

ЗМІНА КЛІМАТУ, ЕНЕРГЕТИКА
ТА НАВКОЛИШНЄ СЕРЕДОВИЩЕ

ДУМКИ І ПОГЛЯДИ НАСЕЛЕННЯ УКРАЇНИ ЩОДО ЕНЕРГОЕФЕКТИВНОСТІ І ЕНЕРГОЗБЕРЕЖЕННЯ

Результати всеукраїнського
соціологічного опитування

**Анна Акерманн, Марія Коваль-Гончар,
Антон Грушецький, Поліна Липова**
Жовтень 2019



Як і в 2015 році, більшість українців дотримуються думки, що в першу чергу слід займатись енергозбереженням на підприємствах, а не змушувати заощаджувати населення



63% тих, хто отримує субсидію, вважають, що вона не полегшує адаптацію до нових тарифів. Лише 12% українців вважають прозорим і зрозумілим механізм формування вартості комунальних тарифів



84% українців вважають, що їм не вистачить коштів на енергоефективні заходи. Більше ніж дві третіх опитаних згодні, що впровадження енергоефективних заходів дозволяє знижувати вартість комунальних послуг для домогосподарств

ЗМІНА КЛІМАТУ, ЕНЕРГЕТИКА
ТА НАВКОЛИШНЄ СЕРЕДОВИЩЕ

ДУМКИ І ПОГЛЯДИ НАСЕЛЕННЯ УКРАЇНИ ЩОДО ЕНЕРГОЕФЕКТИВНОСТІ І ЕНЕРГОЗБЕРЕЖЕННЯ

Результати всеукраїнського
соціологічного опитування

Зміст

1.	ОСНОВНІ РЕЗУЛЬТАТИ	5
2.	МЕТОДОЛОГІЯ	9
3.	РЕЗУЛЬТАТИ: ФОКУС-ГРУПИ (ЯКІСНЕ ДОСЛІДЖЕННЯ)	13
3.1	Оцінка ситуації в країні	13
3.2	Розуміння терміну «енергоефективність»	13
3.3	Варіанти економії на комунальних послугах	13
3.4	Перешкоди на шляху до впровадження енергоефективності	13
3.5	Мотивація до ощадливого використання енергії	14
3.6	Джерела інформації про заходи з енергозбереження	14
3.7	Нестача інформації	15
3.8	Довіра до джерел інформації	15
3.9	Відповідальність за впровадження енергоефективності	15
3.10	ОСББ: ефективність, перепони до створення	15
3.11	Програми фінансування енергоефективності	16
3.12	Причини підвищення цін на комунальні послуги	17
3.13	Зміна ставлення до підвищення тарифів	18
3.14	Дії після підвищення тарифів	19
3.15	Дії для гарантування енергетичної безпеки України	19
4.	РЕЗУЛЬТАТИ: СОЦІОЛОГІЧНЕ ОПИТУВАННЯ (КІЛЬКІСНЕ ДОСЛІДЖЕННЯ)	21
4.1	Відповідальність за оплату комунальних тарифів і сприйняття їхньої прозорості та обґрунтованості.....	21
4.2	Можливість сплачувати повну вартість комунальних тарифів і адаптаційний потенціал субсидій.....	22
4.3	Відповідальність звичайного населення за енергозбереження і важливість енергозберігаючих заходів з точки зору досягнення різних цілей.....	22
4.4	Думки населення: хто несе відповідальність за впровадження енергоефективних заходів у домогосподарствах.....	23
4.5	Поінформованість про енергозберігаючі технології і сприйняття цінової доступності	25
4.6	Розповсюдженість впровадження окремих енергоефективних практик	25
4.7	Потенціал впровадження окремих практик енергозбереження.....	28
4.8	Обізнаність і бажання взяти участь у енергоефективних програмах.....	28
5.	РЕГІОНАЛЬНИЙ РОЗРІЗ	30
6.	РЕКОМЕНДАЦІЇ	33



1

ОСНОВНІ РЕЗУЛЬТАТИ

Всеукраїнське дослідження «Думки і погляди населення України щодо енергоефективності і енергозбереження» проводилося Київським міжнародним інститутом соціології у березні — квітні 2019 року на замовлення

Представництва Фонду ім. Фрідріха Еберта та Центру екологічних ініціатив «Екодія». Аналогічне дослідження проводилося у серпні 2015 року, що дозволяє оцінити динаміку настроїв населення з цього питання.



