

ISTRAŽIVANJE JAVNOG MJENJA O NIVOU SVIJEŠTI GRAĐANA O ENERGETSKOJ EFIKASNOSTI

ENERGIJA U NAŠEM DOMU – ŽIVIMO KVALITETNIJE, PLAĆAJMO MANJE
www.energetska-efikasnost.me



Vlada Crne Gore i Ministarstvo za ekonomski razvoj pokrenuli su nacionalni projekat podsticanja energetske efikasnosti pod nazivom „Godina energetske efikasnosti u Crnoj Gori“.



Preduzimanjem različitih mjera energetske efikasnosti u svom domu: spoljnom izolacijom zidova, korišćenjem kvalitetne stolarije, izo-stakala, štednih sijalica, aparata za domaćinstvo A-kategorije, solarnih kolektora i ostalih obnovljivih izvora energije...



...građani Crne Gore mogu ostvariti značajne uštede u korišćenju energenata i pri tom, uz manje troškove, živjeti kvalitetnije.

SADRŽAJ:

UVODNE INFORMACIJE.....	3
METODOLOGIJA ISTRAŽIVANJA.....	3
ANALIZA REZULTATA	5
1. POTROŠNJA ENERGIJE U DOMAĆINSTVU	5
2. ENERGETSKA EFIKASNOST – DEFINICIJA I PROMOTIVNE AKTIVNOSTI.....	6
3. MJERE ENERGETSKE EFIKASNOSTI	10
4. DEMOGRAFSKE KARAKTERISTIKE ISPITANIKA.....	13
REZIME ISTRAŽIVANJA.....	14
PRILOG 1. UPITNIK	16

UVODNE INFORMACIJE

Ministarstvo za ekonomski razvoj, uz podršku GTZ – a i Saveznog ministarstva za ekonomsku saradnju i razvoj Republike Njemačke, je osmislilo projekat “Godina energetske efikasnosti”. U okviru projekta pripremljeno je 17 mjera koje u fokusu imaju različite ciljne grupe: od domaćinstava, do privrede i javnog sektora.

Sa ciljem jačanja svijesti građana o značaju i mogućnostima ostvarenja energetske efikasnosti, u oktobru 2008. godine realizovano je CATI istraživanje o Upoznatosti građana sa energetsom efikasnosti u domaćinstvu. Kako bi se i u budućem periodu nastavilo sa informisanjem javnosti i edukovanjem o značaju racionalne potrošnje, Ministarstvo za ekonomski razvoj uz podršku GTZ – a, nastavlja sa realizacijom sličnih istraživanja.

METODOLOGIJA ISTRAŽIVANJA

Istraživanje javnog mjenja o nivou svijesti građana o energetske efikasnosti sproveo je, za potrebe Ministarstva za ekonomski razvoj i GTZ, CEED Consulting iz Podgorice. Istraživanje je realizovano primjenom kvantitativnog (face-to-face) i kvalitativnog (fokus grupe) istraživačkog metoda.

Kvantitativno istraživanje je sprovedeno na uzorku od 454 ispitanika, odnosno predstavnika domaćinstva koji žive u sopstvenoj kući/stanu. Kao polazna osnova za kreiranje uzorka korišćeni su podaci Monstata o broju punoljetnih građana u Crnoj Gori na osnovu kojih je kreiran reprezentativan uzorak¹.

Tabela 1. Prikaz strukture uzorka po regionu i opštinama

	BROJ ANKETA	% UČEŠĆE U UZORKU
Podgorica	90	19,8
Nikšić	61	13,4
CENTRALNI REGION	151	33,3
Bijelo Polje	60	13,2
Berane	45	9,9
Pljevlja	46	10,1
SJEVERNI REGION	151	33,3
Ulcinj	42	9,3
Bar	35	7,7
Budva	40	8,8
Herceg Novi	35	7,6
JUŽNI REGION	152	33,4
UKUPNO:	454	100,0

¹ Reprezentativnost uzorka podrazumijeva da odabrane jedinice posmatranog skupa, odnosno populacije imaju sve osobine ukupne populacije.

Anketni upitnik definisan sa ciljem realizovanja ovog istraživanja, sadržao je 30 pitanja i za potrebe prikupljanja podataka angažovan je tim od 14 anketara. Anketari su prošli jednodnevnu obuku na kojoj su dobili sve neophodne instrukcije o cilju istraživanja, sadržaju upitnika, načinu popunjavanja i rokovima za prikupljanje podataka. Takođe, tokom rada na terenu građanima je podijeljen propagadni materijal što je dodatno doprinijelo njihovom informisanju i upoznavanju sa energetsom efikasnošću.

CEED Consulting je bio u stalnom kontaktu sa anketarima i tokom rada na terenu. Određeni procenat prikupljenih anketa je telefonski provjeren, nakon čega je uslijedila i logička kontrola. Elektronski unos prikupljenih podataka izvršen je u Excel programu, dok je obrada urađena u SPSS (Statistical Package for the Social Sciences) programu. SPSS predstavlja sistem za upravljanje podacima i njihovu analizu i koristi se za istraživanje tržišta, istraživanje obrazovnih institucija itd.

Kvalitativno istraživanje realizovano je kroz grupne fokus diskusije predstavnika domaćinstva upoznatih sa aktivnostima i mjerama energetske efikasnosti. Organizovane su tri fokus grupe, i to u Podgorici, Nikšiću i Kotoru, sa ciljem dubljeg razumijevanja stavova, motiva i načina razmišljanja učesnika i njihovih (ne)reakcija na promotivne aktivnosti.

Analiza dobijenih rezultata prikazana je u ovom jedinstvenom izvještaju i obuhvata rezultate kvalitativnog i kvantitativnog istraživanja.

Imajući u vidu primijenjenu metodologiju i način realizovanja projekta, dobijeni rezultati vjerno odlikavaju nivo svijesti građana o energetske efikasnosti i njenom značaju.

