

Autorka: Patrycja Longawa

NEWSLETTER

LUTY/2/2025

Biurowo
Zrównoważonego
Rozwoju

ZIELONY
WSLIZ

12 ODPOWIEDZIALNA
KONSUMPCJA
I PRODUKCJA



TEMAT NUMERU:

ZAKUPY ONLINE

Cel 12 Zrównoważonego Rozwoju: Odpowiedzialna konsumpcja i produkcja

Zrównoważona konsumpcja i produkcja wymagają systematycznego podejścia i współpracy podmiotów uczestniczących w całym łańcuchu dostaw, począwszy od producentów, a skończywszy na konsumentach. Proces ten zakłada prowadzenie działań edukacyjnych i innych dla konsumentów, mających podnieść ich świadomość na temat zrównoważonej konsumpcji oraz związanym z nią stylem życia poprzez m.in. prowadzenie akcji informacyjnych na temat standardów i oznakowania produktów, czy też angażowanie konsumentów w kwestie zamówień publicznych*.

* <https://www.un.org.pl/cel12>

Rzeczowo w temacie



dr Kateryna Lysenko-Ryba

Prodziekan Kolegium Zarządzania ds. kierunku Logistyka

Konsumenci są bombardowani niezliczoną ilością ofert zakupowych i bardzo istotne jest, aby wspierać ich w podejmowaniu racjonalnych decyzji. Zwiększenie bardziej odpowiedzialnych zachowań konsumentów to kluczowy punkt w zmuszaniu marek do stosowania bardziej zrównoważonych praktyk.

Decyzje te powinny uwzględniać nie tylko kwestie finansowe, ale również środowiskowe, szczególnie ważne w przypadku zakupów online, gdzie występują duże koszty transportu, który emituje zanieczyszczenia.

Świadomość niebezpieczeństw, jakie współczesny świat niesie dla stanu środowiska naturalnego coraz mocniej przekłada się na wybory zakupowe podejmowane przez konsumentów. Jeśli są one zrównoważone i odpowiedzialne, mogą odegrać kluczową rolę w kształtowaniu nowych modeli konsumpcji, a co za tym idzie, lepszych postaw przedsiębiorców oraz zwiększenie poczucia obowiązku obywatelskiego.

Konsumenci bardzo często nadużywają polityki zwrotów oferowanej przez sklepy, tym samym zwiększając koszty ponoszone przez sprzedawców oraz zanieczyszczenia środowiska emitowane przez transport.

Według raportu Deloitte¹

Bringing it back: Retailers need a synchronized reverse logistics strategy
towary kupione online w porównaniu z zakupami stacjonarnymi mają **trzy razy większe prawdopodobieństwo, że zostaną zwrócone do sklepu**

Badania Optoro² pokazują, że w USA w ciągu tylko 2020 r.

zwrócone towary wytworzyły **2,63 miliarda kg odpadów na wysypiskach**

Wysyłka zwrotów wyemitowała

16 mln ton
metrycznych dwutlenku węgla

¹ <https://www2.deloitte.com/content/dam/Deloitte/us/Documents/process-and-operations/us-bringing-it-back.pdf>

² <https://info.optoro.com/hubfs/The%20Optoro%202020%20Impact%20Report.pdf>



Dlaczego kupujemy online?



Z sieci korzysta około

30 mln Polaków

ok.



75%

dokonuje zakupów
w polskich e-sklepach

36%

korzysta natomiast
z zagranicznych e-sklepów

19%

INTERNAUTÓW KUPIJE
W SOCIAL MEDIA



Najczęściej są to osoby najmłodsze (15–24 lata)³

³ https://gemius.com/documents/66/RAPORT_E-COMMERCE_2024.pdf

Zakupy dokonywane online są

zwracane trzy razy częściej (15,2%)

niż te dokonane stacjonarnie (5%)⁴

⁴ <https://www.icsc.com/news-and-views/icsc-exchange/brick-and-mortar-shopping-drives-lower-return-rate-than-online-shopping>

Co kupujemy najczęściej?

- ☒ odzież (w tym dodatki), obuwie;
- ☒ kosmetyki i perfumy, produkty farmaceutyczne;
- ☒ książki i płyty.



Co motywuje nas do zakupów?

