

Oleh Karyy, Oksana Trach
Uniwersytet Narodowy „Politechnika Lwowska”

Stosunek mieszkańców miast do działań energooszczędnych w zależności od rodzaju mieszkania

Streszczenie

Cel artykułu: analiza cech charakterystycznych konsumentów energii, które wpływają na ich stosunek do działań energooszczędnych w zależności od rodzaju posiadanego mieszkania.

Rodzaj wykorzystanej metodologii badawczej/podejścia badawczego: badanie sondażowe, w którym wzięło udział 560 osób.

Główne wyniki badań/analiz: na podstawie badań określono poziom zainteresowania oszczędzaniem konsumentów energii, właściwości postępowania z pieniędzmi konsumentów energii, ich stosunek do jakości towarów, do realizacji procesu zakupu energii i społeczną aktywność.

Implikacje praktyczne: dzięki uzyskanym wynikom określono cechy zestawu instrumentów służących aktywizacji zachowań energooszczędnych stosowanych wobec różnych grup konsumentów energii.

Implikacje społeczne: na tej podstawie uzasadniono skuteczność stosowania tych instrumentów w zależności od typu posiadanego mieszkania.

Kategoria artykułu: badawczy.

Słowa kluczowe: energooszczędność, konsumenci energii, cechy charakterystyczne konsumentów energii, kompleks instrumentów aktywizacji energooszczędności.

Kody JEL: C38, M31

Wstęp

Szybki wzrost cen gazu ziemnego na Ukrainie od 2004 roku postawił miejskie przedsiębiorstwa zaopatrzenia w energię ciepłą w bardzo trudnym położeniu – są one zmuszone znacznie podwyższać opłaty z tego tytułu, mimo obniżenia jakości i wydajności świadczonych usług. Prowadzi to do wzrostu zadłużenia mieszkańców wobec nich i jednocześnie zadłużenia tych przedsiębiorstw wobec organizacji zaopatrujących je w gaz. Z drugiej strony, główni konsumenci energii ciepłej w ukraińskich miastach – budynki urzędowe i mieszkalne – są zupełnie nieefektywne. Średnie wskaźniki cech energetycznych tych budowli wynoszą 200-250 kW*h/m² rocznie (Kobylyuh i in. 2011a; Kobylyuh i in. 2011b; Kobylyuh i in. 2011c), czyli 4-krotnie więcej niż standard budowli energooszczędnych wg normatywów zużycia energii UE (ok. 60 kW*h/m² rocznie)(European Parliament 2010). Oznacza to, że zaopatrzenie w energię ciepłą tych budowli przez tradycyjną energetykę komunalną wymaga spalania ogromnej ilości surowców paliwowo-energetycznych.

Osiągnięcie zmniejszenia zużycia energii w gospodarstwie mieszkaniowo-komunalnym, na bazie zasad marketingu jest możliwe, w zależności od kierunku wpływu na popyt, na dwa sposoby: zmniejszając popyt na energię albo zasoby paliwowo-energetyczne (demarketing) i/albo zwiększając popyt na działania energooszczędne (marketing stymulujący i rozwijający).

Według J.M. Wolburga (Wolburg 2004), celowe zmniejszenie popytu jest niemożliwe bez przeprowadzenia segmentacji rynku, prawidłowego wyboru segmentów docelowych i pozycjonowania. Tę tezę potwierdzają również badania A. Schumanna (Schumann i in. 2006) i C. Wilkinsona (Wilkinson i in. 2009), które pokazywały różny stosunek osób niepalących, kobiet i mężczyzn, do palenia papierosów.

Analogicznie, w celu zwiększenia popytu na energooszczędne technologie i urządzenia, należy dobrze rozumieć potrzeby grup docelowych. Zgodnie z tym, w celu kształtowania zestawu instrumentów służących aktywizacji energooszczędności w sektorze mieszkaniowym, należy przeprowadzić segmentację konsumentów energii. Taka segmentacja pomaga wskazać cechy zachowań i upodobania konsumentów energii. Za kryterium segmentacji można przyjąć miejsce zamieszkania i podzielić konsumentów na cztery grupy: mieszkańcy mieszkań w budynkach wielomieszkaniowych, obsługiwanych przez spółdzielnie komunalne, mieszkańcy mieszkań w budynkach wielomieszkaniowych, obsługiwanych przez wspólnoty mieszkaniowe, mieszkańcy prywatnych domów i mieszkańcy mieszkań specjalnego przeznaczenia (hotele pracownicze, mieszkania komunalne).

Wyniki badania

W celu określenia cech każdego segmentu przeprowadzono badanie sondażowe, w którym wzięło udział 560 osób z różnych miast Ukrainy Zachodniej: po 140 z każdej grupy. Uzyskane wyniki są obarczone błędem nie przekraczającym 3,5% przy założonym poziomie ufności 95%. Wyniki były testowane z zastosowaniem kryterium Fishera, rozkładu t-studenta, testu zgodności chi-kwadrat. Badanie przeprowadzono w okresie grudzień 2013–styczeń 2014.

W celu analizy cech charakteryzujących konsumentów energii opracowano ankietę, która składała się z dwóch części. W pierwszej części pytania służyły wyznaczeniu ogólnych cech charakteryzujących konsumentów energii: średni wiek, dochód gospodarstw domowych, źródło energii wykorzystywane przez konsumentów, wydatki na energię, zapotrzebowanie na ogrzewanie mieszkań itp. Wyniki przeprowadzonych badań z pierwszej części ankiety przedstawiono w tabeli 1.