ANALIZA REZULTATA

Sa ciljem sagledavanja informisanja javnosti i jačanjem svijesti o značaju energetske efikasnosti realizovano je kvantitativno i kvalitativno istraživanje koje je obuhvatilo više tematskih cjelina:

- Potrošnja energije u domaćinstvu,
- Energetska efikasnost – definicija i promotivne aktivnosti,
- Mjere energetske efikasnosti, i
- Demografske karakteristike ispitanika.

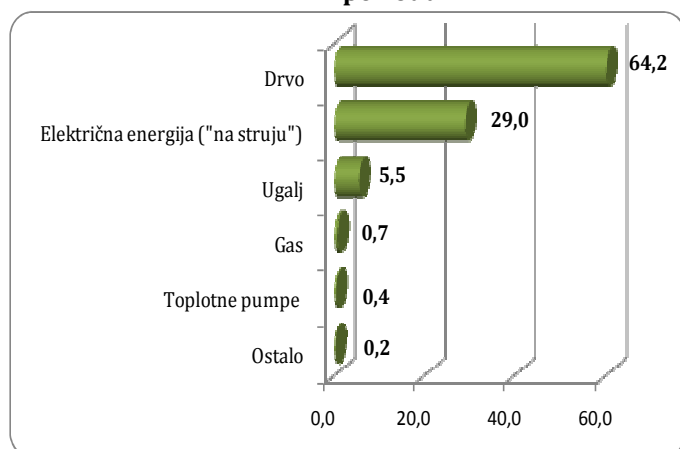
1. POTROŠNJA ENERGIJE U DOMAĆINSTVU

Tri četvrtine ispitanika u domaćinstvu najčešće koristi **električnu energiju**, a u znatno manjem procentu upotrebljavaju drva (72,2%, odnosno 27,2%).

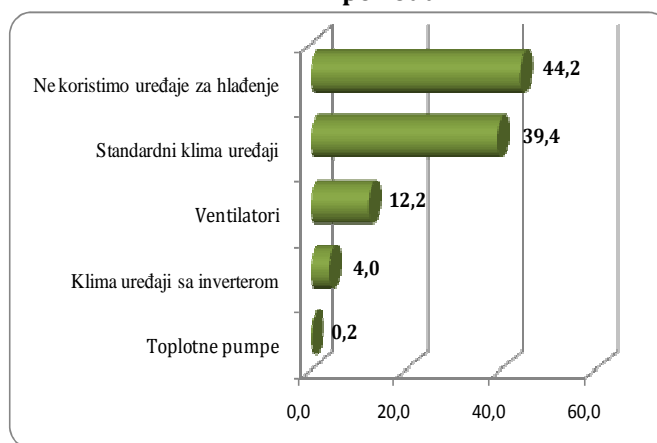
Za koji energent će se opredijeliti za **grijanje u zimskom periodu** određuju uslovi stanovanja i region u kome žive. Dobijeni rezultati pokazuju da ispitanici za grijanje najčešće koriste drva i električnu energiju (Grafik 1). Detaljniji uvid pokazuje da se za upotrebu drva najčešće opredjeljuju oni koji žive u sjevernom i centralnom regionu, dok električnu energiju koriste građani na jugu.

Za **hlađenje u ljetnjem periodu** dvije petine ispitanika koristi standardne klima uređaje (Grafik 2). Ovo je posebno karakteristično za građane iz centralnog i južnog regiona što je uslovljeno specifičnošću klime u ovim područjima. Bitno je istaći da je dvije petine ispitanika istaklo da ne koriste uređaje za hlađenje - u pitanju su oni koji žive na sjeveru.

Grafik 1. Energenti za grijanje u zimskom periodu



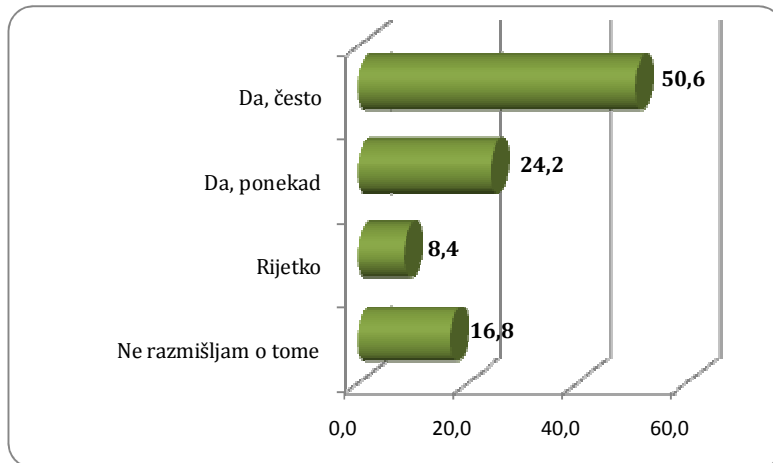
Grafik 2. Uređaji za hlađenje u ljetnjem periodu



O smanjenju ukupnog računa za energiju u domaćinstvu, *često razmišlja* svaki drugi i *ponekad* svaki četvrti ispitanik (Grafik 3). Kako bi smanjili potrošnju električne energije u domaćinstvu, 42,4% ispitanika preduzima neku od sledećih mjera: racionalno korišćenje električne energije, upotreba štednih sijalica, kao i korišćenje jeftine tarifu i plina.

Žene često razmišljaju o smanjenju računa za energiju što je i opravdano iz razloga što su one „prepoznate“ kao osobe koje vode brigu o domaćinstvu. Takođe, žene su te koje češće, u odnosu na muškarce, preduzimaju neke od mjera smanjenja potrošnje električne energije.

Grafik 3. Razmišljate li o smanjenju računa za energiju u domaćinstvu?



2. ENERGETSKA EFIKASNOST – DEFINICIJA I PROMOTIVNE AKTIVNOSTI

Tri petine – 59,8%² ispitanika zna i pretpostavlja da zna, ali nije siguran šta se podrazumijeva pod **pojmom energetska efikasnost**. Ovaj pojam oni najčešće definišu kao racionalno korišćenje električne energije i ušteda energije (Grafik 4).