4 РОКИ

ІНФОРМОВАНІСТЬ

Серед головних зрушень за 4-річний період, які можна відмітити, — краща поінформованість населення щодо необхідності впровадження енергоефективних практик, а також вищий ступінь готовності спільно з іншими мешканцями (для жителів багатопверхових будинків) впроваджувати енергоефективні заходи.



3 256 ТИС
домогосподарств
отримують субсидію
(з початку 2019 р.)

СУБСІДІЇ ПІД ПИТАННЯМ

Водночас, українці більш гостро ніж у 2015 році ставлять під питання ефективність субсидій як системи підтримки населення для оплати комунальних послуг.



70 %

НЕ ЧУЛИ ПРО ДЕРЖАВНІ ПРОГРАМИ

більш ніж 70% населення не чули про жодну з державних чи місцевих програм підтримки енергоефективності.



82 %

КОМУНАЛЬНІ ПОСЛУГИ

Разом із тим, як і у 2015 році, абсолютна більшість жителів України (82%) вважають, що кожне домогосподарство повинно оплачувати реальну вартість комунальних послуг, які воно отримує, в т.ч. 55% повністю з цим погоджуються.

Підсумовуюча порівняльна таблиця по кількісних даних

% українців, які ...	2015	2019	Зміна
стверджують, що в їхніх домогосподарствах прийнято економно використовувати енергію і ресурси	92%	90%	не значуща
вважають, що впровадження енергозберігаючих технологій потребує дуже багато коштів	90%	87%	значуща
дотримуються погляду, що в першу чергу слід запроваджувати енергозбереження на підприємствах, а не змушувати заощаджувати звичайне населення	87%	86%	не значуща
вважають, що їхньому домогосподарству не вистачить коштів для впровадження енергоефективних заходів	88%	84%	значуща
стверджують, що саме «центральні і місцеві органи влади повинні взяти на себе відповідальність за розробку і впровадження програм енергозбереження в домогосподарствах жителів»	86%	84%	не значуща
при формуванні тарифів вбачають проблему у корупції на найвищих щаблях влади	84%	83%	не значуща
вважають, що кожне домогосподарство повинно оплачувати реальну вартість комунальних послуг, які воно отримує	81%	82%	не значуща
вважають, що населення споживає лише незначну частку всіх енергоресурсів	79%	73%	значуща
погоджуються, що енергозбереження може має відношення до енергетичної безпеки держави в цілому	67%	72%	значуща
вважають, що впровадження енергоефективних заходів дозволяє знижувати вартість комунальних послуг для домогосподарств	70%	71%	не значуща
погоджуються, що енергозбереження може розглядатися в контексті охорони довкілля	70%	70%	не значуща
висловлюють думку, що «надання субсидій не полегшить адаптацію громадян до нових тарифів»	61%	66%	значуща
вважають, що субсидія не полегшує адаптацію до нових тарифів, хоча й отримують субсидію	55%	63%	значуща

% українців, які ...	2015	2019	Зміна
----------------------	------	------	-------

погоджуються, що «кожне домогосподарство повинно самостійно ініціювати і запроваджувати енергозберігаючі технології у себе, не чекаючи на допомогу від центральних чи місцевих органів влади»	54%	54%	не значуща
---	-----	-----	------------

вважають, що у разі впровадження енергоефективності, можливість заощадити буде незначною	49%	46%	не значуща
--	-----	-----	------------

мають брак інформації щодо енергозберігаючих технологій	39%	34%	значуща
---	-----	-----	---------

НЕ вважають, що у разі потреби, зможуть легко знайти потрібну інформацію про енергозбереження	39%	30%	значуща
---	-----	-----	---------

знають про принаймні одну програму з впровадження енергозберігаючих технологій	35%	29%	значуща
--	-----	-----	---------

вважають прозорим і зрозумілим механізм формування вартості комунальних тарифів	11%	12%	не значуща
---	-----	-----	------------

вважають, що вартість тарифів обумовлена об'єктивними причинами	7%	9%	значуща
---	----	----	---------

жителі багатоповерхових будинків, які НЕ готові разом з іншими мешканцями взяти кредит для впровадження енергоефективних заходів у своєму будинку	76%	64%	значуща
---	-----	-----	---------

жителі будинків, де створено ОСББ, які висловлюють готовність взяти спільний кредит	20%	25%	значуща
---	-----	-----	---------

жителі багатоповерхових будинків, які готові разом з іншими мешканцями взяти кредит для впровадження енергоефективних заходів у своєму будинку	15%	19%	значуща
--	-----	-----	---------

У даному матеріалі зібрані головні результати та висновки якісного та кількісного досліджень. Також запропоновані рекомендації, які можуть бути корисними для центральних та місцевих органів виконавчої влади та

інших зацікавлених осіб з метою побудови ефективної інформаційної кампанії у сфері підвищення енергоефективності у житловому секторі.



