiast argument zbyt wysokich kosztów wskazywany był nieco częściej przez mieszkańców średnich miast (50-200 tys.).

### P3. Proszę powiedzieć na ile zgadza się Pan(i) z następującymi stwierdzeniami:

Pytanie jednokrotnego wyboru (dla każdego itemu)

■ zdecydowanie tak  
 ■ raczej tak  
 ■ raczej nie  
 ■ zdecydowanie nie  
 ■ trudno powiedzieć

TOP 3



dane w %  
Podstawa: Polacy w wieku 15+, N=1000

### P3. Proszę powiedzieć na ile zgadza się Pan(i) z następującymi stwierdzeniami:

Pytanie jednokrotnego wyboru (dla każdego itemu)

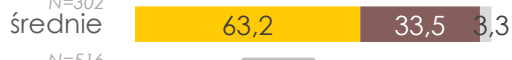
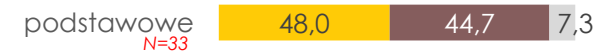
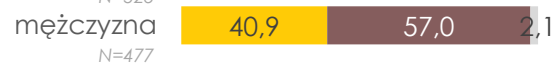
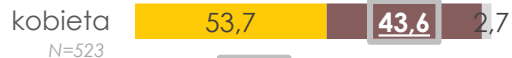
TOP 3

■ **tak** („zdecydowanie tak” i raczej tak”)
 ■ **nie** („zdecydowanie nie” i raczej nie”)
 ■ **trudno powiedzieć**

**robiąc zakupy, zwracam uwagę na oznaczenia związane z ekologią i środowiskiem**

**unikam zakupu „pakowanych” towarów (np. warzyw i owoców)**

**robiąc zakupy unikam produktów jednorazowych, nietrwałych**



dane w %

# OPIS WYNIKÓW

60% Polaków (suma wskazań „zdecydowanie tak” i „raczej tak”) podczas robienia zakupów, zwraca uwagę na **oznaczenia związane z ekologią i środowiskiem**, a niemalże połowa (49,9%) stara się **nie kupować „pakowanych” towarów** (np. warzyw i owoców). Zbliżony odsetek (48,2%) **unika również produktów jednorazowych/nietrwałych** oraz deklaruje **korzystanie z toreb wielokrotnego użytku**. Stosunkowo często podejmowanym działaniem jest także naprawianie zepsutych urządzeń, zamiast zastępowania ich nowymi oraz kupowanie wody i napoi w butelkach zwrotnych. Warto jednakże zwrócić uwagę, iż ok 40% Polaków wskazało, że wyrzuca ubrania, z których już nie korzysta do śmieci. Najbardziej podejmowanym działaniem jest kompostowanie odpadów zielonych, co wynika przede wszystkim z rodzaju zabudowy, w której zamieszkują respondenci (zdecydowanie częściej działaniem to podejmują osoby zamieszkujące domy jedno- i dwurodzinne).

Co ciekawe, zwracanie uwagi na **oznaczenia związane z ekologią i środowiskiem** jest domeną mężczyzn (66,9% vs 53,7%), a także osób z wyższym wykształceniem (80,5%). Tendencja do zwracania uwagi na tego typu oznaczenia jest pozytywnie skorelowana również z wielkością miejscowości. Częściej zakupu **„pakowanych” towarów** (np. warzyw i owoców) unikają natomiast kobiety (58,1% vs 40,9%), a także mieszkańcy wsi (57%) i osoby z niskim dochodem tj. do 1500 PLN. Podobnie jak powyżej, **unikanie zakupu produktów jednorazowych, nietrwałych** częściej deklarują kobiety (53,2% vs 42,8%), mieszkańcy miast o wielkości 200-500 tys. mieszkańców (56,8% vs 41,4%) oraz osoby z wykształceniem zawodowym (61,8%). Warto nadmienić, że **skłonność do kupowania produktów w większych opakowaniach** zamiast kilku mniejszych maleje wraz z posiadany dochodem, a także wielkością zamieszkiwanej miejscowości. Z kolei **użytkowanie toreb wielokrotnego użytku** to głównie domena osób z wyższym wykształceniem oraz osób młodych do 34 r.ż. Co ciekawe **wyrzucanie ubrań**, z których już się nie korzysta zdecydowanie częściej deklarowane jest przez respondentów z najniższym stopniem wykształcenia.

## P4. Proszę wskazać jak najczęściej Pan(i) postępuje z niepotrzebnymi lub zepsutymi przedmiotami/rzeczami w swoim domu?

Pytanie jednokrotnego wyboru (dla każdego itemu)

pozytywne wskazania

■ tak ■ nie



przekazuje sprawne/dobre rzeczy innym osobom lub instytucjom

52,6

47,4



wyrzucam

48,4

51,6



naprawiam rzeczy w punktach napraw

36,5

63,5



powtórnie wykorzystuje posiadane przedmioty

34,5

65,2



wymieniam/sprzedaję rzeczy używane

32,7

67,3



PSZOK

oddaje do sklepu lub do PSZOK

31,2

68,8

dane w %  
Podstawa: Polacy w wieku 15+, N=1000

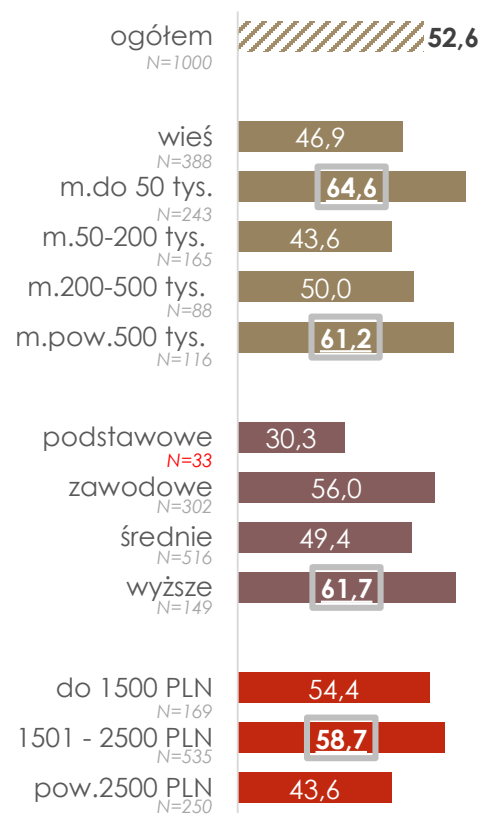
## P4. Proszę wskazać jak najczęściej Pan(i) postępuje z niepotrzebnymi lub zepsutymi przedmiotami/rzeczami w swoim domu?

Pytanie jednokrotnego wyboru (dla każdego itemu)

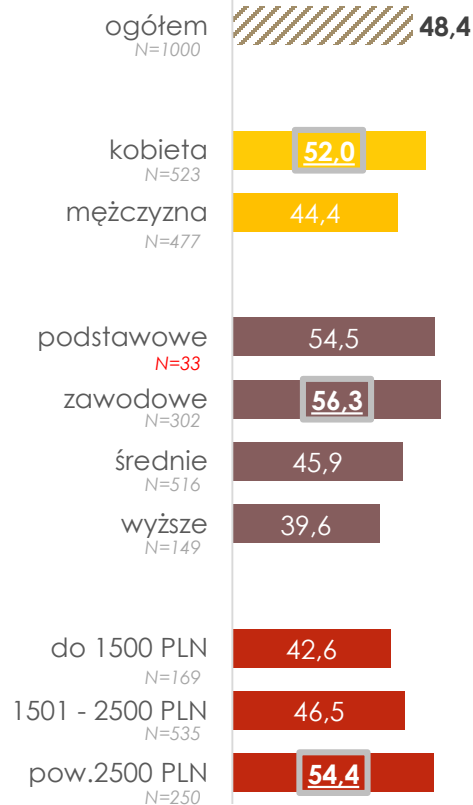
### TOP 3 – pozytywne wskazania



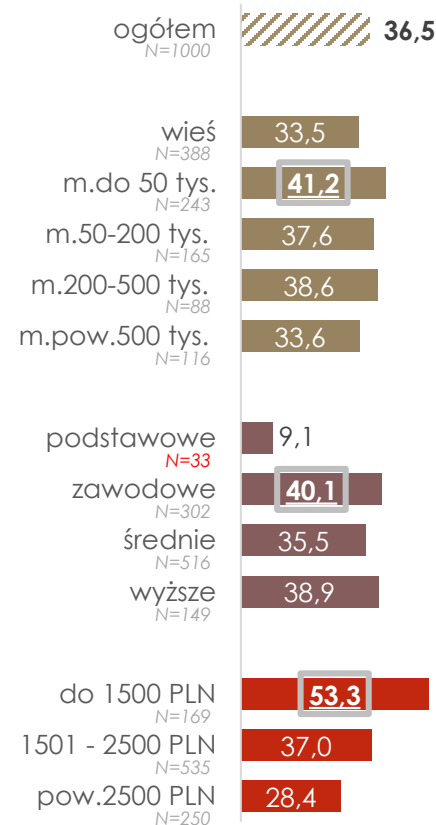
przekazuje sprawne/dobre rzeczy innym osobom lub instytucjom