Muškarci znaju i pretpostavljaju da znaju šta se podrazumijeva pod pojmom energetska efikasnost. Sa druge strane, žene su te koje najčešće ne znaju šta se podrazumijeva pod ovim pojmom.

Učesnici fokus grupa su energetska efikasnost najčešće definisali kao ušteda energije, racionalnije trošenje električne energije i efikasnije korišćenje energetske resursa. Kao načine za ostvarivanje energetske efikasnosti istakli su da je potrebno upotrebljavati štedne sijalice, odgovornije koristiti kućanske aparate i izolovati kuću/stan.

„Energetska efikasnost znači svrsishodno i efikasno korišćenje električne energije.“

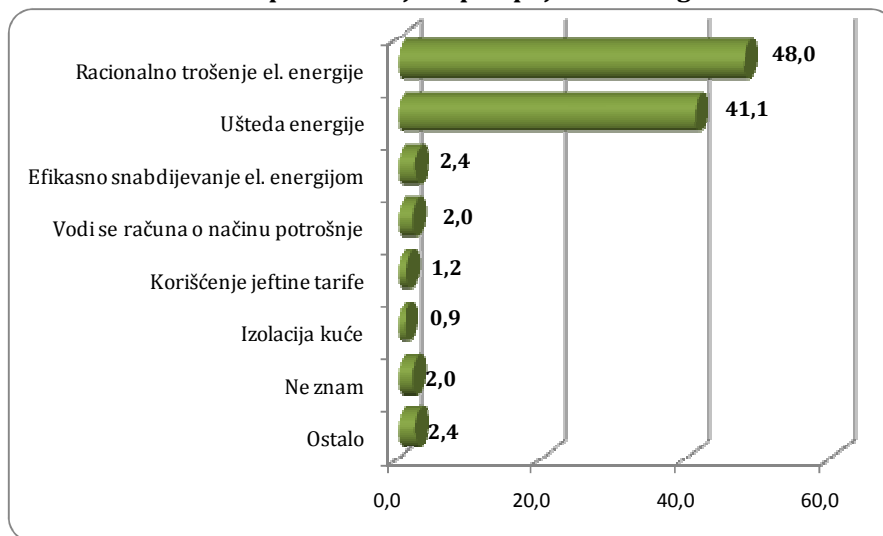
Rezultati CATI istraživanja³ pokazuju da su ispitanici tada bili manje upoznati sa pojmom energetska efikasnost – 36,7%⁴ je navelo da zna i pretpostavlja da zna šta se pod njim podrazumijeva. Tada su energetska efikasnost definisali kao racionalno korišćenje električne energije i ušteda energije.

² „Da“ + „Pretpostavljam da znam, ali nijesam siguran“ = 27,8% + 32,0% = 59,8%

³ CATI istraživanje o upoznatosti građana sa energetska efikasnošću u domaćinstvu, Oktobar 2008. godine

⁴ „Da“ + „Pretpostavljam da znam, ali nijesam siguran“ = 23,6% + 13,1% = 36,7%

Grafik 4. Šta se podrazumijeva pod pojmom energetska efikasnost?



Skoro svaki treći (31,3%) ispitanik je upoznat sa činjenicom da je u toku **Godina energetske efikasnosti** u Crnoj Gori. Kako bi se građani, u narednom periodu, u još većoj mjeri upoznali sa aktivnostima navedenog projekta potrebno je preduzeti aktivnije propagadne mjere. U istoj mjeri su, i muškarci i žene, upoznati da je u toku Godina energetske efikasnosti.

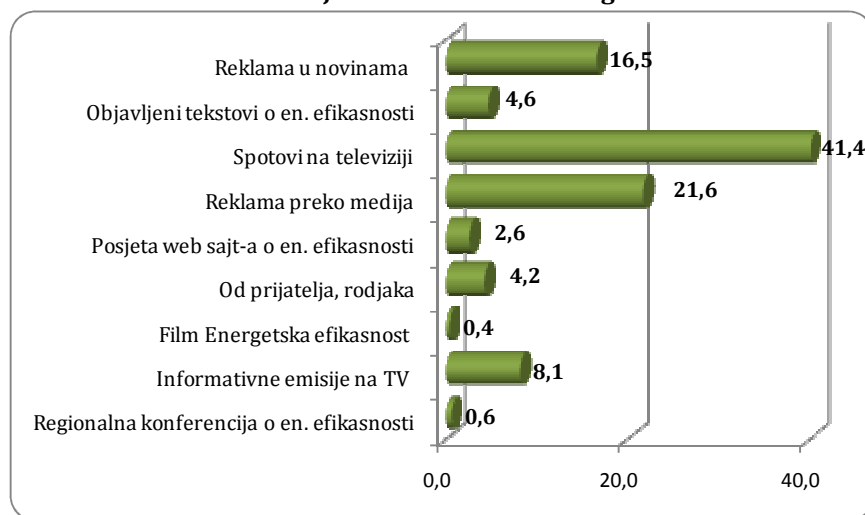
Efikasan način plasiranja informacija građanima ostvaruje se preko elektronskih i štampanih medija što potvrđuju i dobijeni rezultati. Naime, dvije petine (63,0%) ispitanika je **u medijima** primijetilo informacije koje se odnose na racionalnu potrošnju energije povećanjem energetske efikasnosti. Muškarci su ti koji češće primjećuju navedene informacije u medijima.

Spotovi na televiziji, reklama preko medija i u novinama su najčešći načini na koji su čuli za energetska efikasnost (Grafik 5). Ove načine, podjednako, navode i muškarci i žene.

Učesnici fokus grupa su promotivne aktivnosti i kampanju ocijenili kao „informativnu, upečatljivu i simpatičnu“. I u narednom periodu je potrebno plasirati informacije o energetska efikasnosti sa akcentom na „načine racionalnog trošenja energije i uslovima kupovine uređaja sa kojima se ostvaruje energetska efikasnost“.

Rezultati CATI istraživanja pokazuju da je dvije petine ispitanika primijetilo u medijima informacije o racionalnoj potrošnji energije povećanjem energetske efikasnosti.

