

Dorota Teneta-Skwiercz

Uniwersytet Ekonomiczny we Wrocławiu
e-mail: dorota.teneta-skwiercz@ue.wroc.pl

**REALIZACJA KONCEPCJI
ZRÓWNOWAŻONEJ KONSUMPCJI W PRAKTYCE
NA PRZYKŁADZIE PROJEKTU *NEEDLE YOU NEED***

**THE IMPLEMENTATION OF THE SUSTAINABLE
CONSUMPTION CONCEPT IN PRACTICE
ON THE EXAMPLE
OF THE “NEEDLE YOU NEED” PROJECT**

DOI: 10.15611/pn.2017.499.30

JEL Classification: D12, E23, F64

Streszczenie: Głównym celem artykułu jest naświetlenie istoty zrównoważonej konsumpcji, jej znaczenia dla zrównoważonego rozwoju, jak też zaprezentowanie projektu Koła Naukowego Enactus UE pt. *Needle you Need*, który to projekt należy potraktować jako przejaw tego rodzaju konsumpcji. W artykule zaprezentowano istotę zrównoważonej konsumpcji, naświetlono kontekst eskalacji zainteresowań wzmiankowaną koncepcją oraz wskazano problemy związane z upowszechnianiem zrównoważonych wzorców konsumpcji. Zauważono, że te problemy są pochodną nie tylko złożoności czynników warunkujących wybory konsumenckie, głęboko zakorzonego konsumpcjonizmu, ale też licznych wyzwań powodowanych nadmierną degradacją środowiska naturalnego i nierównościami w dystrybucji dochodów. Zastosowane w artykule metody badawcze to analiza piśmiennictwa oraz obserwacja uczestnicząca.

Słowa kluczowe: zrównoważona konsumpcja, konsumpcjonizm, zrównoważony rozwój.

Summary: The main goal of the article the exposition of the essence of sustainable consumption, its meaning for sustainable development and moreover, project's presentation of the Students' Academic Circle Enactus UE "Needle you Need", which might be seen as the sustainable consumption manifestation. In this article the essence of sustainable consumption is presented. Moreover the context of the interest escalation in mentioned concept is being exposed and what problems must be overtaken to disseminate sustainable patterns of consumption. It has been observed that these problems are derivative not only factors' complexity which might condition a consumers choices but also deeply rooted consumerism and moreover numerous challenges caused by excessive degradation of natural environment and inequality of income distribution. The research methods used in this article are literature analysis and participant observation.

Keywords: sustainable consumption, consumerism, sustainable development.

1. Wstęp

Jeszcze do niedawna nikt nie zastanawiał się nad tym, jaką cenę przyjdzie nam zapłacić za niepohamowany pęd do nabywania dóbr materialnych czy rabunkową gospodarkę zasobami naturalnymi. Uzurpując sobie prawo do dominującej pozycji w przyrodzie, nie zważając na wydolność ekosystemów, potrzeby innych, korzystaliśmy ze środowiska w sposób nieracjonalny i skrajnie nieodpowiedzialny. Taka postawa implikowała marnotrawienie dóbr, degradację środowiska, zwiększone ryzyko kryzysów ekologicznych, a w dłuższej perspektywie – obniżenie jakości życia i ograniczenie możliwości rozwojowych. Wraz z początkiem lat dziewięćdziesiątych tematyka zrównoważonej konsumpcji i produkcji (*Sustainable Consumption and Production* – SCP) na stałe została wprowadzona do agendy politycznej jako odgrywająca kluczową rolę w osiągnięciu zrównoważonego rozwoju. Dziś coraz częściej rozważamy konsekwencje naszych decyzji zakupowych. Rozbudzonej świadomości ekologicznej towarzyszy potrzeba konsumpcji zrównoważonej. W praktyce oznacza to fundamentalne zmiany w zakresie stosowanych modeli biznesowych, w sposobie wytwarzania i konsumowania dóbr, redefinicję infrastruktury społecznej i systemów świadczenia usług.

Problem badawczy, któremu poświęcono niniejsze opracowanie, sformułowano w postaci następującego pytania: Jakie są przejawy zrównoważonych wzorców konsumpcji? Głównym celem artykułu było naświetlenie istoty zrównoważonej konsumpcji, jej znaczenia dla zrównoważonego rozwoju, jak też zaprezentowanie projektu Koła Naukowego Enactus UE, będącego przejawem tego rodzaju konsumpcji. Zastosowane w artykule metody badawcze to analiza piśmiennictwa oraz obserwacja uczestnicząca.