Z tabeli 1 można wyciągnąć wniosek, że cechy charakterystyczne konsumentów energii zamieszkałych w różnych typach mieszkań, nieco różnią się między sobą. Przykładowo, interesującym jest fakt, że wśród mieszkańców mieszkań obsługiwanych przez spółdzielnie komunalne, subsydia uzyskuje 5% rodzin, a wśród mieszkańców budynków prywatnych – aż 24%. Według danych Państwowej Służby Statystyki Ukrainy, w okresie styczeń-listopad 2013 roku z wnioskiem o subsyduium w celu zwrotu wydatków na opłatę usług mieszkaniowo-

wo-komunalnych zwróciło się 1627,1 tys. rodzin (ДССУ2013, s. 3). Zgodnie z wynikami badania, średni dochód gospodarstwa domowego zamieszkałego w prywatnym budynku jest przy tym o 1000 hrywien wyższy niż u mieszkańców mieszkań obsługiwanych przez spółdzielnię komunalną. Takie wyniki nie są skutkiem efektywnego zużycia energii. Przyczyna tkwi w tym, że na mieszkańca prywatnego domu przypada znacznie większa powierzchnia mieszkaniowa niż na mieszkańca budynku wielopiętrowego.

Tabela 1
Charakterystyka konsumentów energii

L.p.	Charakterystyka	Miejsce zamieszkania			
		Mieszkanie w budynku wielomieszkaniowym, obsługiwanym przez spółdzielnię komunalną	Mieszkanie w budynku wielomieszkaniowym, obsługiwanym przez wspólnotę mieszkaniową	Dom prywatny	Mieszkanie przeznaczenia specjalnego
1.	Średni wiek respondentów, lat	29	38	27	22
2.	Przeciętny dochód gospodarstwa domowego (w UAH)	8 500	9 500	9 500	2 900
3.	Odsetek konsumentów energii, którzy są dotowani (w %)	5	0	24	0
4.	Odsetek konsumentów energii, którzy starają się oszczędzać energię (w %)	76	73	86	55,6
5.	Odsetek konsumentów energii, którzy wykorzystują do ogrzewania mieszkań:				
	- centralne ogrzewania;	73	64	0	100
	- indywidualne ogrzewanie (gaz);	27	36	100	0
	- indywidualne ogrzewanie (energia elektryczna);	0	0	5*	0
	- drewno/węgiel;	0	0	5*	0
6.	Wydatki na energię, ogólnego dochodu gospodarstwa domowego (w %)	14,2	27,3	17	9,6
7.	Liczba konsumentów energii, w domach których wymagają ocieplenia konstrukcje zewnętrzne (w %)	51	50	33	67
8.	Maksymalna część ogólnego dochodu, który konsumenci energii są gotowi inwestować w działania energooszczędne (w %)	7,5	8,3	6,4	5,3

* Dodatkowo.

Źródło: opracowanie własne.

Należy zaznaczyć, że zadłużenie ludności za opłaty z tytułu usług mieszkaniowo-komunalnych we wszystkich regionach Ukrainy stale wzrasta i na koniec stycznia 2014 r. stanowiło 13 568,0 mln hrywien. Średni czas późnienia w opłatach za wszystkie usługi wynosił 2,6 miesiąca. Największy odsetek gospodarstw domowych o zadłużeniu przekraczającym 3 miesiące (29,3%), zalega przy tym z płatnościami za centralne ogrzewanie i zaopatrzenie w ciepłą wodę (ДССУ2014, s. 2).

Najwyższy odsetek konsumentów, którzy starają się oszczędzać energię występuje wśród mieszkańców prywatnych domów – 86%, najniższy – wśród mieszkańców mieszkań specjalnego przeznaczenia. Można to uzasadnić tym, że mieszkańcy hoteli pracowniczych płacą określony czynsz, który nie zależy od ilości zużytej energii. Z tego względu ta grupa konsumentów energii nie poczuwa się do oszczędzania energii.

Co do źródeł energii wykorzystywanych przez mieszkańców do ogrzewania mieszkań, wyniki badania wykazują, że zdecydowana większość mieszkań obsługiwanych przez spółdzielnie komunalne (73%) i wspólnoty mieszkaniowe (64%), a także wszystkie mieszkania o specjalnym przeznaczeniu (100%) są wyposażone w system centralnego ogrzewania. Mieszkańcy budynków prywatnych wykorzystują indywidualne ogrzewanie (w tym gaz – 100%), a także dodatkowo energię elektryczną (5%) i drewno (5%). Należy również podkreślić, że 36% mieszkań obsługiwanych przez wspólnoty mieszkaniowe wykorzystują indywidualne ogrzewanie, z tego 9% uzyskuje energię ciepłą z kotłowni domowych. Wydatki na energię mieszkańców mieszkań obsługiwanych przez wspólnoty mieszkaniowe stanowią 27,3% ogólnego dochodu gospodarstwa domowego, w przypadku mieszkańców mieszkań zarządzanych przez spółdzielnię komunalną – 14,2%, a u mieszkańców mieszkań specjalnego przeznaczenia – 9,6%.