Grafik 5. Na koji način ste čuli za energetska efikasnost?



Logo energetske efikasnosti je spontano prepoznao svaki četvrti (25,9%) ispitanik. Ovi ispitanici su logo primijetili na televiziji i u novinama (84,0%, odnosno 11,7%). Logo češće prepoznaju muškarci.

Da još uvijek nije web sajt „prepoznat“ kao značajan način informisanja građana o određenoj temi pokazuju i dobijeni rezultati. Naime, svega 6,9% ispitanika je posjetilo **web sajt** o energetske efikasnosti u Crnoj Gori i raspoložive informacije su ocijenili korisnim - informacije o racionalnoj potrošnji, karakteristikama štednih sijalica, uređajima kojima se ostvaruje energetska efikasnost i sl. Web sajt su, u većem procentu, posjećivali muškarci i one ocjenjuju raspoložive informacije korisnim.

Dvije trećine ispitanika (65,3%) je primijetilo, odnosno odgledalo propagadne **TV spotove** o energetske efikasnosti. Muškarci su, u neznatno većem procentu u odnosu na ispitanice, odgledali propagadne TV spotove.

Emitovani spotovi su kod ispitanika probudili različite utiske, ali prije svega smatraju da su informativni, kao i da stimulišu na određene promjene i da su šaljivi (Grafik 6). Žene, iznad prosjeka, ističu da su propagadni spotovi informativni i da stimulišu na primjenu neke od navedenih mjera.

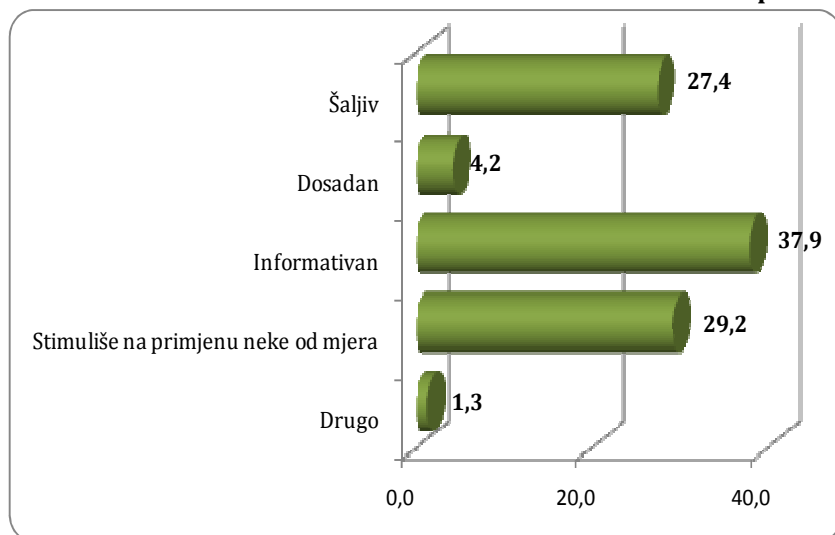
Opšti utisak učesnika fokus grupa, u Podgorici, Nikšiću i Kotoru, je da je TV spot „simpatičan, veseo i nesvakidašnji, jer podstiče ljude da razmišljaju o energetske efikasnosti“. Takođe, učesnici iz Nikšića i Kotora su istakli da, i pored navedenih karakteristika i niza prednosti, navedene mjere iziskuju velika finansijska sredstva koja ne mogu izdvojiti u ovom trenutku krize.

U cilju **unapređenja dosadašnje promotivne** kampanje, učesnici fokus grupa su istakli da je potrebno:

- plasirati veći broj spotova o energetske efikasnosti koji bi išli u udarnim terminima i na različitim kanalima,

- uraditi polučasovne edukativne emisije u kojima bi se istakao značaj energetske efikasnosti, mjere kojima se ostvaruje, ukazalo na razlike u potrošnji starih i novih energetski značajnih uređaja, kao i istakle cijene i uslovi kupovine navedenih uređaja,
- organizovati žurke pod sloganom „Racionalno trošimo energiju“,
- raditi na edukaciji mladih ljudi – osnovaca i srednjoškolaca – kako bi se podigla svijest o značaju ostvarenja energetske efikasnosti.

Grafik 6. Kakav su utisak na Vas ostavili emitovani TV spotovi?



Ispitanici su pokazali slabu upoznatost prilikom definisanja pojmova energy bus, energetski pregled zgrade i pasivne kuće. Svega 3,5% ispitanika je definisalo **energy bus** - u pitanju je autobus koji promovira aktivnosti energetske efikasnosti, odnosno u pitanju je autobus koji za pogon koristi energetski efikasan sistem. Muškarci su bolje upoznati sa ovim pojmom.

Šta se podrazumijeva pod **energetskim pregledom zgrada** navelo je svega 9,9% ispitanika - u pitanju je analiza stanja zgrade u cilju povećanja energetske efikasnosti, analiza racionalnosti potrošnje struje, odnosno evidencija potrošnje struje, pregled instalacija i provjera potrošnje u zgradi. I muškarci i žene, iznad prosjeka, pokazuju upoznatost sa navedenim pojmom.

Svaki deseti (10,3%) ispitanik smatra da se pod pojmom **pasivna kuća** podrazumijeva kuća u kojoj se racionalno troši električna energija, odnosno da je riječ o energetski efikasnoj kući i kući koja se ne napaja električnom energijom. Muškarci su češće definisali pojam pasivne kuće.

Prethodno dobijeni rezultati ukazuju na slabu upoznatost građana sa navedenim pojmovima i čak njihovo pogrešno definisanje. Iz tog razloga potrebno je iskoristiti postojeće promotivne aktivnosti (novine, bilbordi, članci itd.) u cilju dodatnog informisanja i upoznavanja sa istim.