2. Rozwój zainteresowań zrównoważoną konsumpcją

Obecnie coraz częściej w mediach, dyskursie akademickim i debatach politycznych na szczeblu zarówno krajowym, jak i międzynarodowym przewija się temat nadmiernej konsumpcji, zwanej też konsumpcjonizmem. Podkreśla się niejednokrotnie, że współczesny konsument jest roszczeniowy, nienasycony, stale poszukuje nowych dóbr, nowych doznań. Cechuje go indywidualizm, powierzchowność, hedonistyczne nastawienie do życia i brak skłonności do wyrzeczeń na rzecz innych członków społeczeństwa. Tkwiąc w sidłach stale odradzających się pragnień, nabywa i gromadzi dobra, które nie są mu *de facto* potrzebne. Dla znanego socjologa i filozofa Z. Baumana konsumowanie to nieodzowny składnik ludzkiego życia, wpisujący się w biologiczny byt człowieka, niezbędny warunek życia, metabolicznego cyklu przyswajania, trawienia i wydalania. Konsumowanie może jednak przerodzić się w konsumpcjonizm, gdy przestaje być środkiem, a staje się celem samym w sobie, dominującym nad innymi aspektami naszego życia [Bauman 2009, s. 33-34].

Problemy związane z konsumpcją stały się językiem uwagi już na początku lat 70. XX w., kiedy to ukazała się cała seria raportów powstałego w 1968 roku Klubu Rzymskiego. Ich autorzy ostrzegali, że tempo zużywania zasobów przez ludzkość charakteryzuje się wzrostem wykładniczym, tymczasem dostępne zasoby pozostają stałe. Wobec powyższego nieuniknione jest osiągnięcie w krótkim czasie sytuacji, w której dalszy wzrost będzie niemożliwy ze względu na niedostateczny stan zasobów. W 1987 r. opublikowany został Raport Brundtland. Podobnie do wcześniejszych dokumentów, podkreślał on obawy dotyczące alokacji zasobów, jednocześnie jednak podważał żelazną regułę ekonomii Malthusa, według której konsekwencją wzrostu jest nieodwracalne zużycie zasobów i nieuchronny spadek jakości życia wszystkich mieszkańców Ziemi. Według Raportu Brundtland obecny poziom rozwoju cywilizacyjnego stwarza możliwość rozwoju zrównoważonego, w ramach którego potrzeby obecnego pokolenia mogą być zaspokojone bez umniejszania szans przyszłych pokoleń na ich zaspokojenie. W 1992 r. na Konferencji Narodów Zjednoczonych w sprawie Środowiska i Rozwoju przyjęto Agendę 21 – plan osiągnięcia zrównoważonego rozwoju w XXI wieku. W rozdziale 4 Agendy, zatytułowanym „Zmiana wzorców konsumpcyjnych”, sformułowano następujące cele [United Nations Conference...]:

- promowanie efektywności w modelach produkcji oraz ograniczenie marnotrawstwa w procesie wzrostu gospodarczego z uwzględnieniem potrzeb rozwojowych krajów rozwijających się,
- opracowanie rozwiązań systemowych sprzyjających upowszechnianiu zrównoważonych wzorców produkcji i konsumpcji.

Dwa lata później norweskie Ministerstwo Środowiska zorganizowało w Oslo sympozjum w sprawie zrównoważonej produkcji i konsumpcji. Jego uczestnicy zastanawiali się nad możliwością urzeczywistnienia idei takiego wzrostu gospodarczego, który nie powoduje degradacji środowiska naturalnego. W 2002 r., na Światowym Szczycie Zrównoważonego Rozwoju w Johannesburgu, opracowano dziesięcioletni program ramowy wspierający krajowe i regionalne inicjatywy w obszarze zrównoważonej produkcji i konsumpcji. Do dziś większość regionów świata opracowała programy i strategie w zakresie zrównoważonej konsumpcji, co może stanowić dowód wysokiego poziomu zaangażowania w upowszechnianie SCP w krajach zarówno rozwiniętych, jak i rozwijających się.