Ogółem na Ukrainie dostrzega się negatywną tendencję zmniejszania udziału centralnego ogrzewania. Wiele małych i nawet niektóre średnie i duże miasta, na przykład Dolina (План 2011, s. 17), Kołomyja (Пішко 2010), Użhorod (Бушко 2011), w ogóle zrezygnowały z centralnego ogrzewania. W Europie Północnej i Środkowej notuje się inne tendencje (Чим 2013): w Szwecji 90% mieszkańców dużych miast korzysta z dużych systemów centralnego zaopatrzenia ciepłem, w Finlandii analogiczny wskaźnik wynosi 80%. Oprócz tego w systemy scentralizowanego zaopatrzenia w energię ciepłą wyposażone są duże miasta Niemiec, Czech i Polski. Głównymi przyczynami przemawiającymi na korzyść scentralizowanego zaopatrzenia w ciepło w Europie są aspekty ekologiczne i ekonomiczne. Z autonomicznego ogrzewania w Europie korzystają mieszkańcy niewielkich miast i miejscowości wiejskich. W krajach europejskich popularna jest również praktyka wykorzystywania niewielkich kotłowni, które obsługują małą liczbę domów.

Jeżeli chodzi o wymogi związane z dociepleniem zewnętrznych konstrukcji mieszkań, to najwięcej jest takich w budynkach specjalnego przeznaczenia – 67%, a najmniej – w budynkach prywatnych (33%). Jest to spowodowane tym, że mieszkanie specjalnego przeznaczenia jest przeważnie tymczasowe, w związku z czym mieszkańcy nie chcą inwestować własnych środków w jego ocieplenie. Z inną sytuacją mamy do czynienia w budynkach

prywatnych – ich komfort całkowicie zależy od właścicieli tych domów, w związku z czym wiele uwagi poświęcają oni ocieplaniu konstrukcji zewnętrznych.

Największą część ogólnego dochodu są gotowi inwestować w działania energooszczędne lokatorzy mieszkań obsługiwanych przez wspólnoty mieszkaniowe – średnio 8,3%. Jest to związane przede wszystkim z dużymi wydatkami na energię (27,3% ogólnego dochodu gospodarstwa domowego), a także z tym, że wspólnoty mieszkaniowe na Ukrainie są tworzone faktycznie tylko w nowo wybudowanych budynkach i właściciele planują wykorzystywać te budowle przez długi czas – są więc zainteresowani obniżeniem kosztów eksploatacji mieszkań. Według stanu na koniec 2013 r., na Ukrainie istniało zaledwie 16 601 wspólnot mieszkaniowych. Najmniej (5,3% dochodu) są gotowi inwestować w działania energooszczędne mieszkańcy hoteli pracowniczych. Z jednej strony wynika to z ich niskiego dochodu, z drugiej, ich opłaty nie zależą od faktycznego zużycia energii, a mieszkanie jest tylko tymczasowe. Z mieszkań specjalnego przeznaczenia korzystają przede wszystkim wysoko wykwalifikowani pracownicy (por. tabela 2). Znaczną część wydatków związanych z utrzymaniem i eksploatacją takich mieszkań biorą na siebie pracodawcy, którzy wynajmują takie mieszkanie danej grupie ludzi.

Tabela 2

Aktywność zawodowa konsumentów energii ciepłej

Profesje	Miejsce zamieszkania			
	Mieszkanie w budynku wielomieszkaniowym, obsługiwanym przez spółdzielnię komunalną	Mieszkanie w budynku wielomieszkaniowym, obsługiwanym przez wspólnotę mieszkaniową	Dom prywatny	Mieszkanie przeznaczenia specjalnego
Menadżera i przedsiębiorcy (w %)	3,2	9,1	4,8	0
Urzędnicy państwowi i edukatorzy (w %)	16	27,3	28,6	0
Wysoko wykwalifikowani pracownicy (inżynierowie, architekci, prawnicy, programiści, ekonomiści itp.) (w %)	71,3	63,6	61,8	100
Zawody robotnicze, które nie wymagają wyższego wykształcenia (w %)	9,5	0	4,8	0

Źródło: jak w tabeli 1.

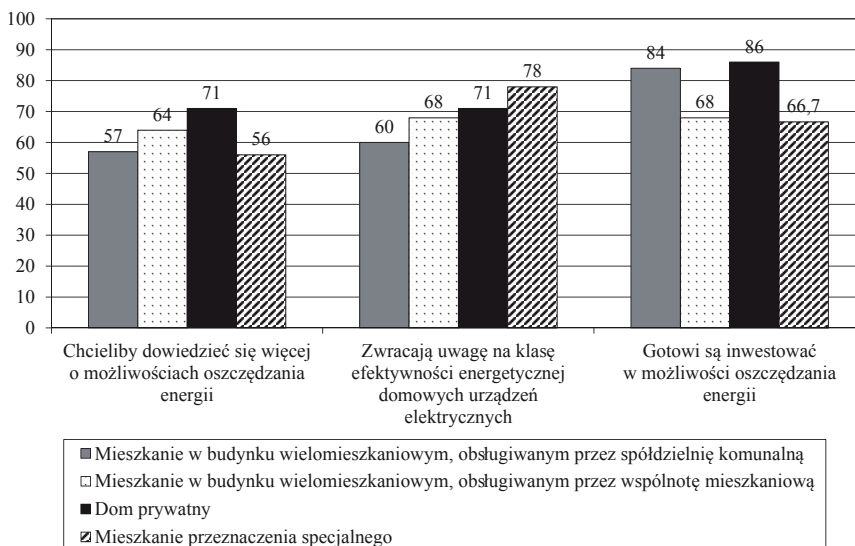
Najbardziej zainteresowani oszczędzaniem energii są mieszkańcy domów prywatnych i mieszkań specjalnego przeznaczenia (por. wykres 1). Wysokie wydatki na energię mieszkańców budynków prywatnych (17% ogólnego dochodu) skłaniają do inwestowania w środki energooszczędne. Niskie dochody mieszkańców mieszkań specjalnego przeznaczenia (średnio 2900 hrywien) stymulują do poszukiwania dróg zmniejszenia wydatków na energię, jednak nie pozwalają na sfinansowanie środków energooszczędnych.

