

Od drobiazgów do rewolucji: Co powstrzymuje Polaków przed większymi zmianami?

Kategoria: Styl życia

Opublikowano: wtorek, 03, grudzień 2024 16:30

Alicja Cisowska

Odsłony: 1939

Zdecydowana większość Polaków dostrzega niekorzystne zmiany klimatu – wynika z badań przeprowadzonych na zlecenie ING Banku Śląskiego. Są wprawdzie gotowi, by zmieniać swoje nawyki na bardziej ekologiczne, ale często odstrasza ich koszty i brak wiedzy. Jednocześnie liczą na większe wsparcie i zaangażowanie ze strony rządu i biznesu, a prawie 40 proc. Polaków oczekuje, że to start-upy będą pracowały nad innowacjami proklimatycznymi. One same chętnie się w ten obszar angażują, ale widzą wiele barier, m.in. w pozyskiwaniu kapitału.

Jak wskazuje badanie IPSOS przeprowadzone na zlecenie ING, Polacy wierzą w swoją sprawczość. Prawie trzy czwarte badanych uważa, że gdybyśmy wszyscy wprowadzili niewielkie zmiany, mogłoby one pomóc w przeciwdziałaniu zmianom klimatu.

Wśród najpopularniejszych proekologicznych zmian badani wymieniają ograniczanie zbędnych zakupów (57 proc.), naprawianie zepsutych rzeczy i odzieży, by starczała na dłużej (odpowiednio 53 i 46 proc.), czy sięganie po produkty wyższej jakości, które mogą posłużyć przez lata (41 proc.).

Ankietowani przyznają, że aby żyć w sposób bardziej zrównoważony, brakuje im pieniędzy (53 proc.), wiedzy (46 proc.) i chęci (44 proc.). Potrzebują wsparcia w obszarach, w których potrzebna jest specjalistyczna wiedza lub doświadczenie, jak alternatywne źródła energii (31 proc.), naprawa zepsutych rzeczy oraz energooszczędny sprzęt AGD (po 29 proc.). Co czwarty Polak wskazał na audyt energetyczny mieszkania, kraney i toalety o niskim przepływie wody czy energooszczędne okna.

Ponad połowa badanych uważa, że to instytucje państwowe powinny pracować nad rozwiązaniami na rzecz ekologii, jednak tylko co trzecia osoba zaufałaby ich rozwiązaniom na tyle, by się z nimi przynajmniej zapoznać.

Ponad połowa badanych (57 proc.) za mocną stroną start-upów uważa ich innowacyjność, nieszablonowe myślenie (53 proc.) i motywację do osiągnięcia sukcesu (51 proc.).

Badanie 39 start-upów z obszaru zrównoważonego rozwoju przeprowadzone przez Startup Academy na zlecenie ING wskazuje, że ich główną motywacją do działania jest pozytywna zmiana społeczna lub środowiskowa. Same jednak borykają się z wieloma trudnościami. Wśród największych barier w rozwoju działalności wskazują przede wszystkim na brak dostępu do finansowania i sieci kontaktów i partnerstw, wsparcia w zakresie sprzedaży i marketingu oraz doradztwa prawnego. 58 proc. badanych start-upów twierdzi, że ich działalność wspierająca zrównoważony rozwój ma neutralny albo wręcz negatywny wpływ na pozyskiwanie kapitału.

Źródło: Newseria