3. Istota zrównoważonej konsumpcji

Uczestnicy wspomnianego wcześniej sympozjum w Oslo SCP zdefiniowali jako: „Korzystanie z usług i związanych z nimi produktów, które odpowiadają na podstawowe potrzeby i przynoszą lepszą jakość życia przy jednoczesnej minimalizacji wykorzystania zasobów naturalnych i toksycznych materiałów, a także emisji odpadów i zanieczyszczeń w całym cyklu życia usługi lub produktu tak, aby nie ograniczać przyszłym pokoleniom możliwości zaspokajania potrzeb” [The Norwegian Mini-

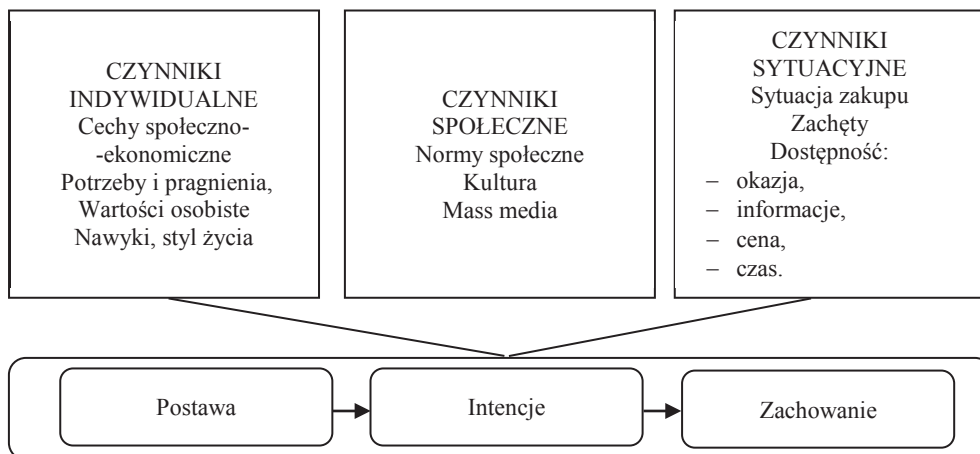
stry...]. Badaczki D. Fuchs i S. Lorek wyróżniły dwa zasadnicze rodzaje zrównoważonej konsumpcji: „słabo zrównoważoną konsumpcję” i „silnie zrównoważoną konsumpcję” [Fuchs, Lorek 2005, s. 262]. Pierwszy rodzaj konsumpcji polega na zwiększaniu jej ekologicznej efektywności. Dopuszcza on wzrost gospodarczy, wymaga jednakże takiego przeprojektowania procesów technologicznych, które umożliwi zmniejszenie zużycia zasobów na jednostkę produktu. Drugi rodzaj kładzie nacisk na dążenie do poprawy „jakości życia”, a nie do wzrostu gospodarczego, podkreśla potrzebę zmiany wzorców konsumpcyjnych, której efektem będzie zmniejszenie poziomu konsumpcji. Z kolei F. Bylok postrzega zrównoważoną konsumpcję przez pryzmat trzech zasad: racjonalności ekonomicznej, tj. optymalizacji ekonomicznej w wyborze dóbr, racjonalności ekologicznej, rozumianej jako wybór takich dóbr, które w najmniejszym stopniu szkodzą środowisku, oraz racjonalności społecznej sprowadzającej się do wyboru dóbr, które rozwiązują problemy społeczne lub przynajmniej nie przyczyniają się do ich pogłębienia [Bylok 2013].

Analiza prezentowanych definicji pozwala zauważyć, że choć różnią się one stopniem szczegółowości, co do meritum są zgodne. I tak, do podstawowych atrybutów zrównoważonej konsumpcji można zaliczyć: nacisk na zaspokajanie podstawowych potrzeb, dążenie do poprawy jakości życia oraz dbałość o stan środowiska naturalnego wyrażającą się racjonalnym wykorzystaniem zasobów naturalnych oraz minimalizowaniu ilości odpadów w całym cyklu życia produktu.