W największym stopniu, z zastosowaniem realnych środków (żarówki energooszczędne, okna energooszczędne, urządzenia energoefektywne itp.), energię oszczędzają mieszkańcy budynków prywatnych, których wydatki na ten cel stanowią średnio 17% od ogólnego dochodu. Z kolei mieszkańcy mieszkań obsługiwanych przez wspólnoty mieszkaniowe, których wydatki na energię wynoszą średnio 27,3% ogólnego dochodu, oszczędzają energię w znacznie mniejszym stopniu niż mieszkańcy mieszkań obsługiwanych przez spółdzielnie komunalne.

Druga część badania dotyczyła określenia indywidualnego podejścia i upodobań konsumentów energii w stosunku do pieniędzy, dokonywania zakupów, ekologii, najnowszych technologii, własnego zdrowia.

Wykres 1

Zainteresowanie oszczędzaniem energii przez jej konsumentów



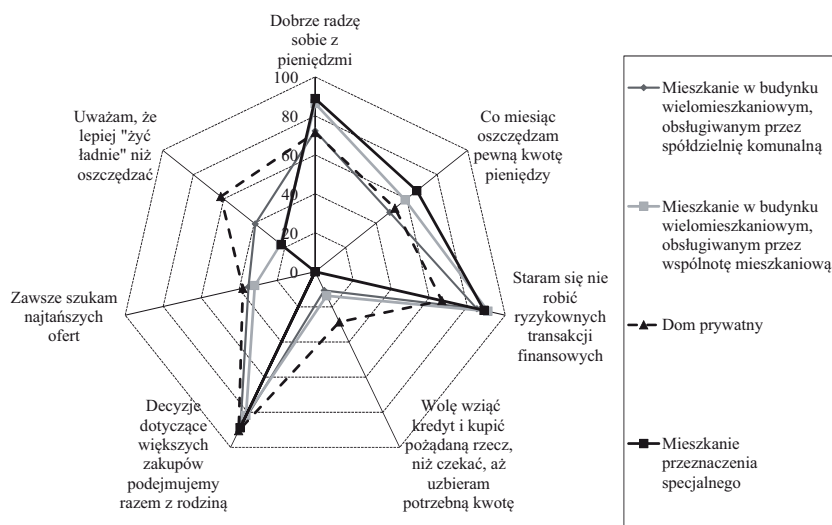
Źródło: opracowanie własne.

Jednym z głównych problemów dotyczących finansów osób, organizacji, regionów jest ustalenie zależności między środkami pieniężnymi zużytymi na konsumpcję i oszczędzanie. Współzależność ta wyraża się psychologiczną regułą J. Keynesa (Андреева 2000, s. 211-212), według której wykorzystanie pieniędzy na zaspokojenie bieżących potrzeb jest priorytetowe w stosunku do odkładania lub długookresowego inwestowania. Zasada ta odzwierciedla psychologię obrotu środkami finansowymi większości podmiotów rynkowych. Jednak nie jest ona uniwersalna. Wśród podmiotów działalności gospodarczej są przedstawiciele obu strategii alokowania pieniędzy. Przeanalizowano cechy postępowania z pieniędzmi przez różnych konsumentów energii (por. wykres 2).

Z wykresu 2 można wywnioskować, że indywidualne cechy i upodobania konsumentów energii zamieszkałych w różnych typach mieszkań są znacznie zdywersyfikowane. 89% ankietowanych mieszkańców mieszkań specjalnego przeznaczenia i 86% mieszkańców mieszkań obsługiwanych przez wspólnoty mieszkaniowe twierdzi, że dobrze dają sobie radę z gospodarowaniem pieniędzmi. Tymczasem wśród mieszkańców budynków prywatnych jest tylko 72% takich osób. Najbardziej skłonni do oszczędzania są mieszkańcy mieszkań specjalnego przeznaczenia – 67% z nich stara się oszczędzić każdego miesiąca pewną kwotę, najmniej skłonni są odkładać mieszkańcy mieszkań obsługiwanych przez spółdzielnie komunalne (49%). Znaczne rozbieżności postaw konsumentów występują przy „chęci życia ładnie” – najczęściej taką deklarują opinię mieszkańcy budynków prywatnych (62%), prawie dwukrotnie rzadziej (39%) wypowiadają się tak mieszkańcy mieszkań obsługiwanych przez wspólnoty komunalne, a trzykrotnie rzadziej mieszkańcy mieszkań obsługiwanych przez wspólnotę mieszkaniową (23%) i mieszkańcy hoteli pracowniczych (22%).

