



Zielony Okrągły Stół

„Eko-odpowiedzialny konsument”

27.06.2022

27 czerwca odbył się pierwszy Zielony Okrągły Stół, nowa inicjatywa Uniwersytetu Warszawskiego mająca na celu otwarcie przestrzeni do dialogu, prezentowanie wyników najnowszych badań, nawiązywanie współpracy ze środowiskiem pozaakademickim, by móc na bieżąco odpowiadać na potrzeby grup społecznych i przedstawicieli biznesu oraz przemysłu, wspólnie zastanawiać się nad kształtowaniem zmian w Polsce i Europie. Spotkanie prowadziła prof. Agata Dziewulska, Pełnomocnik Rektora ds. Platformy Zielonego Dialogu.

W spotkaniu wzięli udział: Małgorzata Chomiuk i Katarzyna Piątek (POLPAK), Rafał Rudziński i Janusz Kuczka (BOSCH), Przemysław Kulik (BGK), Anna Nowosielska i Paweł Raczyński (Kyndryl), Monika Poważna i Arleta Chorąży (KGHM), Karolina Strząska (WSS Społem), dr Jarosław Pietras (były minister do spraw europejskich) oraz społeczności UW: dr Anna Modzelewska (Rzecznik Prasowa UW), dr Anna Buncler (WLS), dr hab. Przemysław Dubel (UOTT), Jacek Cichocki (IZU), Klaudia Nowak (Samorząd Studentów UW), Katarzyna Zagórska i Jakub Sokołowski (WNE),

Katarzyna Zagórska przedstawiła prezentację pt. “Eksperymenty ekonomiczne i wybory konsumentów chroniące środowisko”, w której znalazły się informacje na temat zachowań konsumentów zaobserwowane w eksperymentach naturalnych. Zgodnie z posiadanymi danymi najskuteczniejsze w zmianie postaw konsumenckich była presja społeczna, wynikająca z zachowań otoczenia. Istotnym elementem prezentacji była stosowana metoda badawcza.

Jakub Sokołowski przedstawił prezentację pt. “Konsumenci i pracownicy w procesie transformacji energetycznej”.

Jakub Sokołowski zaprezentował wyniki 3 badań/eksperymentów

1. Eksperyment związany z nowym źródłem ciepła w domu - z czego wynikają zmiany, czym są powodowane, co się stanie, gdy osoby będą zmuszone do wymiany źródła ciepła. Co jest dla nich ważne: koszty jakie poniosą teraz i w przyszłości czy jakość powietrza - odwołanie do świadomości środowiskowej, czy respondenci popierają politykę klimatyczną?

2. Fotowoltaika w Polsce. Program "Mój prąd" - badania wykazały, że duży wpływ na decyzje dotyczące zakładania paneli mają sąsiedzi oraz przyszłe oszczędności i poprawa jakości powietrza - obserwacja społeczności (osiedla, miasta, regiony).
3. Zatrudnienie w spółkach górniczych w kontekście polskiej polityki energetycznej - następuje dekarbonizacja energetyki, ale nie ma polityk uwzględniających zmianę zatrudniania ludzi pracujących w tym sektorze i nadal są kształceni w zawodach związanych z górnictwem węgla kamiennego. Naukowcy mogą pomagać w relokacji pracowników, w planowaniu polityki zatrudnienia, szacować podaż/popyt - ale muszą znać plany/politykę firm/przedsiębiorstw i rządu.

Z badań J. Sokołowskiego nad transformacją energetyczną także wynikało, że duże znaczenie przy kształtowaniu zachowań konsumenckich ma obserwacja otoczenia. Na przykładzie rozwoju paneli fotowoltaicznych wyraźnie widać wpływ grupy sąsiedzkiej.

Jakub Sokołowski dodał, że w najbliższym czasie planowane są badania czy konsumenci będą godzić się na ponoszenie większych kosztów za paliwa kopalne, nie pochodzące z Rosji.

#### Podsumowanie i dyskusja:

prof. Agata Dziewulska rozpoczęła dyskusję przez stwierdzenie, że publikacje, raporty i artykuły nie są wystarczającym sposobem komunikacji dla uniwersytetów. Środowisko akademickie w sposób niedostateczny popularyzuje wyniki badań i dociera do wąskiej grupy odbiorców. Być może podcasty, prowadzone językiem potocznym, proste w odbiorze i atrakcyjne są sposobem na szybsze dotarcie do szerokiej społeczności.

Badania nie powinny być także prowadzone bez dyskusji i współpracy środowisk których bezpośrednio dotyczą. Platforma Zielonego Dialogu może stanowić punkt łączący naukę z biznesem.

Rafał Rudziński (BOSCH) zaproponował by przy wdrażaniu innowacyjnych rozwiązań dla osób nie znających się na danej tematyce - patrzeć na segmentację bo spojrzenie proklimatyczne miasto/wieś jest bardzo różne. Podcasty i rozmowy lub inne formy popularyzacji nauki powinny być dostosowane do grupy docelowej, która nie ma wiedzy na pewne tematy, celowo unika ekspozycji na pewne treści lub nie ma dostępu do informacji z powodu swojej sytuacji materialnej. Przy wydawaniu rekomendacji i lobbowaniu za zmianami legislacyjnymi akademie oraz sektor prywatny powinny ze sobą współpracować.

dr Anna Buncler (Zespół rektorski ds. ekologii oraz kryzysu klimatycznego) poprosiła by nie zapominać o głównej roli Uniwersytetu - edukacji. Zmiany w zachowaniach można według niej osiągnąć edukując, rozmawiając oraz docierając do różnych grup społecznych. Przedstawicielki KGHM zwróciły uwagę, że działania edukacyjne UW powinny także objąć ewentualne zmiany podstawy programowej w szkołach podstawowych i średnich. Rafał

Rudziński zaakcentował, że w trakcie prowadzenia edukacji klimatycznej należy odpowiadać na pytanie: "po co działać proekologicznie"? Zbudowanie świadomości klimatycznej jest niezwykle istotne i nie powinno zostać pominięte.