4. Możliwości zmiany wzorców konsumpcji

Próby wyjaśnienia lub zmiany zachowania w kierunku bardziej zrównoważonej konsumpcji muszą zaczynać się od analizy różnorodnych i współzależnych czynników wpływających na zrównoważoną konsumpcję. Na rysunku 1 przedstawiono ogólny model podejmowania decyzji w zakresie zrównoważonej konsumpcji. Wynika z niego, że na proces podejmowania decyzji wpływa wiele różnych czynników indywidualnych, społecznych i sytuacyjnych [Terlau, Hirsch]. Czynniki indywidualne obejmują m.in. cechy społeczno-ekonomiczne (wiek, płeć, wykształcenie i dochód), potrzeby i pragnienia, wartości, nawyki, styl życia. Na czynniki społeczne składają się normy społeczne, osadzone w kontekście kulturowym, a także w środowiskach masowego przekazu. Z kolei czynniki sytuacyjne odnoszą się do sytuacji zakupu (np. widoczności produktów na półkach handlowych), zachęt (np. zachęt finansowych) oraz dostępności produktów zrównoważonych. Przekonania prowadzą do postaw, postawy wpływają na intencje, natomiast intencje rzutują na rzeczywiste zachowania kupujących.

Badania pokazują, że postawy wobec zrównoważonej konsumpcji nierzadko różnią się od rzeczywistego zachowania konsumentów. Część konsumentów, mimo przekonania o słuszności zakupu zrównoważonej żywności, nie czyni tego ze względu na brak dostępności i wysoką cenę tego rodzaju produktów, brak lub przeciążenie



Rys. 1. Model podejmowania decyzji dotyczących zrównoważonej konsumpcji

Źródło: [Terlau, Hirsch].

informacjami oraz brak zaufania do etykiet i certyfikatów. Ta niespójność nazywana jest luką „postawa–zachowanie”.

Wobec złożoności czynników warunkujących wybory konsumenckie, głęboko zakorzenionego konsumpcjonizmu oraz licznych wyzwań powodowanych degradacją środowiska naturalnego, nierównościami w dystrybucji dochodów nasuwa się pytanie: kto, w jaki sposób i za pomocą jakich instrumentów może przyczynić się do upowszechniania zrównoważonych wzorców konsumpcji? Niewątpliwie wyraźny mandat do informowania konsumentów o aspektach zrównoważonej konsumpcji, budowania tożsamości ekologicznej obywateli oraz egzekwowania przejrzystości rynku posiadają organizacje społeczne. Mogą w tym celu wykorzystywać znakowanie ekologiczne, znakowanie społeczne oraz certyfikaty. Również państwo może odegrać istotną rolę w tym zakresie poprzez chociażby tworzenie takiego środowiska, w którym nabywanie „zrównoważonych” produktów stanie się łatwe i atrakcyjne finansowo. A to wszystko za sprawą instrumentów służących [*Policy Instruments to Promote...*] zwiększaniu świadomości, ułatwianiu zrównoważonej konsumpcji oraz ekologizowaniu rynków. Instrumenty koncentrujące się na zwiększaniu świadomości konsumentów obejmują przykładowo obowiązkowe lub dobrowolne systemy oznakowania, narzędzia do mierzenia poziomu negatywnego oddziaływania na środowisko naturalne, kampanie informacyjne. Ułatwianie zrównoważonej konsumpcji może się odbywać za pośrednictwem instrumentów, które – z jednej strony zapewniają atrakcyjne oferty dóbr „zrównoważonych”, z drugiej ograniczają zakres niezrównoważonych produktów na rynku. Przykładami tego rodzaju instrumentów są zielone podatki i systemy premiowe, dzięki którym konsumenci uzyskują zniżki

na zakup „zielonych” produktów. W ramach ekologizacji istniejących rynków mogą być wykorzystywane „zielone” zamówienia publiczne i zachęty fiskalne.

Do upowszechniania idei zrównoważonej konsumpcji mogą przyczynić się również organizacje komercyjne prowadzące działalność zgodnie z ideą społecznej odpowiedzialności biznesu, aktywiści środowiskowi, blogerzy reprezentujący ruch *slow*¹, akademicy, studenci i organizacje studenckie.

W dalszej części opracowania zaprezentowany zostanie projekt *Needle you Need* Koła Naukowego Enactus UE, stanowiący wręcz wzorcowy przykład wcielenia w życie założeń koncepcji SCP.