Wykres 2

Cechy zarządzania pieniędzmi konsumentów energii

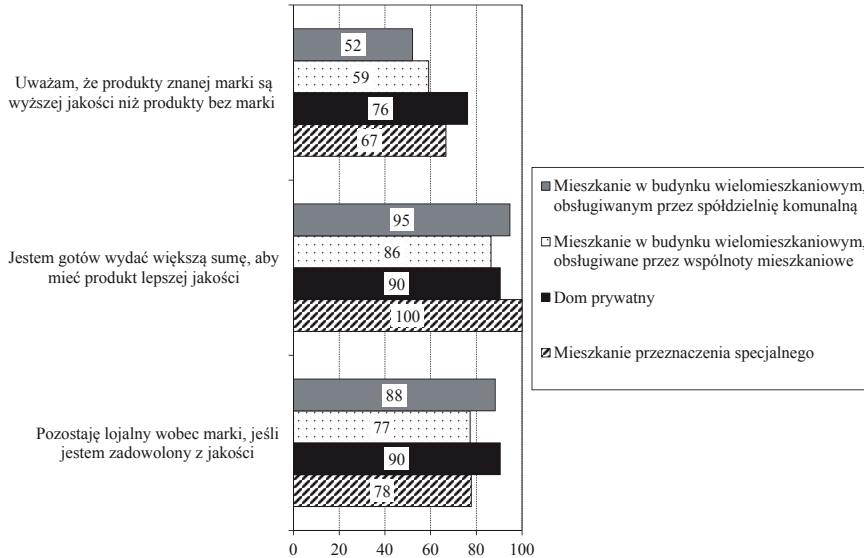


Źródło: jak w wykresie 1.

Analizując stosunek konsumentów energii do jakości towarów (por. wykres 3), można wyciągnąć wniosek, że dla wszystkich badanych grup jakość jest dość ważnym czynnikiem przy wyborze produktów, za którą są oni gotowi płacić wyższą cenę. Szczególną uwagę zwracają na markę handlową mieszkańcy prywatnych domów. W większości konsumenci pozostają lojalni marce handlowej, której jakość jest dla nich zadowalająca, jednak nie zawsze uważają, że towary ze znaną marką handlową są lepszej jakości niż towary bez niej.

Wykres 3

Stosunek konsumentów energii do jakości produktów



Źródło: jak w wykresie 1.

Konieczność kreowania marki to wniosek, który wypływa z badań marketingowych prowadzonych już w 2007 roku (Матвиенко 2007, s. 11):

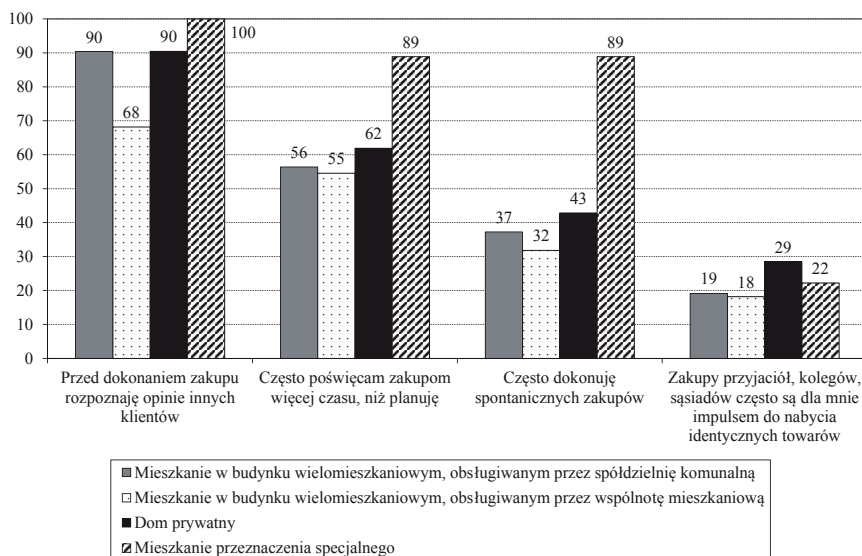
- 72% konsumentów oświadczyło, że są gotowi zapłacić 20% więcej za markę, która im się podoba;
- 25% konsumentów stwierdziło, że cena nie jest dla nich ważna, jeśli kupują markę, której ufają. Co więcej, ponad 70% konsumentów przy podejmowaniu swoich decyzji zakupowych było zorientowanych na markę, a ponad 50% zakupów w rzeczywistości było wyznaczonych marką;
- ponad 50% konsumentów uważało, że znana marka zapewnia bardziej udany start dla nowego towaru na rynku, i są oni bardziej skłonni wypróbować nowy towar znanej marki.

Jednocześnie konsumenci przejawiają różne podejścia do procesu dokonywania kupna (por. wykres 4).

90% mieszkańców mieszkań obsługiwanych przez spółdzielnie komunalne i budynków prywatnych przed dokonaniem zakupu zapoznaje się z opiniami innych nabywców, a wśród mieszkańców mieszkań obsługiwanych przez wspólnoty mieszkaniowe odsetek ten wynosi 68%. Zasadniczo wszyscy konsumenci energii przewidują swoje wydatki, jednak mieszkańcy mieszkań specjalnego przeznaczenia w 89% przypadków wydają więcej niż planowali. Ci sami konsumenci często dokonują spontanicznych zakupów –deklaruje to 89% badanych z tej grupy. Najmniej skłonni do nierozważnych decyzji są mieszkańcy mieszkań, które obsługuje wspólnota mieszkaniowa –zaledwie 32% twierdzi, że robią spontaniczne zakupy.