- ☒ dostępność i wygoda;
- ☒ atrakcyjniejsze ceny i nieograniczony czas wyboru;
- ☒ większy asortyment i łatwość porównywania ofert;
- ☒ niższe koszty i czas dostawy (lub darmowa wysyłka) oraz dostępność automatów paczkowych.³

Sprzedaż online zwiększa również wdrażanie
przez sklepy **płatności odroczonego typu PayPo⁴**

87% zwrotów

generowanych jest przez

„nadmierne” zakupy online ubrań

– powodem jest możliwość przymierzenia w domu⁴



Zwroty a ekologia

Wśród badanych raportu *E-Commerce 2024*³

41%

zwraca uwagę na
**WPŁYW ŚRODOWISKOWY
FORMY DOSTAWY**

Dlaczego rośnie zainteresowanie zakupami z drugiej ręki?

- ✕ **jest po prostu taniej**
Grupa Smart Shopperów (osób poszukujących okazji) stanowi ok. 36% konsumentów w Polsce

dostrzegamy większą **różnorodność** i **dostępność** produktów ✕

- ✕ znajdujemy **unikatowe przedmioty**

Według najnowszych danych Gemiusa

aż **50%** kupujących produkty z drugiej ręki, określa swoją sytuację materialną jako „dobrą”³.

³ https://gemius.com/documents/66/RAPORT_E-COMMERCE_2024.pdf

Wśród najważniejszych kwestii znajdują się m.in.:

66% wykorzystanie przez firmę **ekologicznych opakowań**

50% możliwość korzystania z **opakowań wielorazowych**

Kwestie **śladu węglowego** oraz **transportu pojazdami elektrycznymi** są postrzegane przez badanych jako relatywnie mniej istotne.³

Najczęściej wybieramy zwroty:

36%
dostawa do **automatu paczkowego**

12%
darmowe odesłanie kurierem

12%
darmowy zwrot do sklepu stacjonarnego³

Problem w przypadku zwrotów stanowi nie tylko droga powrotna przesyłki, ale także **opakowania**, w których są one dokonywane.⁵

Otrzymany karton powinien służyć do zrobienia zwrotu, co często ułatwiają to sklepy, wysyłając zamówienia w “wielorazowych” opakowaniach*

*Jednocześnie niestety, w przypadku zwracania jednej rzeczy z dużego zamówienia, wykorzystując pierwotne opakowanie marnujemy miejsce w transporcie i przyczyniamy się do większej ilości kursów z przesyłkami.

⁵ <https://nowymarketing.pl/darmowe-zwroty-naturalny-rozwoj-rynku-e-commerce-czy-kolejne-zagrozenie-dla-srodowiska/>

FREE
SHIPPING

Inicjatywy studenckie



wokół 17 Celów Zrównoważonego Rozwoju

„Volunteer Day” – kreatywny projekt studentów WSiZ

Studenci kierunku International Business Management w ramach zajęć *Human Resources Management* pod opieką mgr Michaliny Mróz opracowali projekty „Volunteer Day”.

Ich celem było stworzenie strategii wolontariatu dla firm uwzględniających pracowników na różnych etapach kariery. W efekcie Studenci dokonali analizy rynku pracy, zaprojektowali, zgodny z Celami Zrównoważonego Rozwoju, program wolontariatu, opracowali strategie motywacyjne angażujące w działania społeczne, stworzyli modele mechanizmu procesu decyzyjnego oraz efektywnej współpracy zespołowej.

Dodatkowo, w oparciu o badania rynkowe, przygotowali plakaty promocyjne dla przygotowanych przez nich autorskich koncepcji wolontariatu bez wykorzystania gotowych schematów oraz narzędzi AI.

więcej w aktualnościach na stronie WSliZ:

„Volunteer Day” – kreatywny projekt studentów WSliZ





ZIELONY BLOG

- 09.01.2025 — **Prawa przyrody. Czy jesteśmy na nie gotowi?**
dr Katarzyna Kurzępa-Dedo
- 23.01.2025 — **Kondycja gleb a zdrowie człowieka**
mgr inż. Natalia Guz, mgr Urszula Binduga
- 13.02.2025 — **Zanieczyszczenie środowiska a epidemia otyłości**
– **problem obesogenów**
prof. dr hab. n. med. Konrad Szychowski

Jednocześnie przypominamy o trwającym **konkursie na najlepszą pracę dyplomową podejmującą tematykę zrównoważonego rozwoju** – zgłoszenia obejmują prace obronione do 30.09.2025. Szczegóły ↗

Biuro
Zrównoważonego
Rozwoju

**ZIELONY
WSiZ**

Zespół Biura Zrównoważonego Rozwoju

Biuro Zrównoważonego Rozwoju – RA 143
+48 17 866 12 82 / +48 17 866 11 84

Wszelkie sugestie dotyczące Newslettera, w tym propozycje interesujących Państwa tematów i inicjatyw prosimy kierować na adres: bzr@wsiz.edu.pl

Autorka: Patrycja Longawa