3. MJERE ENERGETSKE EFIKASNOSTI

Aktivnosti unapređenja mjera energetske efikasnosti, na skali od 1 – najmanje značajna do 10 – veoma značajna, ispitanici ocjenjuju značajnim dodjeljivanjem ocjena koji su iznad 5. Sa najvećom ocjenom ispitanici su ocijeni aktivnost uvođenja besplatne telefonske linije za informisanje i savjetovanje građana (ocjena 7,78) i podjelu brošura i drugog promotivnog materijala (ocjena 6,64), Tabela 2. Za sve navedena aktivnosti pokazuje se da su, pripadnici oba pola, upoznati sa aktivnostima unapređenja mjera energetske efikasnosti.

Učesnici fokus grupe iz Podgorice su kao najznačajniju aktivnost ocijenili otvaranje show room-ova i podjelu brošura i drugog promotivnog materijala. Oni iz Nikšića posebno značajnom izdvajaju uvođenje besplatne telefonske linije i otvaranje info centra; dok su učesnici iz južnog regiona, Kotor, istakli kao bitno otvaranje info centara i plasiranje brošura i drugih promotivnih aktivnosti.

„Danas nemaju svi kompjuter, ali imaju telefon i zato je značajno uvođenje besplatne telefonske linije.“ Nikšić

„Face-to-face kontakt je najbitniji jer omogućava da se na jednom mjestu informišete.“ Kotor

Tabela 2. Prosječne ocjene aktivnosti unapređenja energetske efikasnosti

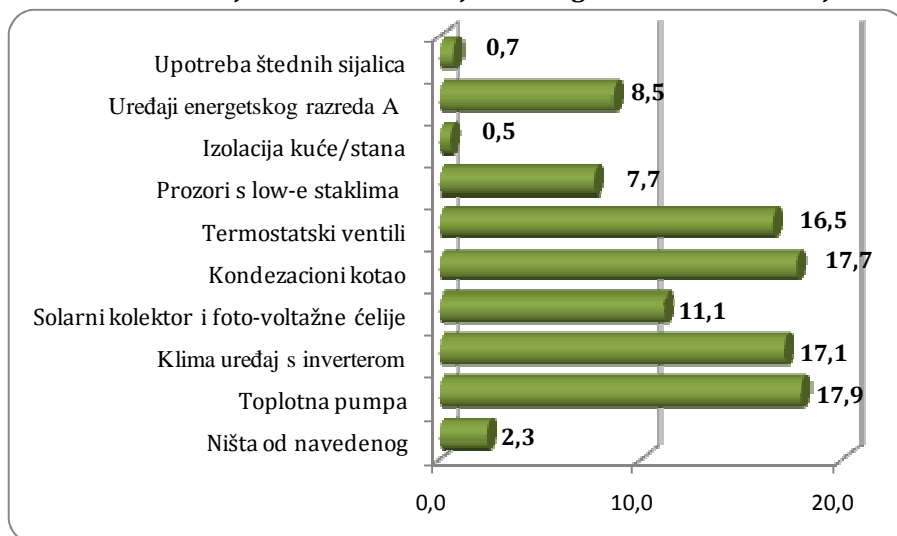
	Ocjena
Otvaranje infocentra za građane za savjetovanje u oblasti energetske efikasnosti	6,41
Uvođenje besplatne telefonske linije za informisanje i savjetovanje građana	7,78
Informisanje preko internet stranice	5,53
Show room o energetske efikasnim proizvodima	5,64
Brošure i drugi promotivni/ informativni materijal	6,64
Seminari/radionice/konferencije/okrugli stolovi	5,42

Anketirani pokazuju dobru **upoznatost sa pojedinim mjerama energetske efikasnosti** – štedne sijalice, uređaji energetskog razreda A, prozori sa e-low staklima (Grafik 7). Sa druge strane skoro svaki peti ispitanik nije upoznat sa toplotnom pumpom, kondezacionim kotlom i klima uređajima sa inverterom. Najmanju upoznatost sa tri navedene mjere pokazuju ispitanici sa sjevera.

Žene u većem procentu od muškaraca, nijesu čule za uređaje energetskog razreda A i termostatske ventile; dok muškarci za klima uređaje sa inverterom i toplotne pumpe.

Rezultati CATI istraživanja pokazuju veću neupoznatost ispitanika, odnosno oni najčešće nijesu čuli za termostatski ventil i kondezacioni kotao (27,5%), klima uređaj sa inverterom (25,0%) i solarni kolektor (12,5%).

Grafik 7. Za koju od navedenih mjera energetske efikasnosti niste čuli:



Svaki treći ispitanik **upotrebljava** štedne sijalice u svom domaćinstvu, dok je svaki deseti izolovao kuću/stan (Grafik 8). Bitno je napomenuti da dvije petine ispitanika nije sprovelo ni jednu od navedenih mjera u svom domaćinstvu. Detaljnija analiza pokazuje da anketirani građani sa sjevera u znatno manjem procentu primjenjuju navedene mjere, u poređenju sa onim iz centralnog i južnog regiona. U približno istom procentu, muškarci i žene, su sproveli navedene mjere.

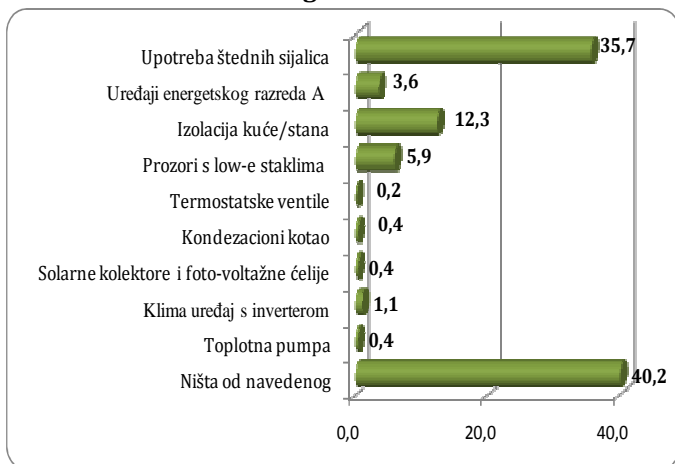
I u realizovanom CATI istraživanju, ispitanici su sproveli slične mjere: ništa od navedenog (37,5%), upotreba štednih sijalica (33,2%), izolacija kuće/stana (9,5%) i prozori sa e-low staklima (8,5%).