W większości wszyscy badani konsumenci kupują towary pod wpływem określonego zapotrzebowania. Jednocześnie jednak 29% mieszkańców prywatnych domów naśladuje zakupy swoich przyjaciół, kolegów lub sąsiadów, co koreluje z ich stosunkiem do znanych marek jako charakteryzujących się wysoką jakością.

Wykres 4
Podjęcie konsumentów energii do zakupów



Źródło: jak w wykresie 1.

W porównaniu z 2007 rokiem (Матвиенко 2007, s. 11), kiedy rekomendacje kolegów i innych ludzi wpływały średnio tylko na 30% wszystkich zakupów, warto zwrócić uwagę na zwiększenie wpływu pozytywnych doświadczeń jednego konsumenta na decyzje zakupowe innych ludzi.

Stosunek różnych konsumentów energii do ekologii i własnego zdrowia również wykazuje duże zróżnicowanie. Najmniej uwagi ekologii i zdrowemu sposobowi życia poświęcają mieszkańcy mieszkań obsługiwanych przez spółdzielnie komunalne, a najwięcej – mieszkańcy mieszkań obsługiwanych przez wspólnoty mieszkaniowe. Przykładowo, ekologicznie nieszkodliwe detergenty wykorzystuje tylko 33% mieszkańców mieszkań obsługiwanych przez spółdzielnie komunalne i prawie dwukrotnie więcej (59%) mieszkańców mieszkań obsługiwanych przez wspólnoty mieszkaniowe. Należy również zaznaczyć, że medycynę ludową preferuje 27% mieszkańców mieszkań obsługiwanych przez spółdzielnie komunalne i 75% mieszkańców mieszkań specjalnego przeznaczenia. Duża rozbieżność dotyczy sposobu życia konsumentów energii – kupując lekarstwa bez recepty, z lekarzem konsultuje

się 25% mieszkańców mieszkań specjalnego przeznaczenia i mieszkańców mieszkań obsługiwanych przez wspólnoty mieszkaniowe. Ponadto 71% mieszkańców budynków prywatnych zna możliwości prowadzenia zdrowego sposobu życia, podczas gdy wśród mieszkańców mieszkań specjalnego przeznaczenia odsetek takich osób wynosi zaledwie 22%.

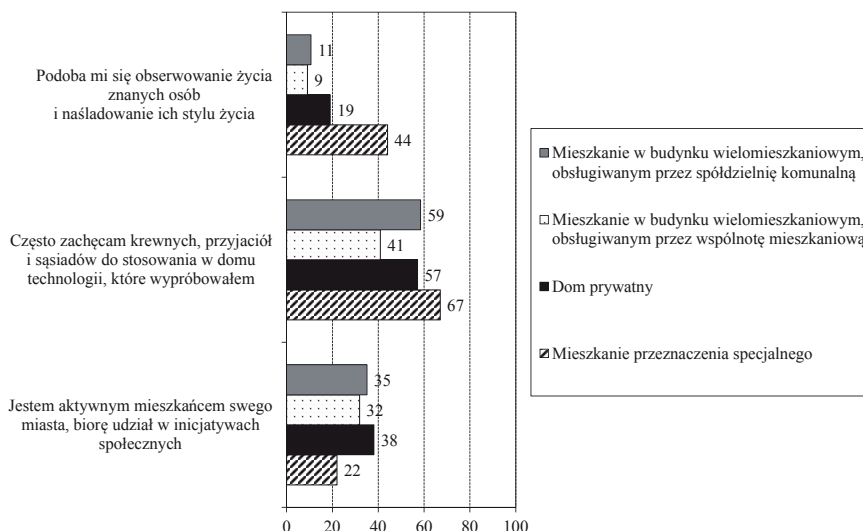
Rozwój technologii pozwala na produkowanie urządzeń zużywających mniej energii przy wykonaniu tego samego zakresu pracy. W tym aspekcie wyniki badania są mało optymistyczne. Niewielu konsumentów przykłada uwagę do tego, by mieć nowoczesne urządzenia: najczęściej wśród wszystkich grup – mieszkańcy budynków prywatnych (33%). Wygląd urządzeń również nie jest decydującym czynnikiem przy wyborze przez konsumentów, a mieszkańcy mieszkań specjalnego przeznaczenia w ogóle nie zwracają na niego uwagi. Jednocześnie konsumenci nie mają problemów z korzystaniem z nowoczesnych urządzeń: taki problem zgłaszało tylko 11% mieszkańców mieszkań obsługiwanych przez spółdzielnie komunalne.

Rozpowszechnienie technologii i nowej wiedzy zależy od aktywności społecznej ludzi. J. Coleman (1988) udowadnia, że zdolność do łączenia się w grupy w celu realizacji wspólnych interesów jest szczególnie ważna nie tylko dla gospodarki, ale i dla innych społecznie ważnych aspektów ludzkiej działalności. Niewątpliwie podwyższenie efektywności energetycznej budynku wielomieszkaniowego nie jest możliwe bez współdziałania jego mieszkańców (por. wykres 5).