wyrzucam



naprawiam rzeczy w punktach napraw



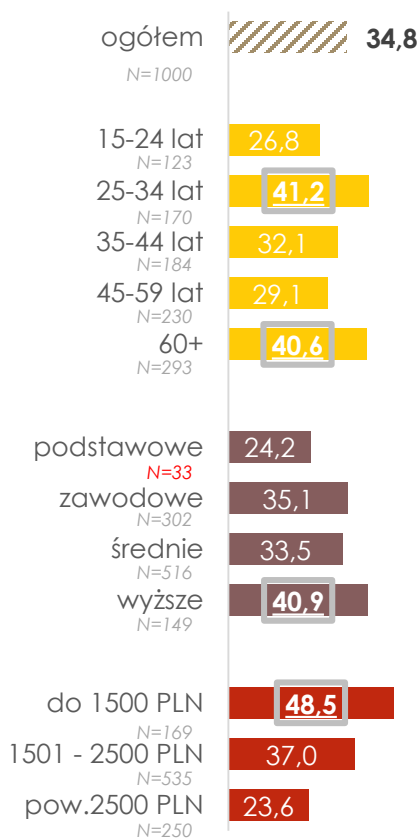
dane w %

## P4. Proszę wskazać jak najczęściej Pan(i) postępuje z niepotrzebnymi lub zepsutymi przedmiotami/rzeczami w swoim domu?

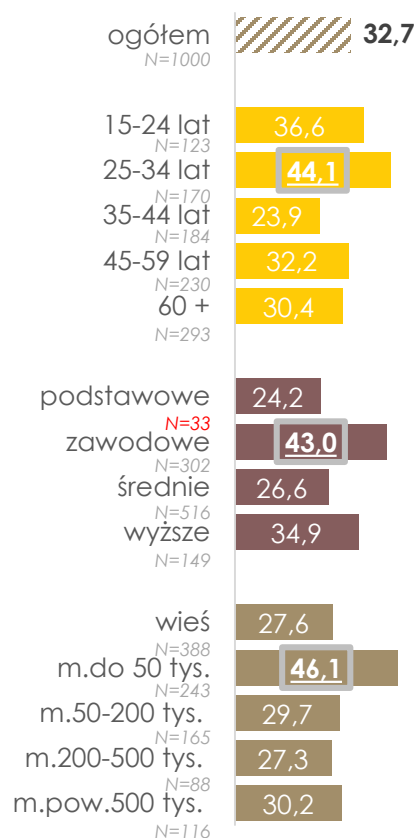
Pytanie jednokrotnego wyboru (dla każdego itemu)



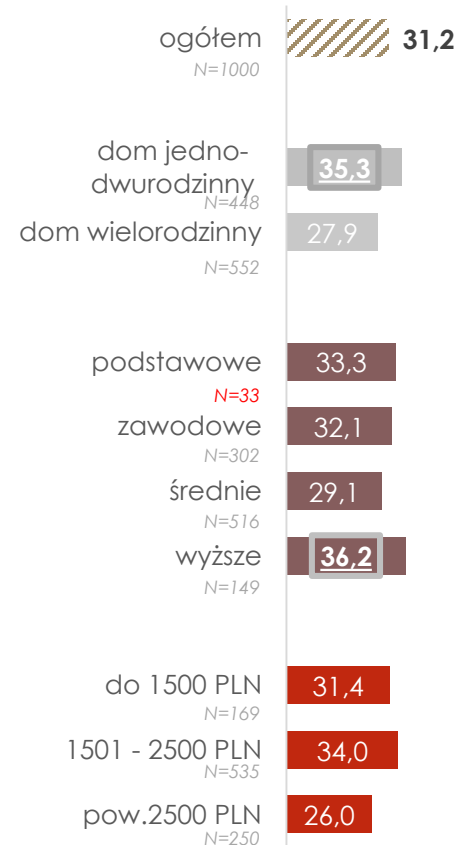
**powtórnie wykorzystuje  
posiadane przedmioty**



**wymieniam/sprzedaje rzeczy  
używane (np. na portalach  
internetowych, kiermaszach)**



**oddaje do sklepu lub  
do PSZOK**



dane w %

# OPIS WYNIKÓW

Niemal połowa Polaków (48,4%) **wyrzuca niepotrzebne lub zepsute przedmioty**. Okazuje się jednak, że nierzadko podejmują różne sposoby postępowania z nimi w swoim domu. Aż 52,6% deklaruje, że **przekazuje sprawne/dobre rzeczy innym osobom lub instytucjom**. 36,5% wskazuje natomiast, że **naprawia rzeczy w punktach napraw**, a 34,8% **powtórnie wykorzystuje posiadane przedmioty**. Zbliżony odsetek badanych wymienia lub sprzedaje używane rzeczy, podczas gdy 31,2% oddaje je do sklepu lub PSZOK.

Odpowiedzi badanych różnicują zmienne społeczno-demograficzne. Zaobserwowano, że częściej na **przekazywanie sprawnych/dobrych rzeczy** innym osobom lub instytucjom wskazywali obywatele z wyższym wykształceniem (51,7%), których dochody mieszczą się w przedziale 1501-2500 PLN (58,7%), a także mieszkańcy miast do 50 tys. i powyżej 500 tys. mieszkańców (odpowiednio 64,6% i 61,2%). **Naprawianie rzeczy w punktach napraw** to z kolei domena osób z wykształceniem zawodowym (40,1%), a także posiadających dochód do 1500 PLN (53,3%). Jednocześnie do **wyrzucania niepotrzebnych lub zepsutych przedmiotów/rzeczy** w swoim domu częściej przyznają się kobiety (52,0% vs 44,4%), osoby z wykształceniem zawodowym (56,3%) oraz o deklarujących dochód na osobę w najwyższym przedziale, powyżej 2500 zł (54,4%).

Na **powtórne wykorzystanie posiadanych przedmiotów** częściej wskazują osoby starsze tj. 60+, posiadające wykształcenie wyższe, a także dochód nieprzekraczający 1500 PLN. **Wymienianie/sprzedawanie rzeczy używanych** jest popularne przede wszystkim wśród osób w wieku 25-34 lat oraz zamieszkujących miasta do 50 tys. mieszkańców. Co ciekawe, mieszkańcy domów jedno- dwurodzinnych częściej oddają takie przedmioty do sklepu lub PSZOK. Ten sposób radzenia sobie z niepotrzebnymi lub zepsutymi przedmiotami/rzeczami w swoim domu jest również częstszy wśród osób z wykształceniem wyższym.



# ODPADY GENEROWANE W GOSPODARSTWIE DOMOWYM

## PODSUMOWANIE

**Ponad połowa Polaków podejmuje działania mające na celu zmniejszenie ilości generowanych przez siebie w domu odpadów.** Wśród osób niepodjmujących takich działań najczęściej jako przyczynę takiego stanu rzeczy wskazywano brak wiedzy o możliwości redukcji generowanych odpadów. Niestety dla sporego odsetka osób kwestia takich działań nie jest uznawana za ważną. Niemalże co czwarty Polak uważa, że poziom wytwarzanych przez niego odpadów jest obecnie na minimalnym poziomie.