U budućem periodu ispitanici **bi bili spremni** da izoluju kuću/stan, upotrebljavaju štedne sijalice i uređaje energetskog razreda A (Grafik 9). Za izolaciju kuće/stana bili bi spremni ispitanici iz sjevernog i centralniog regiona i oni koji ostvaruju mjesečne prihode koji se kreću od 501 do 1.000€.

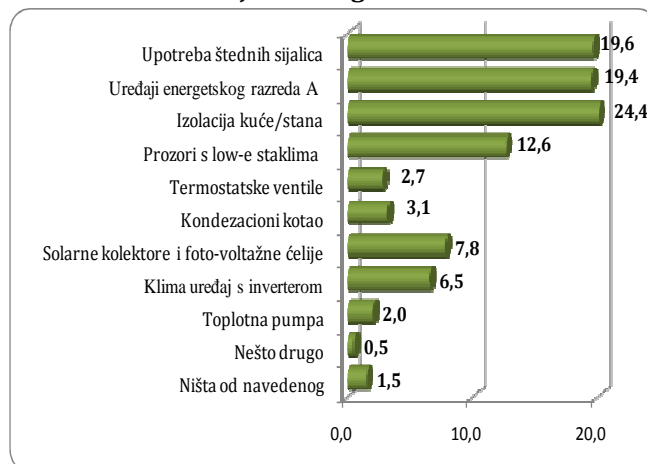
Žene bi bile spremne za uvođenje energetskog razreda A i izolaciju kuće/stana, a muškarci za prozore sa e-low staklima.

Prema CATI istraživanju, ispitanici bi bili spremni za primjenu uređaja energetskog razreda A i upotrebu štednih sijalica (24,4%, odnosno 21,6%), izolaciju kuće i prozore sa e-low staklima (15,3%, odnosno 14,2%).

Grafik 8. Da li ste sproveli neku od mjera energetske efikasnosti?



Grafik 9. Da li bi bili spremni sprovesti neku od mjera energetske efikasnosti?

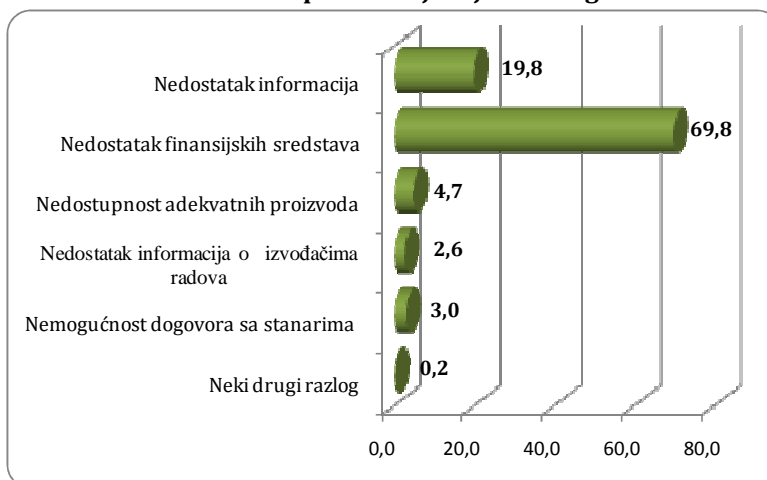


Najčešće navedeni razlog zbog koga ne bi sproveli neku od navedenih mjera je nedostatak finansijskih sredstava (Grafik 10). Takođe, svaki peti ispitanik ističe i nedostatak informacija - preduzeti intezivnije promotivne mjere sa ciljem jačanja svijesti i bolje upoznatosti predloženih mjera. Detaljnija analiza pokazuje da ispitanici sa sjevera, najčešće, kao razlog ističu nedostatak finansija, dok oni sa juga nedovoljnu informisanost.

Muškarci kao osnovni razlog nesprovođenja mjera ističu nedostatak finansija. Nedostatak adekvatnih informacija iznad prosjeka navode žene.

CATI istraživanje je isto tako pokazalo da u razlozi nesprovođenja mjera nedostatak finansijskih sredstava i nedovoljnost informacija (72,0%, odnosno 14,6%).

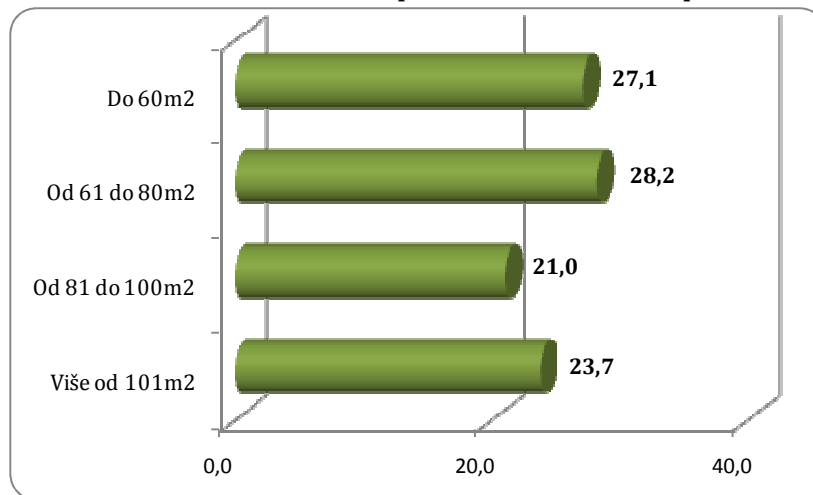
Grafik 10. Razlozi nesprovođenja mjera energetske efikasnosti:



4. DEMOGRAFSKE KARAKTERISTIKE ISPITANIKA

Ispitanici su u 71,6% smješteni u kući, odnosno 29,4% u stanu. U pitanju je stambeni prostor koji u 28,2% slučajeva ima od 61 do 80 m².