Analiza danych o aktywności społecznej konsumentów energii świadczy, że najbardziej podatni na zewnętrzne opinie są mieszkańcy mieszkań specjalnego przeznaczenia (44%), naj-

Wykres 5

Aktywność społeczna konsumentów energii



Źródło: jak w wykresie 1.

mniej – mieszkańcy mieszkań obsługiwanych przez wspólnoty mieszkaniowe (9%). Zdolność przekonywania posiada duża część ankietowanych. Wśród nich najczęściej przekonują innych ludzi mieszkańcy mieszkania specjalnego przeznaczenia – 67%, najrzadziej – mieszkańcy mieszkań obsługiwanych przez wspólnoty mieszkaniowe (41%). Za aktywnych mieszkańców swojej miejscowości uważa się średnio 32% konsumentów. Wyjątkiem są mieszkańcy mieszkań specjalnego przeznaczenia, którzy charakteryzują się niską aktywnością społeczną.

Analiza czynników wpływających na wybór zachowania konsumentów nie byłaby pełna bez wyznaczenia ich stosunku do reklamy. Uzyskane dane potwierdzają, że wszystkie grupy konsumentów mają neutralny stosunek do reklamy (2-3 punkty w pięciostopniowej skali). Wyróżnia się tylko opinia mieszkańców mieszkań specjalnego przeznaczenia, którzy uważają, że reklama pomaga nabywcy w dokonaniu zakupu.

Podsumowanie

Kształtując instrumenty motywujące do energooszczędności kierowane do mieszkańców mieszkań obsługiwanych przez spółdzielnie komunalne w pierwszej kolejności należy pokazać, jak będą się zmieniać opłaty za energię w ciągu najbliższych kilku lat i w ten sposób kłaść nacisk na korzyści/straty ze stosowania środków energooszczędnych. Pozytywny jest fakt, że dana grupa bierze udział w publicznych dyskusjach na temat energooszczędności, jeśli zapewniony jest udział odpowiednich ekspertów i zwykłych mieszkańców miasta, którzy od dawna wykorzystują środki energooszczędne.

Ze względu na to, że większość mieszkańców mieszkań obsługiwanych przez spółdzielnie komunalne wykorzystuje scentralizowane systemy ogrzewania i jednocześnie nie posiada oszczędności do zainwestowania, przy opracowaniu zestawu instrumentów aktywizujących energooszczędność należy kłaść akcent na niedrogie rozwiązania, które są łatwe do realizacji i umożliwiają oszczędzanie energii przy scentralizowanym zaopatrzeniu w ciepło. Przykładowo może to być instalacja zaworów termoregulujących na grzejnikach i liczników zużycia energii cieplnej.

Mieszkańcy mieszkań obsługiwanych przez wspólnoty mieszkaniowe są skłonni do oszczędzania, cechują się niską aktywnością społeczną, unikają kredytów i zestawiają wskaźniki „cena - jakość“. Wszystkie powyższe fakty skłaniają do wyciągnięcia wniosku, że aktywizacja energooszczędności wśród tych konsumentów powinna być prowadzona w sposób scentralizowany – przez wspólnoty mieszkaniowe. Przy tym należy podkreślić możliwości zaoszczędzenia środków finansowych dzięki użyciu środków energooszczędnych.

Należy również zaznaczyć, że mieszkańcy takich mieszkań dbają o środowisko naturalne i zdrowy sposób życia. Można wyciągnąć wniosek, że skłaniając ich do energooszczędności należy podkreślić kwestie ekologii i zmniejszenia emisji szkodliwych substancji do środowiska naturalnego i tym samym podwyższenia komfortu życia.

Mieszkańcy budynków prywatnych w 100% przypadków wykorzystują indywidualne ogrzewanie. Oprócz tego, 24% z nich otrzymuje subsydia, co może być przeszkodą w procesie aktywizacji energooszczędności, ponieważ u odbiorców subsydiów brak jest bodźca do

oszczędzania energii. Jednak wydatki na energię u mieszkańców budynków prywatnych są wysokie, stanowią 17% ogólnego dochodu gospodarstw domowych. Dlatego w przypadku motywowania tej grupy konsumentów do energooszczędności celowe powinno być zaakcentowanie przyszedłego wzrostu cen gazu i likwidacji subsydiowania ludności.

Mieszkańcy budynków prywatnych oczekują uznania od otoczenia zewnętrznego. Należy to uwzględnić przy kształtowaniu instrumentów aktywizacji energooszczędności dla tej grupy, podkreślając, że użycie nowoczesnych technologii energooszczędnych jest modne i cieszy się dużym prestiżem.

Znaczną przeszkodą w aktywizacji energooszczędności mieszkańców mieszkań specjalnego przeznaczenia jest ustalony ryczałtowy czynsz za mieszkanie, który nie zależy od ilości zużytej energii. W związku z tym przy udostępnianiu takiego mieszkania należy przewidzieć pewne ograniczenia techniczne dotyczące możliwości zużycia energii.

Generalnie rzecz biorąc konsumenci z Zachodniej Ukrainy starają się oszczędnie gospodarować pieniędzmi, unikają kredytów i wątpliwych operacji finansowych, jednak nie oznacza to, że szukają najtańszych ofert w zakresie zaspokajania swoich potrzeb.