Wśród proekologicznych zachowań konsumenckich Polaków dominuje **zwracanie uwagi na oznaczenia związane z ekologią i środowiskiem** podczas robienia zakupów, **unikanie kupowania „pakowanych” towarów** oraz **zakupu produktów jednorazowych, nietrwałych.**

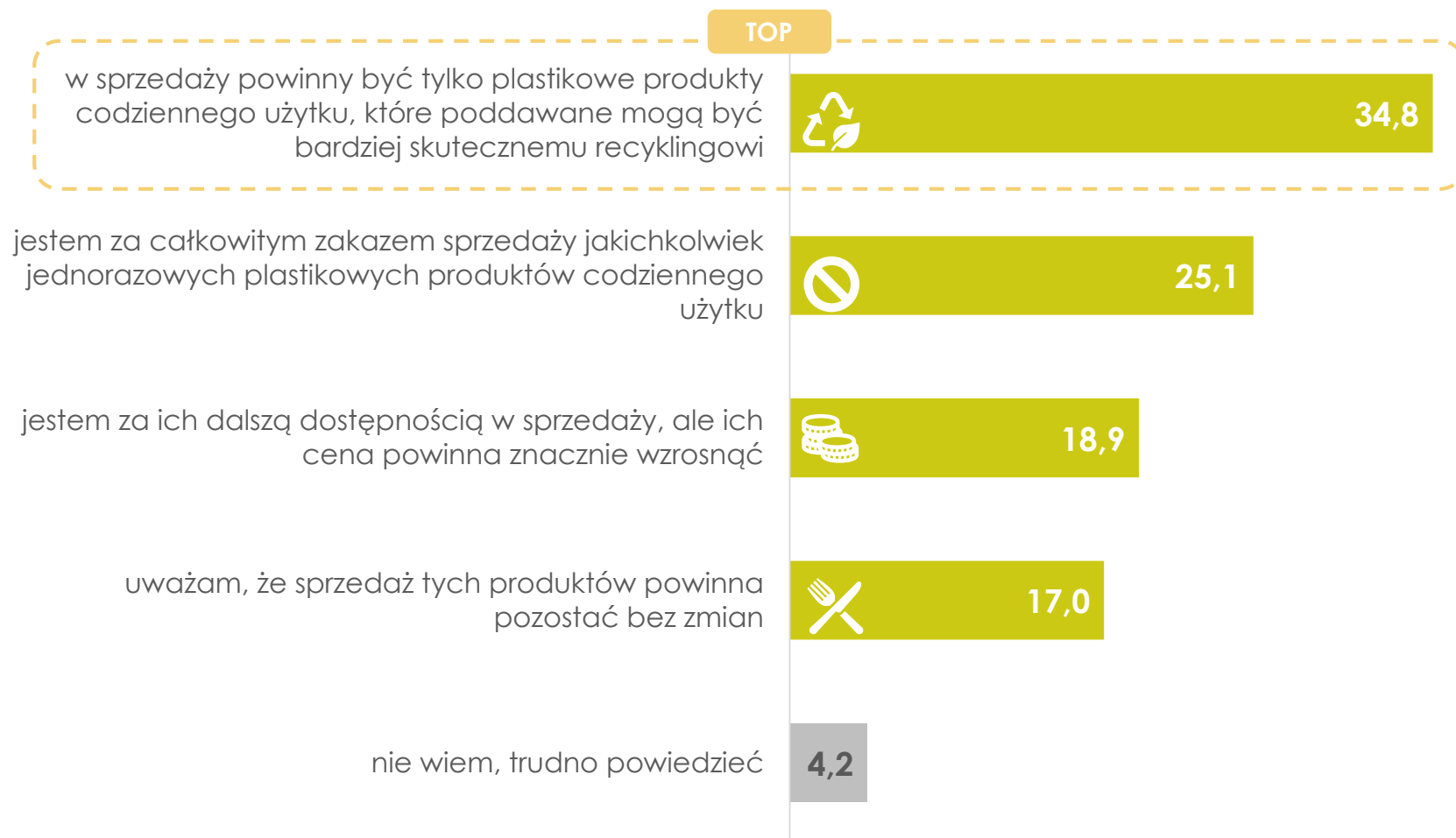
Niestety, niemalże połowa Polaków wyrzuca do śmieci niepotrzebne lub zepsute przedmioty/rzeczy ze swojego domu. Optymistyczny jest jednak fakt, że 52,6% przekazuje sprawne/dobre rzeczy innym osobom lub instytucjom. Naprawianie rzeczy w punktach napraw, powtórne wykorzystanie posiadanych przedmiotów, a także wymienianie/sprzedawanie rzeczy używanych deklaruje z kolei co trzeci Polak. Oddawanie rzeczy do sklepu lub do PSZOK zadeklarowało 31,2% obywateli.

# PLASTIK

## WYNIKI BADANIA

## P5. Co Pan(i) sądzi o wprowadzeniu zakazu sprzedaży jednorazowych plastikowych produktów codziennego użytku (tj. kubki, talerze, sztućce, słomki itp.)?

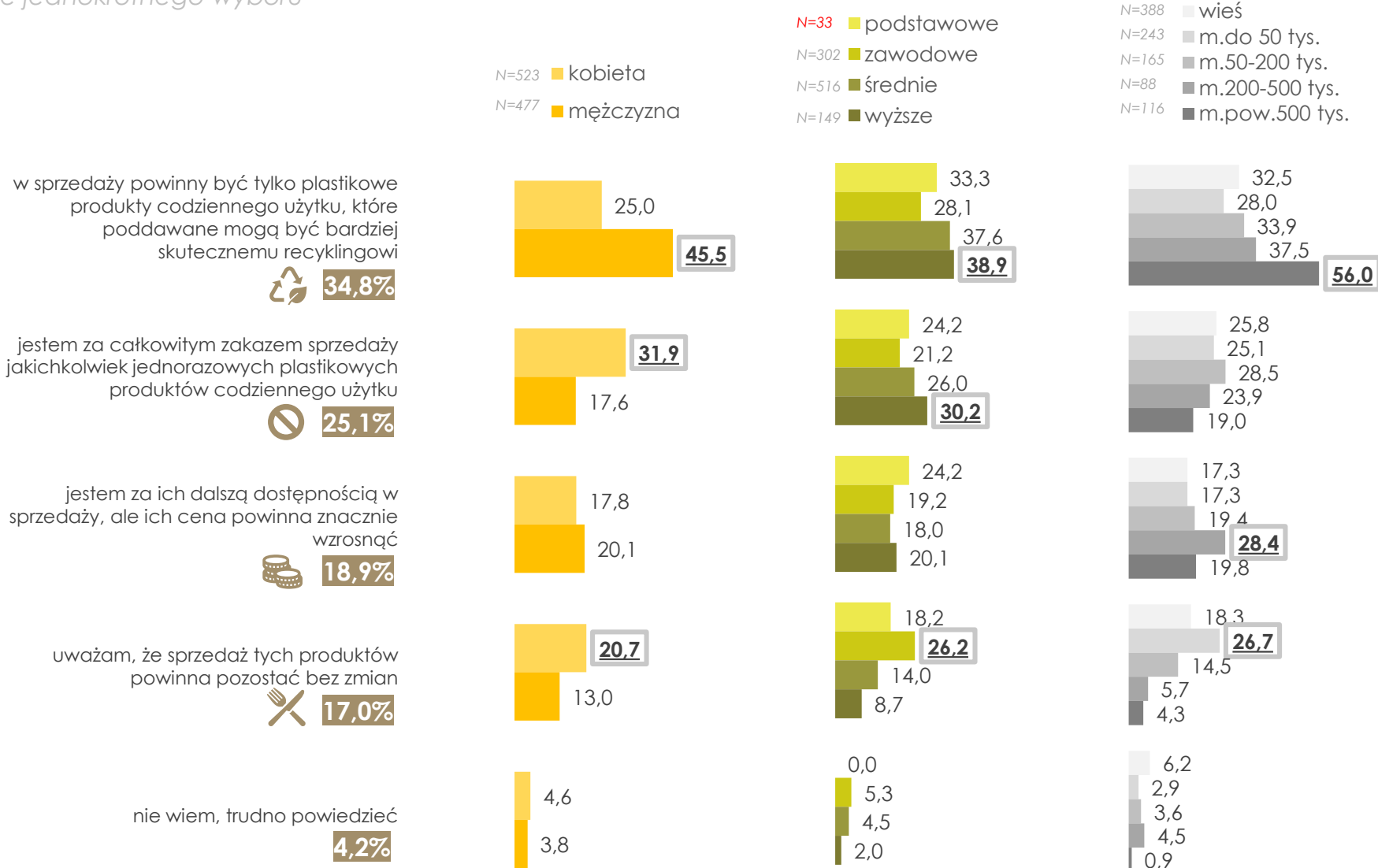
Pytanie jednokrotnego wyboru



dane w %  
Podstawa: Polacy w wieku 15+, N=1000

# P5. Co Pan(i) sądzi o wprowadzeniu zakazu sprzedaży jednorazowych plastikowych produktów codziennego użytku (tj. kubki, talerze, sztuczce, słomki itp.)?