Grafik 11. Kvadratura prostora u kome žive ispitanici



Slučajan uzorak i izbor anketiranih predstavnika domaćinstva pokazao je da je 61,9% ispitanika ženskog pola.

Svaki treći ispitanik ima 30 do 45 godina, a nešto više od dvije trećine (68,7%) je sa završenom srednjom školom.

Ukupni mjesečni prihodi domaćinstva kreću se, kod svakog trećeg ispitanika, od 501 do 1000€.

REZIME ISTRAŽIVANJA

Istraživanje javnog mjenja o nivou svijesti građana o energetskej efikasnosti realizovano je sa ciljem sagledavanja upoznatosti građana s energetskej efikasnošću i njihovog informisanja i edukovanja o značaju racionalne potrošnje u domaćinstvu.

Istraživanje je sprovedeno u 9 crnogorskih opština na uzorku od 454 ispitanika koji žive u sopstvenom domaćinstvu/stanu.

- Tri četvrtine ispitanika u domaćinstvu najčešće koristi **električnu energiju**
- Za grijanje u zimskom periodu koriste drva i električnu energiju, a za hlađenje u ljetnjem periodu standardne klima uređaje
- O smanjenju ukupnog računa za energiju u domaćinstvu **često** razmišlja svaki drugi ispitanik
- Ispitanici pokazuju **dobru upoznatost sa konceptom energetske efikasnosti** - tri petine (59,8%) zna i pretpostavlja da zna, ali nije siguran šta se podrazumijeva pod pojmom energetska efikasnost

Realizovano CATI istraživanje je pokazalo da ispitanici nijesu dovoljno upoznatosti sa ovim konceptom - 36,7% zna i pretpostavlja da zna šta se podrazumijeva pod ovim pojmom

- Ispitanici energetskej efikasnost, i u ovom i u CATI istraživanju, definišu kao **racionalno korišćenje i ušteda energije**
- Svaki treći ispitanik je upoznat sa činjenicom da je u toku **Godina energetske efikasnosti** u Crnoj Gori
- Po dvije petine ispitanika je, i u ovom i u CATI istraživanju, primijetilo informacije **u medijima** koje se odnose na racionalnu potrošnju energije povećanjem energetske efikasnosti
- Emitovani spotovi na televiziji su najčešći način na koji su građani čuli za energetskej efikasnost - dvije trećine ispitanika je primijetilo/odgledalo propagadne **TV spotove**
- Emitovani spotovi, prema mišljenju građana, su **informativni i stimulišu na određene promjene**
- **Logo energetske efikasnosti** spontano prepoznaje svaki četvrti ispitanik
- **Web sajt** nije „prepoznat“ kao značajan način informisanja građana o energetskej efikasnosti
- Ispitanici su pokazali slabu upoznatost sa pojmovima **energy bus, energetskej pregled zgrada i pasivna kuća**

- **Uvođenje besplatne telefonske linije** za informisanje i savjetovanje građana (ocjena 7,78) i **podjela brošura** i drugog promotivnog materijala (ocjena 6,64) su ocijenjeni kao najznačajnije aktivnosti unapređenja mjera energetske efikasnosti
- Svaki peti ispitanik **nije upoznat** sa toplotnom pumpom (17,9%), kondezacionim kotlom (17,7%) i klima uređajima sa inverterom (17,1%)
Rezultati CATI istraživanja pokazuju veću neupoznatost ispitanika sa sledećim uređajima - nijesu čuli za termostatski ventil i kondezacioni kotao (po 27,5%) i klima uređaj sa inverterom (25,0%)
- Svaki treći građanin, i u ovom i u CATI istraživanju, koristi štedne sijalice kao mjeru uštede energije u domaćinstvu
- Svaki četvrti ispitanik **bi bio spreman** da izoluje kuću/stan, a svaki peti da upotrebljava štedne sijalice i uređaje energetskog razreda A
CATI istraživanje je pokazalo da bi svaki peti ispitanik bio spreman da sprovede uređaje energetskog razreda A
- Najčešće navedeni razlog zbog koga ne bi sprovedli neku od navedenih mjera je, za skoro tri četvrtine ispitanika, i u ovom i u CATI istraživanju, nedostatak finansijskih sredstava.

PRILOG 1. UPITNIK

**ISTRAŽIVANJE JAVNOG MJENJA O NIVOU SVIJESTI GRAĐANA
O ENERGETSKOJ EFIKASNOSTI**

- 1. Koje od navedenih energenata naičešće koristite u domaćinstvu:**
 1. Električna energija
 2. Drva
 3. Plin
 4. Ostalo, navesti _____

- 2. Koji od energenata koristite za grijanje u zimskom periodu:**
 1. Električna energija ("na struju")
 2. Gas
 3. Lož ulje
 4. Drvo
 5. Ugalj
 6. Solarna energija
 7. Toplotne pumpe
 8. Ostalo, navesti _____

- 3. Koji od uređaja koristite za hlađenje u ljetnjem periodu:**
 1. Standardni klima uređaji
 2. Klima uređaji sa inverterom
 3. Ventilatori
 4. Toplotne pumpe
 5. Ostalo, navesti _____
 6. Ne koristimo uređaje za hlađenje

- 4. Razmišljate li o smanjenju računa za energiju u domaćinstvu:**
 1. Da, često
 2. Da, ponekad
 3. Rijetko
 4. Ne razmišljam o tome

- 5. Da li ste preuzeli neku mjeru u domaćinstvu kako bi se smanjila potrošnja električne energije?**
 1. Da, navesti mjeru _____
 2. Ne

- 6. Da li znate šta se podrazumijeva pod pojmom energetska efikasnost?**
 1. Da
 2. Pretpostavljam da znam, ali nisam siguran/na
 3. Ne (preći na pitanje 9)

- 7. Kako biste definisali pojam energetske efikasnosti?**

- 8. Da li ste u medijima primijetili informacije koji se odnose na racionalnu potrošnju energije povećanjem energetske efikasnosti?**