Arleta Chorąży (KGHM) zaproponowała opracowanie planu współpracy na cały rok i uwzględnienie w działaniach PZD dążenia do zmian instytucjonalnych oraz legislacyjnych.

Według dr hab. Przemysława Dubla (UOTT) nowa perspektywa finansowa w województwie mazowieckim (KPO i RPO) niemal w każdym działaniu ma element ekologiczny. Bardzo wyraźnie widać także sygnały, że granty badawcze będą wymagały zawierania partnerstw z przedsiębiorstwami, w tym często to przedsiębiorstwa będą liderami działań. UW może być w takich projektach dobrym partnerem dla biznesu. Warto byśmy prowadzili działania sieciujące i nawiązywali współpracę już teraz.

Rafał Rudziński zwrócił uwagę na konieczność pilnej edukacji małych i średnich przedsiębiorstw na temat zmian wynikających z Europejskiego Zielonego Ładu. Przedsiębiorstwa te często nie są świadome wdrażanych zmian, nie informuje się ich poprawnie o zmianach legislacyjnych. Uniwersytet może okazać się znakomitym miejscem komunikacji między przedstawicielami dużych przedsiębiorstw, stroną rządową, niezależnymi badaczami oraz małymi oraz średnimi przedsiębiorcami.

Współpraca z UW może także przybrać formę zleceń na analizy i badania. Mariusz Wawer (3M) podkreślił, że niezależne wyniki badań są kluczowe dla podejmowania właściwych decyzji strategicznych. Raporty zamawiane od firm doradczych i think tanków komercyjnych często nie są tak dokładne i obiektywne jak te, zaprezentowane przez naukowców, cieszą się także większym zaufaniem. Ważne jest interpretowanie wyników badań w kontekście społecznym, ekonomicznym oraz modelowanie przyszłości. Małgorzata Chomiuk (Polpak) dodała, że wsparcie w aspekcie edukacyjnym i badawczym uniwersytetów jest nieocenione. Możliwość odwoływania się do rzetelnych, niezależnych badań w trakcie swojej pracy i pomoc w podejmowaniu decyzji swoich klientów jest niezwykle istotne. Mariusz Wawer podkreślił także istotną rolę prowadzenia badań lokalnych i regionalnych, pokazujących realny obraz i identyfikujący kwestie problematyczne. Taka wiedza byłaby także niezwykle pomocna osobom kształtującym polityki krajowe, regionalne oraz przedsiębiorcom.

Na pytanie prof. Dziewulskiej, jak dotrzeć z postulatami zmian do osób decyzyjnych na poziomie krajowym, Małgorzata Chomiuk zaproponowała strategię polegającą na promowaniu medialnym i lobbowaniu, by wykreować widoczne zainteresowanie obywateli i dopiero wtedy udać się z postulatami do strony rządzącej.

Dyrektor UOTT zaproponował także pracę nad zmianą systemową sposobu działania realizacji badań i eksperymentów. W jego opinii należy położyć większy nacisk na realizację potrzeb

zleconych przez przedsiębiorstwa i odejście od prowadzenia badań, analiz i opatentowania wynalazków, a dopiero w drugiej kolejności szukania na nie zapotrzebowania.

#### Wnioski:

- Uniwersytet Warszawski powinien w swoich działaniach skupić się na edukacji i zmianie postaw społeczności, prowadzonej w przystępny i atrakcyjny sposób, dostosowany do różnych grup społecznych.
- Edukacja związana ze zmianami klimatu oraz ekologią powinna odbywać się na poziomie szkoły podstawowej oraz średniej, co wymaga zmiany podstawy programowej. Działania w tym kierunku są już prowadzone między innymi przez Okrągły Stół dla Edukacji Klimatycznej przy UN Global Compact.
- Zmiana stanu wiedzy przekłada się często na zmianę zachowań. Efektem kuli śniegowej, zaprezentowanej w wynikach badań K. Zagórskiej oraz J. Sokołowskiego możemy kształtować proekologiczne wybory konsumenckie.
- Przedsiębiorcy także widzą potrzebę prowadzenia działań edukacyjnych, między innymi dla małych i średnich przedsiębiorstw. Przestrzeń uniwersytecka i udział społeczności akademickiej w koordynacji i moderacji byłaby dobrym rozwiązaniem. Taka kolaboracja ma potencjał by wzbudzić zainteresowanie i zaufanie odbiorców.
- Uniwersytet ma potencjał by przygotowywać wysokiej jakości, niezależne badania i analizy w skali lokalnej, krajowej oraz globalnej. Możliwość skorzystania z takich usług jest dla biznesu bardzo cenna. Powinniśmy budować potencjał w tym obszarze.
- Formuła kolejnych ZOS powinna zawierać element prezentacji akademickich i koncentrować moderowany dialog na sprecyzowanych tematach.