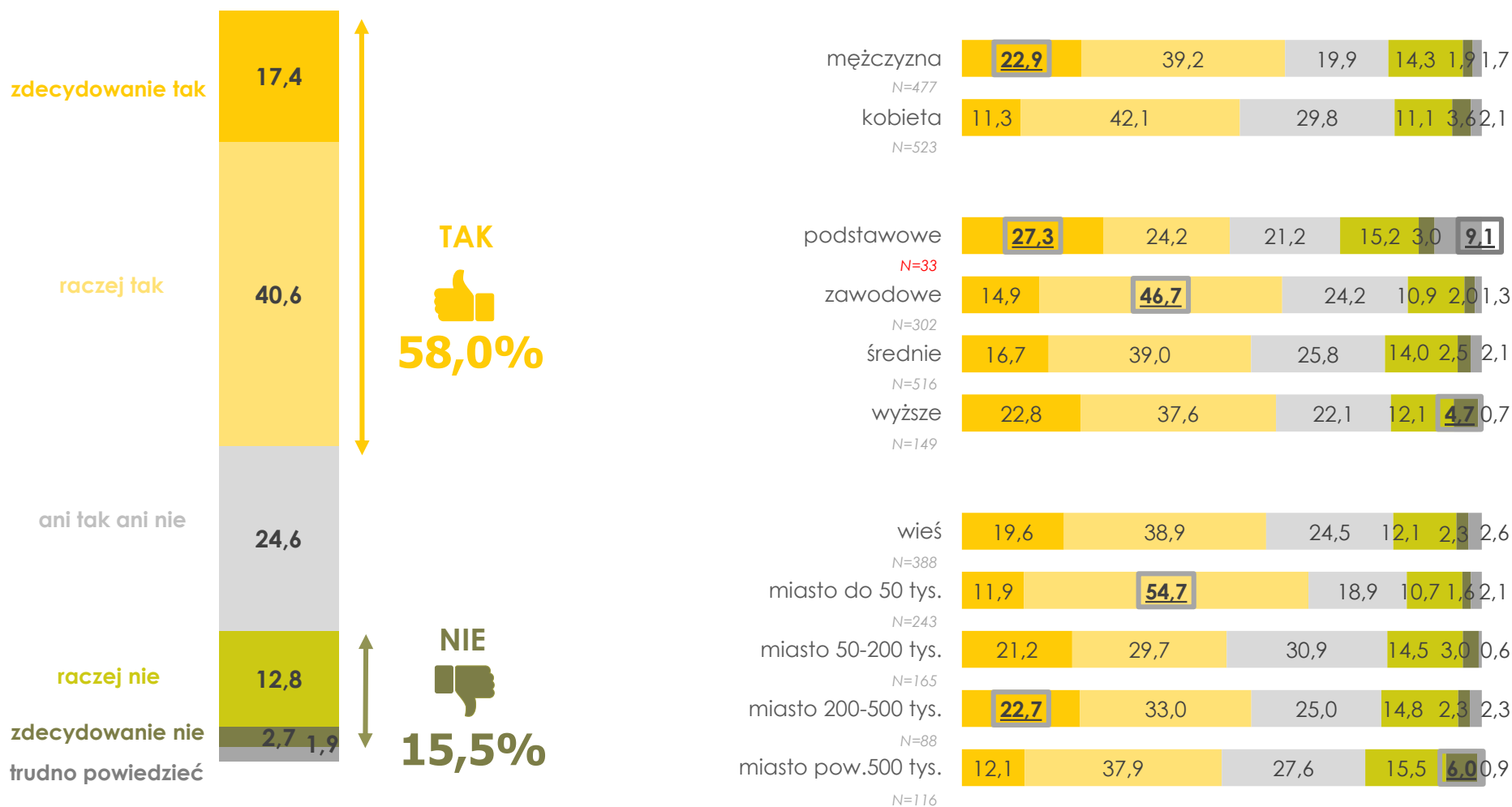
Pytanie jednokrotnego wyboru



dane w %  
Podstawa: Polacy w wieku 15+, N=1000

## P6. Czy Pana(i) zdaniem wprowadzenie zakazu sprzedaży jednorazowych przedmiotów codziennego użytku z tworzyw sztucznych przyczyni się do ochrony środowiska w Polsce?

Pytanie wielokrotnego wyboru



dane w %  
Podstawa: Polacy w wieku 15+, N=1000

# OPIS WYNIKÓW

Polacy zapytani o wyrażenie opinii na temat wprowadzenia zakazu sprzedaży jednorazowych plastikowych produktów codziennego użytku (tj. kubki, talerze, sztućce, słomki itp.) najczęściej wskazują, że **w sprzedaży powinny być tylko plastikowe produkty codziennego użytku, które poddawane mogą być bardziej skutecznemu recyklingowi** (34,8%).

Co ciekawe, co czwarty obywatel (25,1%) jest zwolennikiem **całkowitego zakazu sprzedaży** jakichkolwiek jednorazowych plastikowych produktów codziennego użytku. **Dalszą dostępność tych produktów w sprzedaży, jednak przy znacznie zwiększonej ich cenie** uważa za atrakcyjne 18,9% osób. Jedynie 17,0% Polaków jest zdania, że sprzedaż jednorazowych plastikowych produktów codziennego użytku **powinna pozostać bez zmian**.

Odpowiedzi badanych różnicują się ze względu na zmienne społeczno-demograficzne. Zaobserwowano, że częściej rozwiązanie polegające na **sprzedaży tylko plastikowych produktów codziennego użytku, które poddawane mogą być bardziej skutecznemu recyklingowi** deklarują mężczyźni (45,5% vs 25,0%), a także osoby z wykształceniem wyższym. Wybór tego rozwiązania pozytywnie skorelowany jest z wielkością miejscowości. Kobiety natomiast częściej (31,9% vs 17,6%) są za **całkowitym zakazem sprzedaży** jakichkolwiek jednorazowych plastikowych produktów codziennego użytku. Podobnie jak wcześniej, częściej tę opcję wybierały osoby posiadające wyższe wykształcenie.

# OPIS WYNIKÓW

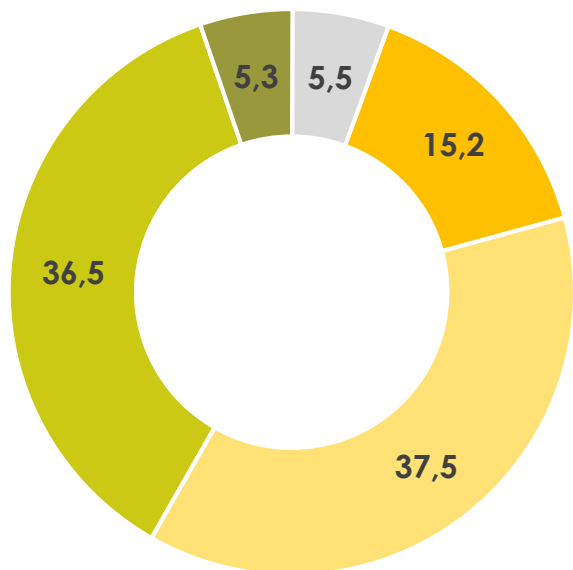
**Dalszą dostępność tych produktów w sprzedaży, ale przy znacznie zwiększonej cenie** uważają za cenne rozwiązanie częściej osoby zamieszkujące średnie miasta (200-500 tys.). Opinię o **braku zmian w zakresie sprzedaży** jednorazowych plastikowych produktów codziennego użytku wyrażają z kolei głównie kobiety, osoby z wykształceniem zawodowym i mieszkańcy małych miast (do 50 tys.).