1

МЕТОДОЛОГІЯ

ФОКУС-ГРУПИ

Були проведені у м. Київ, м. Херсон, м. Чугуїв (Харківська обл.), с. Бірки (Львівська обл.) впродовж квітня 2019 року. У кожній фокус-групі брали участь 8 осіб.

Методологія передбачала, що у кожній групі буде 50% чоловіків та 50% жінок. Також учасники були рівномірно розподілені за віком: 18–30 років, 31–45 років, 46–60 років, 60 років і старше та мають різний рівень освіти. Усі учасники працювали у різних сферах, не було більше 2 безробітних в 1 групі. Серед учасників фокус-груп були респонденти, які проживають у будинку з ОСББ, без ОСББ, з керуючою компанією (ЖЕК) і в приватних будинках. Також, вони всі не були друзями, родичами і не знайомі між собою; не брали участь у аналогічних дослідженнях за останні 6 міс.



8 осіб

брали участь у кожній фокус-групі



50%

жінки



50%

чоловіки

За віком



18–30

років



31–45

років



46–60

років



60

років



з ОСББ



без ОСББ



з управляючою компанією (ЖЕК)



в приватних будинках

КМІС набирав усіх учасників фокус-групових дискусій відповідно до встановлених критеріїв. Респонденти були відібрані під наглядом керівників регіональних польових команд у вибраних місцях за допомогою комбінації трьох методів набору:



ВІДБІР РЕСПОНДЕНТІВ В МІСЦЯХ СКУПЧЕННЯ

Це означає, що декілька інтерв'юерів відвідують кілька різних місць у місті, де присутня велика кількість людей (це можуть бути ринки, великі магазини, автобусні станції тощо). У цих місцях інтерв'ю проводять скринінгове інтерв'ю з різними людьми. Якщо людина відповідає всім критеріям відбору з інтерв'ю, він або вона запрошується до участі у фокус-групі.



ВІДБІР З ІСНУЮЧОЇ БАЗИ ДАНИХ

У деяких кількісних дослідженнях, що використовують вибірку вибірку, ставиться запитання: «Чи хочете ви час від часу брати участь у різних обговореннях, фокус-групах?». Якщо людина погоджується, то він або вона залишає контактний телефонний номер. Так формується база даних контактів потенційних респондентів у різних містах. Коли потрібно запросити деяких з них до ФГД, використовуються телефонні інтерв'ю для рекрутингу.



ВІДБІР РЕСПОНДЕНТІВ ЗА ДОПОМОГОЮ «ТЕХНІКИ СНІГОВОЇ КУЛІ»

Інтерв'юери отримують список критеріїв відбору та використовують свої соціальні мережі, щоб знайти учасників з необхідними характеристиками, використовуючи скринінгову анкету.

Для контролю характеристик потенційних учасників використовувався РЕскринінговий опитувальник. Модератори безпосередньо перед початком кожної фокус-групи проводили повторне опитування респондентів, щоб впевнитись, що профіль потенційного учасника відповідає встановленим критеріям. Додатковий контроль за процесом набору респондентів здійснювався за допомогою регулярного зв'язку між координатором проекту з центрального офісу у Києві та рекрутером в області.





Фото: depositphotos.com

КІЛЬКІСНЕ ОПИТУВАННЯ

Для проведення **кількісного опитування** була розроблена стратифікована, триступенева випадкова вибірка з квотним відбором на останньому ступені. Вибірка репрезентативна для дорослого населення (у віці 18 років і старше), яке постійно проживає на території України, не проходить військову службу і не перебуває у в'язницях або медичних закладах (лікарнях, медичних інтернатах). До вибірки не включалися території, які тимчасово не контролюються владою України — АР Крим, окремі райони Донецької і Луганської областей.

Спочатку населення України було стратифіковане за регіонами (24 області та м. Київ), далі населення кожного регіону додатково стратифікувалося на міське (міста і селища міського типу) і сільське населення (за винятком м. Києва, де населення суцільно міське). Тобто, у цілому, населення України було поділене на 49 страт. Для кожної страти пропорційно до чисельності дорослого населення визначалося, скільки інтерв'ю в ній має бути проведено, а також скільки населених пунктів, де буде проводитися опитування, має припадати на неї. У випадку Донецької і Луганської областей для стратифікації використовувалася чисельність населення лише тих територій, які зараз контролюються владою України.