5. Projekt *Needle you Need* jako przykład zrównoważonej konsumpcji

Projekt *Needle you Need* (określany dalej jako „projekt”) studentów Uniwersytetu Ekonomicznego we Wrocławiu zainicjowany został w październiku 2016 r. Członkowie Koła, poszukując pomysłu na projekt, który wpiszywałyby się w misję i założenia programowe organizacji Enactus², przeprowadzili studia literaturowe pod kątem współczesnych wyzwań społecznych, gospodarczych i środowiskowych oraz stojących u ich podstawy nieprawidłowości. Z badań wynikało, że w wymiarze społecznym do najpoważniejszych problemów współczesnej ludzkości należą: ubóstwo, głód, bezrobocie, wyzysk, uzależnienia, przestępczość, konflikty zbrojne, niesprawiedliwość społeczna czy rozwarstwienie społeczne. Istnieje też długa lista zagrożeń środowiskowych, wśród których najczęściej wymienia się: nadmierną eksploatację surowców, zanieczyszczenie atmosfery, wody, lasów, wzrost poziomu mórz, powódzie, susze, wzmożoną częstotliwość występowania huraganów i anomalie klimatyczne [Trojanowski 2015, s. 241]. W Unii Europejskiej każdego roku na jedną osobę zużywanych jest 16 ton surowców, z czego 6 ton zmienia się w odpady, połowa odpadów trafia zaś na składowiska [<http://cordis.europa.eu>]. Znaczną część tych odpadów stanowią produkty przemysłu odzieżowego.

Po początkowej dezorientacji wywołanej mnogością i skalą dostrzeżonych problemów ostatecznie postanowiono skoncentrować się na jednym z nich, a mianowicie, nadmiernej i nieodpowiedzialnej konsumpcji odzieży. Tak narodził się projekt *Needle you Need*. Głównym jego celem jest zapobieganie skutkom konsumpcjonizmu. Cele dodatkowe to: rozwój lokalnych społeczności, promowanie idei społecznie odpowiedzialnego biznesu, integracja społeczna oraz rozwój wykonawców projektu. Idea *Needle you Need* zakłada pozyskanie odzieży używanej, z której następnie

¹ Filozofia *slow* oznacza egzystowanie w zwolnionym tempie, minimalistyczne, zdroworozsądkowe podejście do różnych aspektów życia, nacisk na jakość, nie na ilość.

² Powstała w 1975 r. w Stanach Zjednoczonych międzynarodowa organizacja pozarządowa, łącząca świat akademicki ze światem biznesu. Studenci związani z tą organizacją realizują projekty edukacyjno-biznesowe integrujące aspekty ekonomiczne, społeczne i środowiskowe.

szyte są patchworkowe kocyki. Pierwsza zbiórka ubrań odbyła się na kampusie Uniwersytetu Ekonomicznego we Wrocławiu na przełomie listopada i grudnia 2016 r. Obecnie członkowie Koła korzystają dodatkowo z odpadów poprodukcyjnych kilku wrocławskich zakładów krawieckich.

Opisywany projekt w sposób przemyślany i efektywny łączy działania na rzecz zmniejszania skutków nadmiernej konsumpcji odzieży z aktywizacją osób starszych. Do projektu zaangażowano seniorki, z którymi – jak podkreśla Majka Gryczyńska, liderka zespołu – członkowie Koła dzielą się swoją pozytywną energią oraz wiedzą niezbędną do prowadzenia biznesu. Dla osób starszych udział w przedsięwzięciu stanowi okazję do nawiązania nowych znajomości, rozwoju własnych zainteresowań, przełamywania międzypokoleniowych barier komunikacyjnych, dzielenia się wiedzą, doświadczeniem i umiejętnościami. Wszystko to sprzyja nie tylko podniesieniu poczucia własnej wartości, ale też zaspokojeniu potrzeby przynależności. Związane z projektem seniorki to słuchaczki Uniwersytetu Trzeciego Wieku oraz uczestniczki Paczki Seniorów – ogólnopolskiego projektu Stowarzyszenia „Wiosna”. Dzięki uprzejmości wrocławskiego Atelier Łucznik, Koło uzyskało dostęp do pomieszczeń oraz wsparcie merytoryczne dla cyklicznie organizowanych warsztatów krawieckich dedykowanych osobom zainteresowanym szyciem koców.