Według blisko 60% badanych wprowadzenie zakazu sprzedaży jednorazowych przedmiotów codziennego użytku z tworzyw sztucznych **przyczyni się do ochrony środowiska w Polsce**. Jedyne 15,5% ma przeciwne zdanie. Częściej zdecydowanie twierdzące zdanie w tej sprawie mają mężczyźni (22,9% vs 11,3%) i mieszkańcy średnich miast o wielkości 200-500 tys. (22,7% vs 11,9-21,2%).

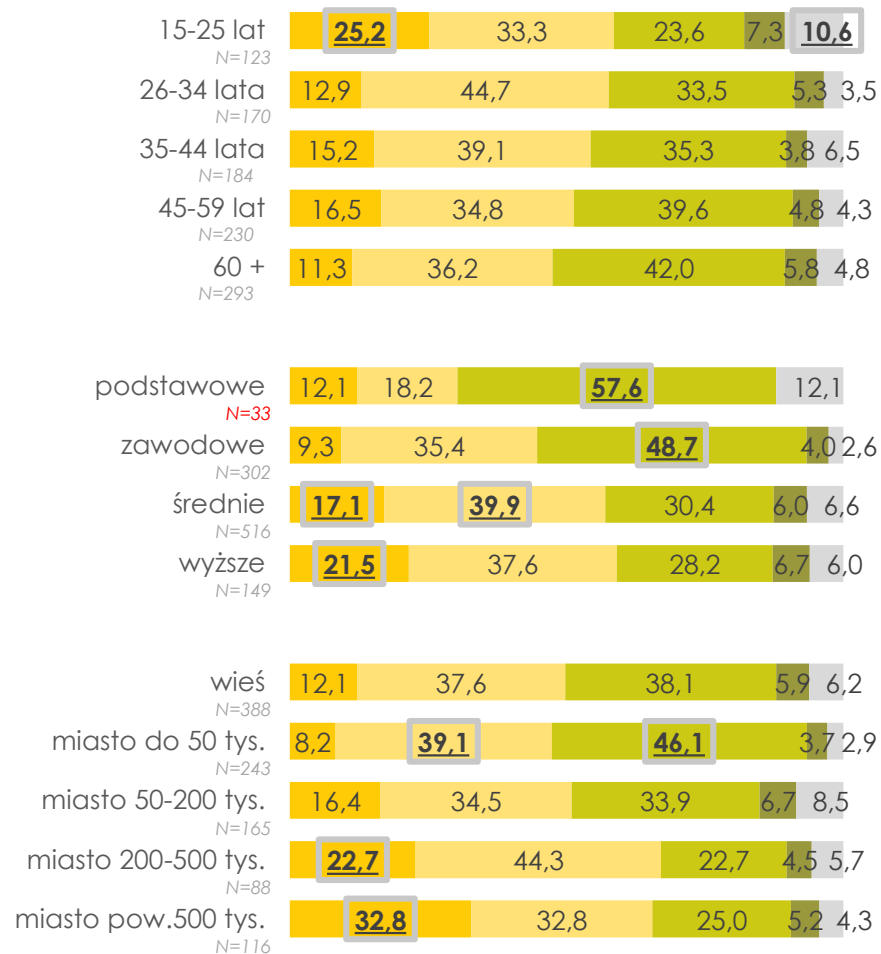


# P7. Czy na co dzień podejmuje Pan(i) działania zmniejszające ilość generowanych odpadów plastikowych?

Pytanie jednokrotnego wyboru



- zdecydowanie tak
- raczej tak
- raczej nie
- zdecydowanie nie
- nie wiem, trudno powiedzieć



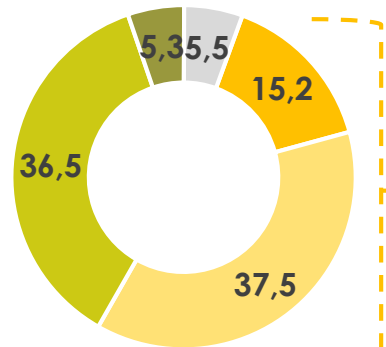
dane w %  
Podstawa: Polacy w wieku 15+, N=1000

# P7. Czy na co dzień podejmuje Pan(i) działania zmniejszające ilość generowanych odpadów plastikowych?

Pytanie jednokrotnego wyboru

# P8. Jakie podejmuje Pan(i) najczęściej działania?

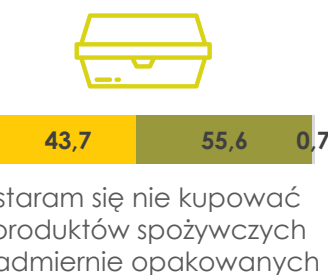
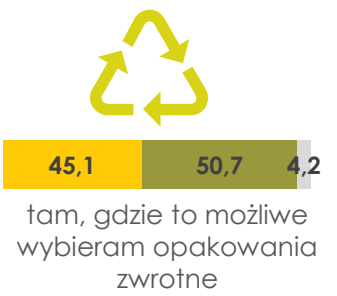
Pytanie wielokrotnego wyboru



Respondenci podejmujący działania zmniejszające ilość generowanych odpadów plastikowych

- zdecydowanie tak
- raczej tak
- raczej nie
- zdecydowanie nie
- nie wiem, trudno powiedzieć

TAK NIE NIE WIEM



dane w %  
Podstawa: Polacy w wieku 15+, N=1000

## P8. Jakie podejmują Pan(i) najczęściej działania?

Pytanie jednokrotnego wyboru (w każdym itemie)

pozytywne wskazania



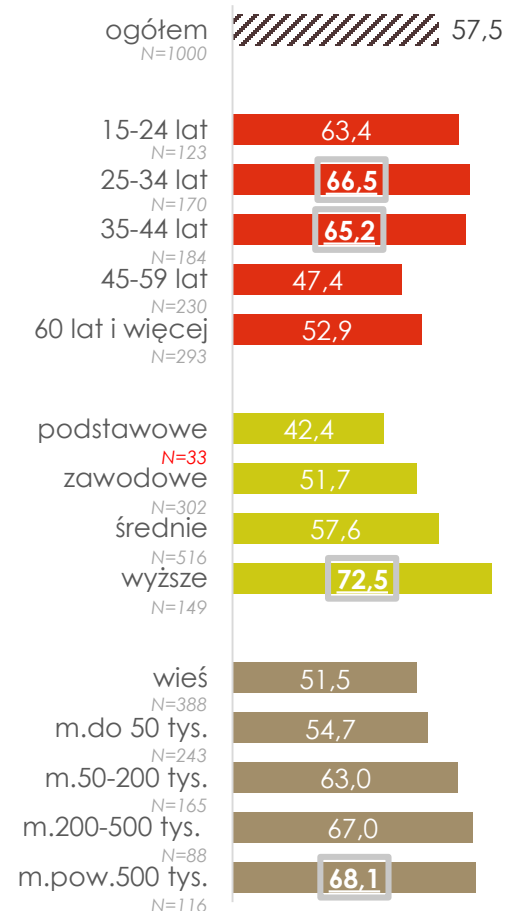
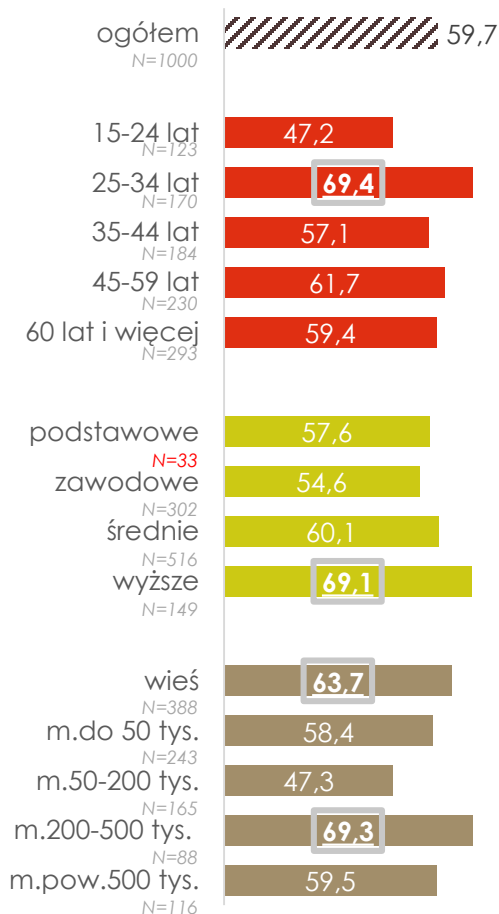
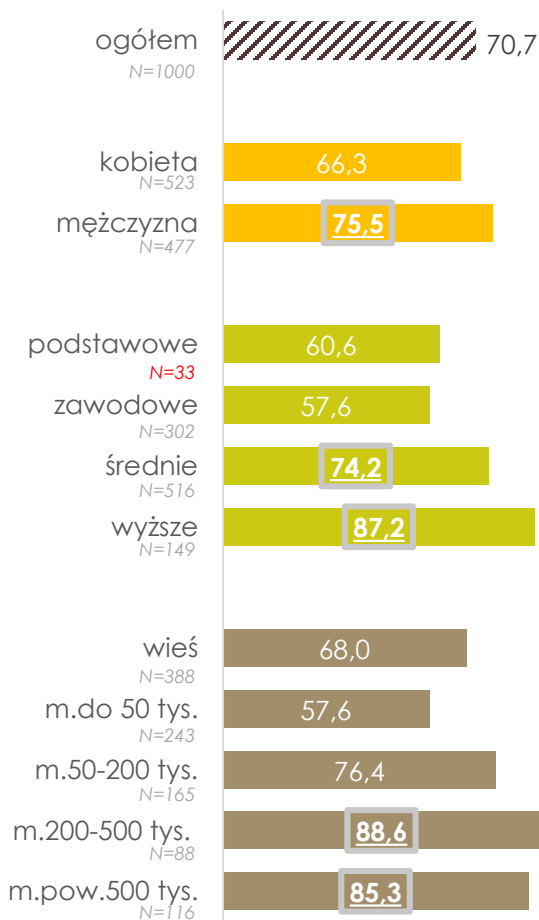
segreguję dokładnie śmieci