Після стратифікації проводився відбір конкретних точок, де мали працювати інтерв'юери. На першому ступені в межах кожної страти відбиралися виборчі дільниці. Дільниці відбиралися з імовірністю, пропорційною до кількості зареєстрованих виборів в межах дільниці (PPS, probability proportional to size). На другому етапі для кожної виборчої дільниці відбиралася початкова адреса, з якої інтерв'юери

розпочинали опитування. На третьому етапі відбувався відбір і опитування респондентів методом квотної вибірки. В рамках квотного завдання визначалася кількість респондентів певної статі і віку, які мали бути відібрані і опитані інтерв'юером. Квотне завдання формувалося на основі актуальних даних Державної служби статистики. Опитування здійснювалося методом особистих інтерв'ю з використанням планшета.

Нижче дані наводяться окремо для України в цілому і окремо для 5 макрорегіонів України. Склад макрорегіонів: Західний макрорегіон — Волинська, Рівненська, Львівська, Івано-Франківська, Тернопільська, Закарпатська, Хмельницька, Чернівецька області; Центральний макрорегіон — Вінницька, Житомирська, Сумська, Чернігівська, Полтавська, Кіровоградська, Черкаська, Київська області, м. Київ, Південний макрорегіон — Миколаївська, Херсонська, Одеська області, Східний макрорегіон — Дніпропетровська, Запорізька і Харківська області, Донбас — Донецька і Луганська області.

Польовий етап дослідження тривав з 1 до 11 березня 2019 року. Загалом в рамках дослідження було проведено 1841 інтерв'ю з респондентами, які проживають у 129 населених пунктах України.

Статистична похибка вибірки (з імовірністю 0,95 і за дизайн-ефекту 1,5) не перевищує:

- 3,5% для показників, близьких до 50%,
- 3% для показників, близьких до 25 або 75%,
- 2,3% для показників, близьких до 12 або 88%,
- 1,5% для показників, близьких до 5 або 95%,
- 0,7% для показників, близьких до 1 або 99%.



3

РЕЗУЛЬТАТИ: ФОКУС-ГРУПИ
(ЯКІСНЕ ДОСЛІДЖЕННЯ)

3.1 ОЦІНКА СИТУАЦІЇ В КРАЇНІ

Загалом, опитана громадськість скептично ставиться до ситуації в країні. В основному, респонденти незадоволені високими тарифами на комунальні послуги. Респонденти стверджують, що ціни на електроенергію, газ, воду та інші життєво необхідні потреби постійно зростають.

» «Большие тарифы, которые невозможно пенсионеру заплатить... Нестабильность. Сегодня сказали одну цену на газ и тарифы, а завтра, через месяц другая. И прыгаем как...»

(чоловік, Херсон)

Також респонденти стверджують, що країна рухається в неправильному напрямку через те, що український Уряд не інвестує у розвиток економіки, а корупція в державних органах перешкоджає розбудові всіх сфер життя українського населення.

3.2 РОЗУМІННЯ ТЕРМІНУ
«ЕНЕРГОЕФЕКТИВНІСТЬ»

В основному, опитана громадськість розуміє енергоефективність як:

1. економне використання енергії (газу, світла, тепла);
2. економне використання будь-яких ресурсів загалом;
3. підвищення ефективності користування енергоносіями.

» «Это затрата энергии на единицу чего-то. Вот уменьшение затрат — это и есть энергоэффективность».

(чоловік, Чугуїв)

Термін «енергоефективність» пов'язують із новітніми технологіями, які дозволяють економити на використанні енергії в побуті (називають енергозберігаючі лампи, твердопаливний котел, утеплення). Часто респонденти пов'язують енергоефективність з альтернативними джерелами отримання енергії (називають вітряки та сонячні батареї). Існує також думка, що енергоефектив-

ність — це використання якісних будівельних матеріалів та якісних енергоносіїв (газу, електроенергії тощо).

3.3 ВАРІАНТИ ЕКОНОМІЇ НА
КОМУНАЛЬНИХ ПОСЛУГАХ

З метою економії на комунальних послугах, респонденти вважають за потрібне ставити лічильники на гарячу та холодну воду, газ, лічильники тепла, а також брати субсидії. Крім того, респонденти часто обговорюють зі своєю родиною можливість впровадження заходів з енергозбереження і планують втілити їх в життя.