Bibliografia

- Андреева И.В. (2000), *Экономическая психология*, ПИТЕР, Санкт-Петербург.
- Бушко І. (2011), *Чи існує життя після відмови від централізованого теплопостачання. Закарпатський досвід*, "ЭСКО", No. 11, http://www.journal.esco.co.ua/2011_11/art178.htm [dostęp: 11.03.2014].
- Coleman J.S. (1988), *Social Capital in the Creation of Human Capital*, "American Journal of Sociology", Chicago.
- ДССУ (2013), *Про надання населенню субсидій у листопаді 2013 року*, Державна служба статистики України, Київ.
- ДССУ (2014), *Про оплату населенням житлово-комунальних послуг у січні 2014 року*, Державна служба статистики України, Київ.
- European Parliament (2010), Directive 2010/31/EU of the European Parliament and of the Council of 19 May 2010 on the energy performance of buildings, <http://eurlex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=OJ:L:2010:153:0013:0035:EN:PDF> [dostęp: 11.03.2014].
- Kobylyuh O., Karyy O., Mavko P. (2011a), *Municipal Energy Plan for the city of Ivano-Frankivsk for 2012-2015*, Ivano-Frantsivsk – Lviv.
- Kobylyuh O., Karyy O., Mavko P. (2011b), *Municipal Energy Plan for the city of Kamyanets-Podilsky for 2012-2015*, Kamyanets-Podilsky – Lviv.
- Kobylyuh O., Karyy O., Mavko P. (2011c), *Municipal Energy Plan for the city of Chernivtsi for 2012-2015*, Chernivtsi – Lviv.
- Матвиенко Ж. (2007), *Бренд: зачтомы платим?*, "Отдел маркетинга", nr 3, Kijów.
- Пландійстало енергетичного розвитку міста Долина (SEAP) на 2011-2020 роки*, (2011), Долина.
- Рішко М. (2010), *Маємо перехідити на індивідуальне опалення*, Мукачівська Рагуша, <http://inmukachevo.com.ua/politichni-novini/628-mamo-perehoditi-na-individualne-opalennja.html> [dostęp: 11.03.2014].

Schumann A., Ulrich J., Thyrian R. (2006), *Attitudes towards smoking policies and tobacco control measures in relation to smoking status and smoking behaviour*, "European Journal of Public Health", No. 16, Oxford.

Чим ми дихаємо? Тепловики б'ють на сполох (2013), <http://www.stek.if.ua/showarticle.php?id=132> [dostęp: 11.03.2014]

Wilkinson C., Room R., Livingston M. (2009), *Mapping Australian public opinion on alcohol policies in the new millennium*, "Drug and Alcohol Review", No. 28, Sydney.

Wolburg J.M. (2004), *The need for new anti-smoking advertising strategies that do not provoke smoker defiance*, "Journal of Consumer Marketing", No. 21, University of South Florida, USA.

Attitude of West Ukrainian Towns Inhabitants towards the Energy-Efficiency Measures Depending on the Type of Accommodation

Summary

Purpose of the article: An analysis of the characteristics of energy consumers influencing their attitudes to energy-efficiency measures depending on the type of accommodation.

Research of methodology/research approach: To determine the characteristics a survey among 560 people was carried out.

Key findings/analysis: there were determined some peculiarities of energy consumers, such as a level of interest to save energy, money management, the ratio to the quality of products, approaches to do shopping, social activity.

Practical implications: special features of the complex of energy-efficiency activation tools for different groups of energy consumers were defined.

Social implications: the instruments of energy-efficiency activation tools for cities inhabitants are proved.

Article category: research article.

Key words: energy efficiency, energy consumers, energy consumers' characteristics, complex of energy-efficiency activation instruments.

JEL codes: C38, M31

Отношение жителей городов западной Украины к мероприятиям по экономии энергии в зависимости от вида жилья

Резюме

Цель статьи: анализ характеристики потребителей энергии, которая влияет на их отношение к мероприятиям по экономии энергии в зависимости от вида жилья.

Вид использованной исследовательской методологии/исследовательского подхода: Для определения характеристики провели зондажное обследование, в котором приняли участие 560 человек.

Основные результаты исследований/анализов: определили уровень заинтересованности потребителей энергии в ее экономии, свойства поведения с деньгами потребителей энергии, отношение потребителей энергии к качеству товаров, подход к осуществлению покупки потребителями энергии и общественную активность потребителей энергии.

Практические импликации: определили свойства комплекса инструментов активизации экономии энергии для разных групп потребителей энергии.

Социальные импликации: обосновали инструменты активизации жителей городов к экономии энергии.

Категория статьи: исследовательская статья.

Ключевые слова: экономия энергии, потребители энергии, характеристика потребителей энергии, комплекс инструментов активизации экономии энергии.

Коды JEL: C38, M31

Artykuł nadesłany do redakcji w maju 2014 r.

© All rights reserved

Afiliacja:

doc. dr hab. Oleh Karyy
Uniwersytet Narodowy «Politechnika Lwowska»
Wydział Ekonomiki i Zarządzania
Katedra Marketingu i Logistyki
ul. S. Bandery 12
Lwów 79013
tel.: +380-50-5168136
e-mail: oled_k@mail.ua

mgr Oksana Trach
Uniwersytet Narodowy «Politechnika Lwowska»
Wydział Ekonomiki i Zarządzania
Katedra Marketingu i Logistyki
ul. S. Bandery 12
Lwów 79013
tel.: +380-67-523518
e-mail: oxanka2301@gmail.com