Do chwili obecnej uszyto 50 kocyków, sprzedano 25. Ich cena waha się od 60 do 100 zł. W realizację projektu zaangażowanych jest 10 senierek, które dostają 35% od każdego sprzedanego kocyka. Koce trafiły do indywidualnych odbiorców, instytucji i firm, m.in. restauracji i kawiarni. Zapotrzebowanie na kocyki złożyło również przedszkole terapeutyczne. Okazało się bowiem, że – ze względu na ich różnorodność, ciekawą kolorystykę i teksturę – mogą pozytywnie wpływać na niepełnosprawne dzieci.

Dzięki zaangażowaniu, kreatywności i wytrwałości członków Koła Projekt *Needle you Need* szybko się rozwija. W efekcie nieformalna grupa owładniętych misją naprawy świata studentów przekształciła się w początkujących, społecznie odpowiedzialnych przedsiębiorców, prowadzących swój biznes w strukturach Akademickiego Inkubatora Przedsiębiorczości.

6. Zakończenie

W artykule zaprezentowano istotę zrównoważonej konsumpcji, naświetlono kontekst nasilenia zainteresowań wzmiankowaną koncepcją oraz wskazano problemy związane z upowszechnianiem zrównoważonych wzorców konsumpcji. Zauważono, że opisane problemy są pochodną nie tylko złożoności czynników warunkujących wybory konsumenckie, głęboko zakorzonego konsumpcjonizmu, ale też licznych wyzwań powodowanych nadmierną degradacją środowiska naturalnego i nierównościami w dystrybucji dochodów. Do grona podmiotów, które mogą wnieść wkład w upowszechnianie idei zrównoważonej konsumpcji, zaliczono organizacje

publiczne, organizacje społeczne, organizacje komercyjne, aktywistów środowiskowych, blogerów, studentów i organizacje studenckie.

Choć problematyka zrównoważonej konsumpcji jest aktualna i ważna, przeprowadzona przez autorkę kwerenda ujawniła deficyt opracowań naukowych w obszarze SCP. W szczególności brakuje badań poświęconych skuteczności instrumentów służących zwiększaniu świadomości ekologicznej, ułatwianiu zrównoważonej konsumpcji oraz ekologizowaniu rynków.

Literatura

- Bauman Z., 2009, *Konsumowanie życia*, Wydawnictwo Uniwersytetu Jagiellońskiego, Kraków.
- Bylok F., 2013, *Konsument, konsumpcja i społeczeństwo konsumpcyjne we współczesnym świecie*, Wydawnictwo Śląsk, Katowice.
- Fuchs D., Lorek S., 2005, *Sustainable consumption governance: A history of promises and failures*, Journal of Consumer Policy, vol. 2, no. 3.
http://cordis.europa.eu/programme/rcn/664389_pl.html (12.10.2017).
- Ockwell D., Whitmarsh L., O'Neill S., 2009, *Reorienting climate change communication for effective mitigation. Forcing people to be green or fostering grassroots engagement?*, Science Communication, vol. 30, no. 3.
- Policy Instruments to Promote Sustainable Consumption*, ASCEE team, Brussels/Heidelberg/Oslo, May 20, 2008, https://www.ioew.de/uploads/tx_ukioewdb/ASCEE_Workshop_Background_Paper.pdf (20.08.2017).
- Terlau W., Hirsch D., *Sustainable Consumption and the Attitude-Behaviour-Gap Phenomenon – Causes and Measurements towards a Sustainable Development*, <http://centmapress.ilb.uni-bonn.de> (20.08.2017).
- The Norwegian Ministry of the Environment organised a symposium on sustainable production and consumption in 1994, <http://www.iisd.ca/consume/oslo000.html> (10.09.2017).
- Trojanowski T., 2015, *Przedsiębiorstwa wobec wyzwań zrównoważonego rozwoju*, Zeszyty Naukowe Politechniki Śląskiej. Seria: Organizacja i Zarządzanie, z. 77, nr kol. 1927.
- United Nations Conference on Environment & Development Rio de Janeiro, Brazil, 3 to 14 June 1992 AGENDA 21, <https://sustainabledevelopment.un.org/content/documents/Agenda21.pdf> (20.08.2017).