1. Da
2. Ne (preći na pitanje 10)
3. Nijesam siguran/na (preći na pitanje 10)

9. Na koji način ste čuli za energetska efikasnost (mogućnost davanja više odgovora):

1. Reklama u novinama
2. Objavljeni tekstovi o energetska efikasnosti (novine, časopisi, Internet, itd)
3. Spotovi na televiziji
4. Reklama preko radija
5. Posjeta web sajt-a o energetska efikasnosti
6. Od prijatelja, rođaka
7. Film Energetska efikasnost u Crnoj Gori
8. Informativne emisije na TV
9. Regionalna konferencija o energetska efikasnosti
10. Ostalo, navesti_____

10. Da li prepoznajete ovaj logo (ukoliko ispitanik ne zna da opiše logo pokazati karticu)?

1. Da, gdje ste ga vidjeli_____
2. Ne (preći na pitanje 12)

11. Logo ste vidjeli/primijetili:

1. Opisati gdje_____
2. Nijesam siguran/na

12. Da li ste posjetili web sajt Energetska efikasnost u Crnoj Gori (www.energetska-efikasnost.me)?

1. Da
2. Ne (preći na pitanje 14)

13. Da li su Vam neke od informacija na web sajtu bile od koristi:

1. Da, navesti koje_____
2. Ne

14. Da li ste upoznati da je u toku Godina energetska efikasnosti u Crnoj Gori?

1. Da
2. Ne

15. Da li ste primijetili propagandne TV spotove o energetska efikasnosti ?

1. Da
2. Ne (preći na pitanje)

16. Kakav su utisak na Vas ostavili propagadni TV spotovi (izabrati tačno 2 odgovora):

1. Šaljiv
2. Dosadan
3. Informativan
4. Stimuliše na primjenu neke od predloženih mjera
5. Drugo,navesti_____

17. Kako biste definisali Energy bus i koja je njegova namjena?

18. Kako biste definisali pojam energetske pregled zgrada?

19. Kako biste definisali pojam pasivna kuća?

20. Koje od navedenih aktivnosti unapređenja energetske efikasnosti ocjenjujete kao značajne (koristiti skalu od 1- najmanje značajna do 10 - veoma značajna):

1. Otvaranje infocentra za građane za savjetovanje u oblasti energetske efikasnosti _____
2. Uvođenje besplatne telefonske linije za informisanje i savjetovanje građana _____
3. Informisanje preko internet stranice _____
4. Show room o energetske efikasnim proizvodima _____
5. Brošure i drugi promotivni/ informativni materijal _____
6. Seminari/radionice/konferencije/okrugli stolovi, itd _____
7. Nešto drugo, navesti _____

21. Među navedenim primjerima ima li nekih za koje niste dosad čuli? (navedite sve za koje niste čuli)

1. Upotreba štednih sijalica
2. Uređaji energetske razreda A (uređaji koji troše minimalno energiju)
3. Izolacija kuće/stana
4. Prozori s low-e (nisko emisionim) staklima (prozore sa boljom izolacijom)
5. Termostatski ventili
6. Kondezacioni kotao
7. Solarni kolektor i foto-voltažne ćelije
8. Klima uređaj s inverterom
9. Toplotna pumpa
10. Nešto drugo, navesti _____
11. Ništa od navedenog

22. Da li ste u prethodnoj godini dana sprovedi neku od mjera energetske efikasnosti u Vašem domaćinstvu? (mogućnost davanja više odgovora)

1. Upotreba štednih sijalica
2. Uređaji energetske razreda A (uređaji koji troše minimalno energiju)
3. Izolacija kuće/stana
4. Prozori s low-e (nisko emisionim) staklima (prozore sa boljom izolacijom)
5. Termostatske ventile
6. Kondezacioni kotao
7. Solarne kolektore i foto-voltažne ćelije
8. Klima uređaj s inverterom
9. Toplotna pumpa
10. Nešto drugo, navesti _____

23. Koje od navedenih mjera energetske efikasnosti biste bili spremni sprovesti u Vašem domaćinstvu? (navedite sve mjere koje biste sproveli)

1. Upotreba štednih sijalica
2. Uređaji energetske razreda A (uređaji koji troše minimalno energiju)
3. Izolacija kuće/stana
4. Prozori s low-e (nisko emisijom) staklima (prozore sa boljom izolacijom)
5. Termostatske ventile
6. Kondenzacioni kotao
7. Solarne kolektore i foto-voltažne ćelije
8. Klima uređaj s inverterom
9. Toplotna pumpa
10. Nešto drugo, navesti _____
11. Ništa od navedenog

24. Navedite razloge zbog kojih ne namjeravate sprovesti neku od navedenih mjera?

1. Nedostatak informacija
2. Nedostatak finansijskih sredstava
3. Nedostupnost adekvatnih proizvoda
4. Nedostatak informacija o odgovarajućim izvođačima radova
5. Nemogućnost dogovora sa stanarima u zajedničkoj zgradi
6. Neki drugi razlog, navesti _____

SET DEMOGRAFSKIH PITANJA

1. Koliko članova broji Vaše domaćinstvo:

1. Ukupan broj _____
2. Broj zaposlenih _____
3. Broj nezaposlenih _____
4. Broj penzionera _____
5. Broj učenika _____
6. Broj studenata _____

2. Da li živite u:

1. Kući, navesti kvadraturu prostora _____
2. Stanu, navesti kvadraturu stambenog prostora _____

3. Vaš stepen obrazovanja?

1. Osnovna škola
2. Srednja škola
3. Viša škola/fakultet
4. Ostalo, navesti _____

4. Pol ispitanika:

1. Muški
2. Ženski

5. Starost ispitanika

1. 15 do 29

2. 30 do 44
3. 45 do 59
4. 60 i više

6. Koliko iznose ukupni mjesečni prihodi Vašeg domaćinstva (zbir svih primanja članova domaćinstva)?

1. Do 350 €
2. Od 351 do 500 €
3. Od 501 do 1000
4. Od 1001 do 1500 €
5. Od 1501