unikam kupowania jednorazowych produktów z plastiku



owoce i warzywa kupuję luzem



dane w %

## P9. Czy na co dzień przy robieniu zakupów spożywczych zwraca Pan(i) uwagę na to z czego jest wykonane opakowanie?

Pytanie wielokrotnego wyboru



nie, **nie ma to dla mnie znaczenia**

**45,4%**



tak, staram się wybierać produkty w **papierowych/tekturowych opakowaniach**

**16,7%**



tak, staram się wybierać produkty w **szklanych opakowaniach**

**16,5%**



tak, staram się wybierać produkty w **plastikowych opakowaniach**

**16,0%**



tak, staram się wybierać produkt, które **nie są nadmiernie opakowane**

**13,6%**



tak, staram się wybierać produkty w **opakowaniach łatwych do recyklingu**

**10,7%**

**3,1%** Nie wiem, trudno powiedzieć

dane w %  
Podstawa: Polacy w wieku 15+, N=1000

# P9. Czy na co dzień przy robieniu zakupów spożywczych zwraca Pan(i) uwagę na to z czego jest wykonane opakowanie?

Pytanie wielokrotnego wyboru

TOP 3



45,4%

nie, nie ma to dla mnie znaczenia



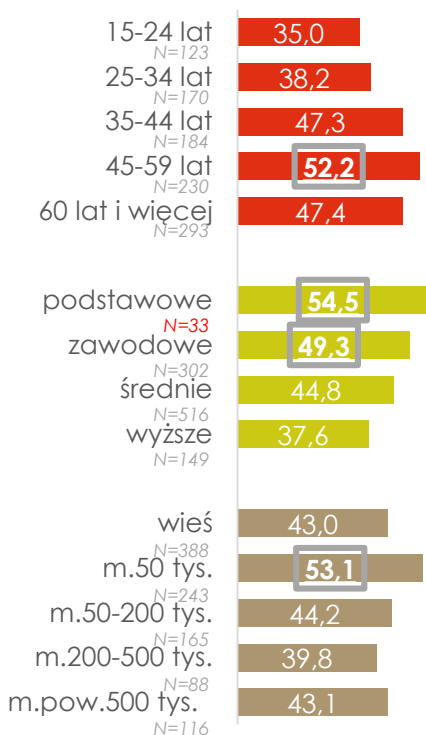
16,7%

tak, staram się wybierać produkty w papierowych opakowaniach



16,5%

tak, staram się wybierać produkty w szklanych opakowaniach

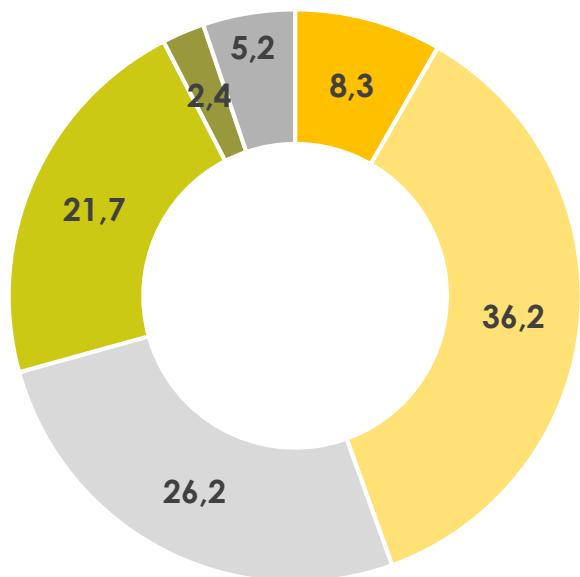


dane w %

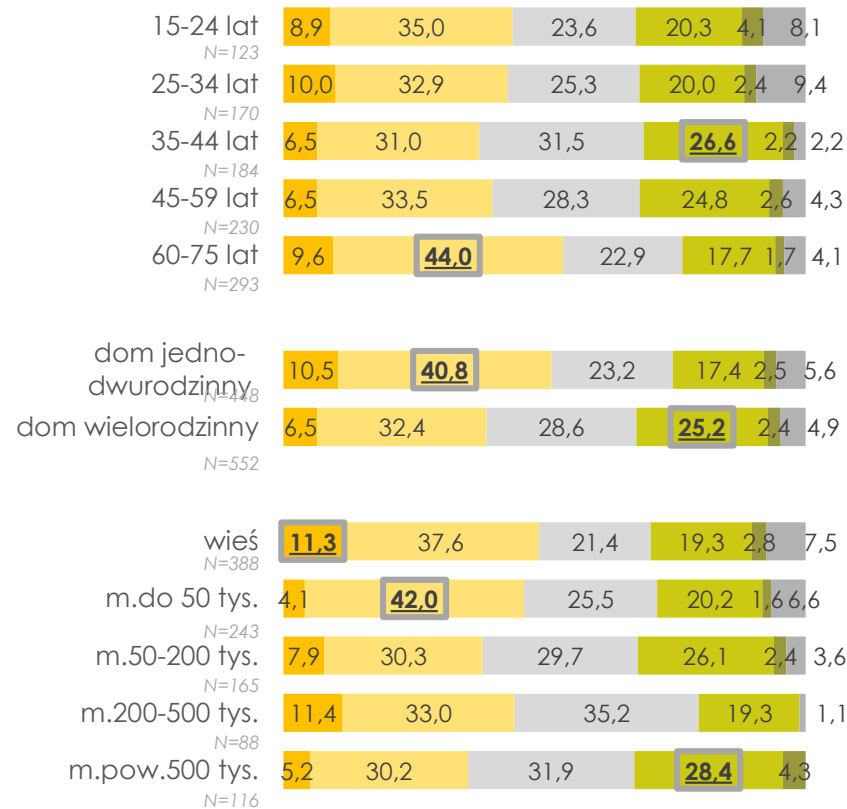


# P10. Czy uważa Pan/Pani, że segregacja odpadów w Pana/Pani domu/bloku jest prowadzona przez mieszkańców prawidłowo?

Pytanie jednokrotnego wyboru



- zdecydowanie tak
- raczej tak
- ani tak, ani nie
- raczej nie
- zdecydowanie nie
- trudno powiedzieć



dane w %  
Podstawa: Polacy w wieku 15+, N=1000

# OPIS WYNIKÓW

**52,7% obywateli na co dzień podejmuje działania zmniejszające ilość generowanych odpadów plastikowych.**

Odsetek osób podejmujących takie działania maleje wraz z wiekiem, z kolei wzrasta wraz ze wzrostem poziomu wykształcenia. Działania te częściej podejmują także osoby zamieszkujące duże aglomeracje. Jednocześnie niepodjęcie działań mających na celu zmniejszenie ilości generowanych odpadów plastikowych skorelowane jest z wykształceniem (czyli wyższe tym niższy odsetek wskazań negatywnych), a ponadto częściej wskazują taką odpowiedź mieszkańcy małych miast tj. do 50 tys. mieszkańców.

Polacy podejmują zróżnicowane działania w kierunku minimalizacji generowanych odpadów. Wśród nich dominuje jednakże dokładna **segregacja śmieci (70,7%)**. **Unikanie kupowania jednorazowych produktów** z plastiku oraz **zakup luzem owoców i warzyw** deklaruje ponad połowa badanych (odpowiednio: 59,7% i 57,5%). Z kolei ponad 40% **ogranicza picie butelkowanej wody**, a także stara się wybierać produkty: **w zwrotnych opakowaniach, nadające się do recyklingu** lub **nienadmiernie opakowane**. Nieco mniejszy odsetek wskazał na **ograniczenie korzystania z jednorazowych reklamówek i chodzenie na zakupy z własnymi pojemnikami na żywność i torbami**.

Jak się okazuje, śmieci częściej dokładnie **segregują** mężczyźni (75,5% vs 66,3%), a także mieszkańcy średnich i dużych miast. Działanie to skorelowane jest także z wykształceniem – im wyższe tym odsetek wskazań wzrasta. Analogiczną tendencję odnotowano w przypadku **unikania kupowania jednorazowych produktów z plastiku** oraz **pakowanych warzyw i owoców**. Warto jednocześnie wskazać, że unikanie zakupu jednorazowych produktów plastikowych to domena osób pomiędzy 25 a 34 r.ż., a także mieszkańców średnich miast (200-500 tys.).

# OPIS WYNIKÓW

**Kupowanie owoców i warzyw luzem** istotnie częściej deklarują Polacy w wieku 25-44 lata. Zaobserwowano również pozytywną korelację z wielkością miejscowości zamieszkania, co oznacza, że znaczenie częściej uwagę na tego typu działania zwracają mieszkańcy aglomeracji, niż terenów wiejskich. W przypadku **wyboru produktów nie opakowanych nadmiernie** tendencja do podejmowania tego typu działań maleje wraz z posiadany wykształceniem, a w odniesieniu do **ograniczenia korzystania z jednorazowych reklamówek, chodzenia na zakupy z własnymi pojemnikami** na żywność i torbami oraz wybieranie **opakowań zwrotnych** z kolei wzrasta. Ponadto, co istotne w tym kontekście, **ograniczenie picia butelkowanej wody** deklarują głównie mieszkańcy wsi i małych miast (do 50 tys.).

**Dla blisko połowy Polaków nie ma znaczenia fakt przy robieniu zakupów spożywczych z czego jest wykonane opakowanie.** 16,7% stara się wybierać produkty w **papierowych/ tekturowych** opakowaniach, zbliżony odsetek w **szklanych i plastikowych**. Ponadto 13,6% obywateli stara się wybierać produkty, które **nie są nadmiernie opakowane**, a niecałe 11% te w opakowaniach łatwych do **recyklingu**.

Częściej to, z czego wykonane jest opakowanie podczas robienia codziennych zakupów spożywczych nie ma znaczenia w przypadku osób w średnim wieku (pomiędzy 45 a 59 r.ż.) oraz mieszkańców małych miast (50 tys. mieszkańców). Zaobserwowano ponadto ujemną korelację stwierdzenia z poziomem wykształcenia respondentów. Wybór produktów w **papierowych** opakowaniach jest bardziej popularny wśród osób młodych (25-34 lata) oraz o najniższym dochodzie (do 1500 PLN). Udało się również zaobserwować pozytywną korelację wyboru **papierowego i szklanego** opakowania z poziomem wykształcenia. Szklane opakowania częściej wybierają również osoby z niższymi dochodami tj. do 1500 PLN.



# OPIS WYNIKÓW

**44,5% Polaków uważa, że segregacja odpadów w ich domu/bloku jest prowadzona przez mieszkańców prawidłowo.** Częściej opinie taką wyrażają osoby starsze, powyżej 60 r.ż. Nie bez znaczenia pozostaje w tym przypadku rodzaj zabudowy, którą zamieszkują respondenci. Deklaracje prawidłowej segregacji odpadów istotnie częściej składane były przez osoby mieszkające w domach jedno- i dwurodzinnych, niż mieszkańców domów wielorodzinnych (bloki). Analogicznie pozytywne opinie padały częściej wśród mieszkańców terenów wiejskich i mniejszych miast niż aglomeracji.

# PLASTIK

## PODSUMOWANIE

Polacy nie mają jednoznacznej opinii na temat wprowadzenia zakazu sprzedaży plastikowych produktów jednorazowych. Jedna trzecia z nich wskazuje, że w sprzedaży powinny być tylko produkty codziennego użytku, które poddawane mogą być bardziej skutecznemu recyklingowi. Jedna czwarta to z kolei zwolennicy całkowitego zakazu sprzedaży jakichkolwiek jednorazowych plastikowych produktów codziennego użytku.

**Niemniej jednak blisko 60% z nich uważa, że wprowadzenie zakazu sprzedaży jednorazowych przedmiotów codziennego użytku z tworzyw sztucznych przyczyni się do ochrony środowiska w Polsce.** Jedyne 15,5% nie podziela tego zdania, ale jednocześnie aż 24,6% nie ma jednoznacznej opinii w tym zakresie.

**Ponad 50% badanych podejmuje działania zmniejszające ilość generowanych odpadów plastikowych,** które najczęściej przyjmują postać dokładnego segregowania śmieci. Jednocześnie ponad połowa z nich unika kupowania jednorazowych produktów z plastiku oraz stara się kupować owoce i warzywa luzem.

**Dla 45,4% społeczeństwa nie ma znaczenia to z czego wykonane jest opakowanie produktów kupowanych podczas codziennych zakupów spożywczych.** Warto jednak zaznaczyć, że odsetek wskazań na wybór opakowań szklanych, papierowych czy plastikowych był na niemal analogicznym poziomie (ok 16% wskazań). Opakowania łatwe do recyklingu stara się wybierać 10,7% Polaków.

**Blisko połowa ankietowanych jest zdania, że segregacja odpadów ich domu/bloku jest prowadzona przez mieszkańców prawidłowo.**

# TOREBKI FOLIOWE

## WYNIKI BADANIA

# P11. Czy cena za torebki foliowe w sklepie zniechęca Pana(ią) do ich kupowania?

Pytanie jednokrotnego wyboru



**tak, dlatego  
korzystam z torby  
wielokrotnego użytku**



**tak, ale czasem nie  
mam wyboru (np.  
zapomnę torby)**

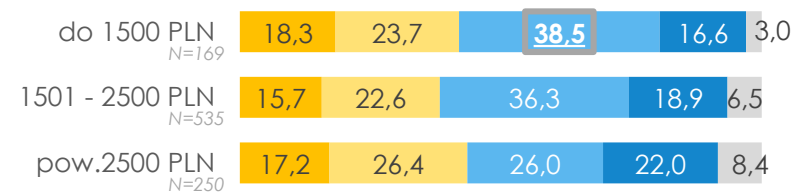
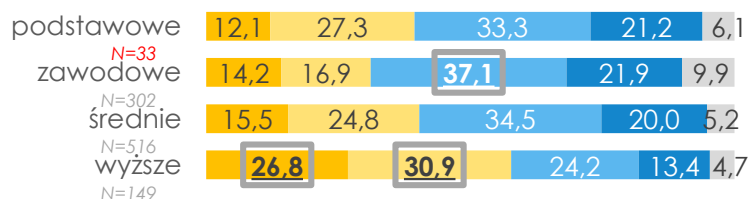
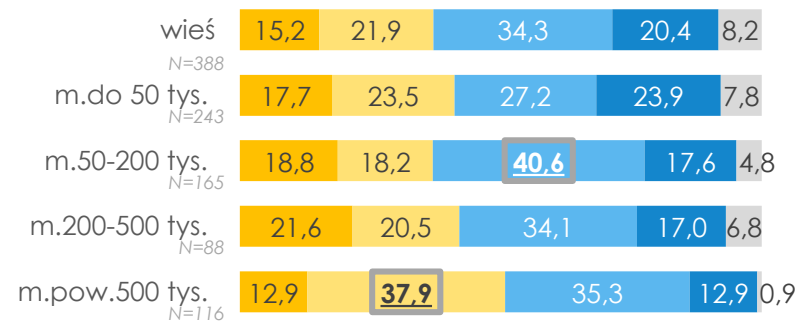
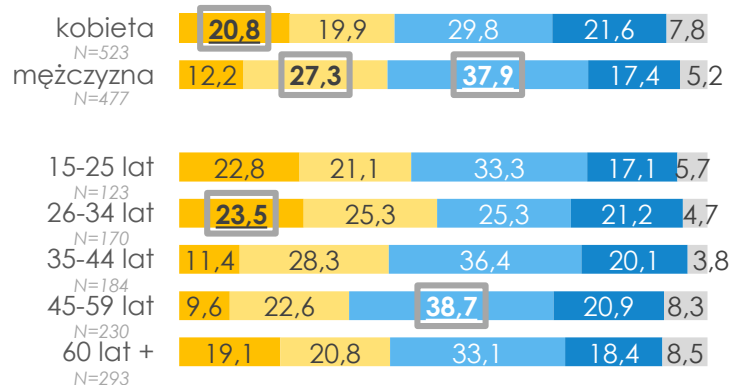


**nie, ale kupuje  
ich mniej niż  
wcześniej**



**nie, kupuję tyle samo  
torebek foliowych co  
wcześniej**

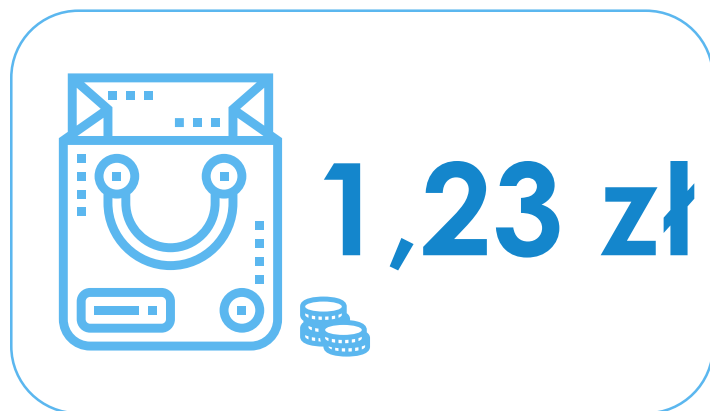
**Nie wiem, trudno  
powiedzieć**



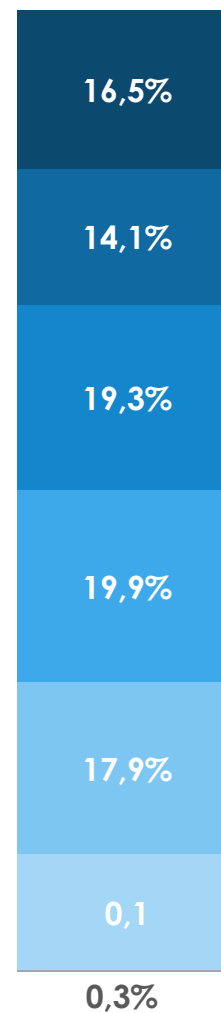
dane w %  
Podstawa: Polacy w wieku 15+, N=1000

## P12. Jaka cena torebki foliowej w sklepie zniechęciłaby Pana(ia) do jej zakupu?

Pytanie otwarte



- powyżej 2 zł
- 1 zł - 2 zł
- 70 gr - 1 zł
- 50gr - 70 gr
- 10 gr - 50 gr
- do 10 gr
- trudno powiedzieć



dane w zł  
Podstawa: Polacy w wieku 15+, N=1000

# OPIS WYNIKÓW

Polacy zapytani o to czy obecna cena za torebki foliowe w sklepie zniechęca do ich kupowania wskazują **przeważnie (33,7%), że nie, ale jednocześnie kupują ich mniej niż wcześniej**. Niemalże do czwartą badany zadeklarował, że cena **zniechęca, ale czasem nie ma wyboru** (bo np. zapomniał torby). 16,7% jest zdania, że cena ta skutecznie **zniechęca, zatem korzystają jedynie z toreb wielokrotnego użytku**. A prawie do piąty Polak (19,6%) **kupuje tyle samo toreb co wcześniej** (zatem nie są to osoby zniechęcone ceną torebki foliowej).

Częściej **torby wielokrotnego użytku** wybierają kobiety, osoby w wieku 26-34 lat, a także posiadające wykształcenie wyższe. Zniechęcenie kupowaniem toreb foliowych, przy jednoczesnym braku od czasu do czasu wyboru przy ich kupieniu (np. w wyniku zapomnienia przyniesienia własnej torby) to zdecydowanie domena mężczyzn (27,3% vs 19,9%) oraz osób z wykształceniem wyższym (30,9%). Sytuacja ta znacznie częściej przydarza się również mieszkańcom dużych aglomeracji. Również mężczyźni częściej deklarują, że nie czują się zniechęceni, ale jednocześnie kupują mniej toreb foliowych niż wcześniej. Deklaracja ta nieco częściej towarzyszyła również osobom pomiędzy 45 a 59 r.ż., posiadającym wykształcenie zawodowe oraz najniższy dochód na członka rodziny (do 1500PLN).

**Średnia minimalna cena torebki foliowej, która zniechęcałaby Polaków do jej zakupu to 1,23 zł.** Wartość ta jest negatywnie skorelowana z wiekiem (młodszy deklarują wyższą kwotę, która by ich zniechęciła do zakupu). Wyższą kwotę deklarują też osoby z wyższym wykształceniem (1,7 zł vs 1,1-1,2 zł). Co istotne, poziom dochodów nie koreluje w tym przypadku ceny.

Warto nadmienić, iż najniższa wskazana cena torebki foliowej, która zniechęcałaby do zakupu wyniosła 1 gr, natomiast najwyższa 6 zł.

# TOREBKI FOLIOWE

## PODSUMOWANIE



**Fundusze Europejskie**  
Infrastruktura i Środowisko



**Rzeczpospolita  
Polska**



MINISTERSTWO  
ŚRODOWISKA

**Unia Europejska**  
Fundusz Spójności





**Cena torebki foliowej przeważnie nie zniechęca Polaków do jej kupowania, jednak wskazują, że kupują ich mniej niż wcześniej.** Zniechęconych czuje się ok 40% badanych, przy czym 16,7% wskazuje, że z tego powodu korzysta z toreb wielokrotnego użytku, a blisko jedna czwarta, że czasem nie ma wyboru i musi kupić taką torbę, ponieważ np. zapomni zabrać swojej z domu. Jednakże 20% Polaków nie czuje się zniechęconych ceną za torebkę foliową i wskazuje, że kupuje ich tyle samo co wcześniej.

Polacy za minimalną cenę torebki foliowej, która zniechęciłaby do jej zakupu uważają kwotę **1,23 zł**. Zauważyć jednak należy, że cena zniechęcająca do kupowania wzrasta wraz z wykształceniem respondentów (wykształcenie podstawowe 1,07 zł vs wyższe 1,65 zł), odwrotna tendencja zauważalna jest w przypadku wieku (15-24 lata 1,74 zł vs pow. 60 r.ż. 0,82 zł). Uzyskanych wyników nie różnicuje natomiast dochód – średnia dla osób z najniższym przedziałem (do 1500 PLN) wyniosła 1,14 zł, natomiast dla respondentów z najwyższą kohortą (pow.2500 PLN) 1,20 zł.

# Dziękujemy za uwagę

## **Autorki raportu:**

*Anna Szatanowska*

*Kamila Kotlewska*

*Krzysztofa Samociuk*

*Małgorzata Licznerska*

*Redakcja raportu: Tamara Walczak-Kozłowska*

# DANAE

**tel. +48 22 185 59 00**

**e-mail: [biuro@danae.com.pl](mailto:biuro@danae.com.pl)**

Grafika użyta w raporcie pochodzi ze stron [www.flaticon.com](http://www.flaticon.com), [pixabay.com.pl](http://pixabay.com.pl) i [unsplash.com](http://unsplash.com)