3.4 ПЕРЕШКОДИ НА ШЛЯХУ
ДО ВПРОВАДЖЕННЯ
ЕНЕРГОЕФЕКТИВНОСТІ

Основною перешкодою до впровадження заходів з енергоефективності є незадовільний фінансовий стан. Респонденти стверджують, що не спроможні оплатити за впровадження енергозберігаючих рішень та технологій, оскільки вони є достатньо дорогими.

Фото: depositphotos.com



” «Та, по-моєму, готови все [внедряють заходи по енергоефективності]. Единственная наша загвоздка, которая упирается как всегда... финансовые, и это можно даже точку жирную поставить. Именно финансовые возможности».

(жінка, Херсон)

” «У нас тільки третя зима, яку ми на твердопаливному котлі. Тобто 3 роки тому ми прийняли рішення. Це дорогівартісне обладнання. Ми не їздили відпочивати протягом 2 років, оскільки склали на цей котел, на цілу систему».

(жінка, Бірки)

3.5 МОТИВАЦІЯ ДО ОЩАДЛИВОГО ВИКОРИСТАННЯ ЕНЕРГІЇ

Респонденти говорять, що ощадливе використання енергії дозволяє покращити як фінансовий стан у родині, так і ефективність ведення домогосподарства та екологічну ситуацію у світі. Крім того, респонденти пов'язують ощадливе використання енергії зі зменшенням викидів шкідливих речовин в атмосферу та водойми.

” «Для этого сейчас и вводятся эти все энергосберегательные это... чтобы сэкономить. Вот эта нефть, уголь сэкономить. Ну как... для будущего поколения, чтобы мы потребляли меньше, затраты. Естественно, меньше всех этих испарений».

(жінка, Херсон)

Проте використання деяких засобів енергозбереження може призвести до негативних наслідків — вирубка лісів для роботи твердопаливних котлів на деревині.

” «Ну вот даже говорят вот...перешли на твердое топливо, на дрова. А дрова то где? Посадки уже все вырезали».

(чоловік, Херсон)

В основному, респонденти не вважають енергоефективність складовою стратегії національної безпеки. Деякі опитані стверджують, що Україна видобуває достатньо газу для забезпечення свого населення. Натомість, опитані стверджують, що держава здійснює корупційні схеми у сфері енергоресурсів, нівелюючи таким чином думку про ощадливе використання енергії на державному рівні. За словами респондентів, держава проголошує, що постачає газ з Європи, хоча насправді купують цей ресурс в Росії за значно нижчими цінами.

3.6 ДЖЕРЕЛА ІНФОРМАЦІЇ ПРО ЗАХОДИ З ЕНЕРГОЗБЕРЕЖЕННЯ

В основному, опитана громадськість дізнається про енергоефективність в Інтернеті та із засобів масової інформації. Багато респондентів вказують, що почули про енергоефективність на телебаченні. Часто це сюжети та інтерв'ю з теми енергоефективності у новинах або телепередачах. Наприклад, один з респондентів бачив інтерв'ю з людиною, яка впровадила енергоефективні заходи у власному будинку.

” «Кстати, в новостях тоже очень много, по тому же СТБ, пропагандируют энергосбережение, эффективность. Чтобы планета совсем не умерла. Ту же воду экономить, электричество то же добывать».

(жінка, Київ)



Фото: depositphotos.com

Деякі респонденти з Києва отримали інформацію про енергозбереження на спеціально організованих заходах (на фестивалі, виставці). Дехто про енергоефективність дізнався від сусідів. Про соціальну рекламу респонденти згадують рідко.

Частіше опитувані чули термін «енергоефективність» у рекламі. В основному це комерційна реклама на телебаченні про конкретне енергоефективне обладнання: енергозберігаючі вікна, обігрівачі, нагрівачі для води, «схеми утеплення» жилого приміщення. Декілька респондентів бачили комерційну рекламу про енергоефективне обладнання на YouTube.

3.7 НЕСТАЧА ІНФОРМАЦІЇ

Респонденти кажуть, що їм не вистачає компетентної інформації розказаною доступною мовою. Хороша інформація, за словами респондентів, написана складно для розуміння, а новинні сюжети тяжіють до сенсацій, а не до пояснення.

„Інформація повинна бути простою і доступною. Люди, які це реально зробили, щоб я побачила. Людина, яка не намалювала той будиночок, не комп'ютерний проект, а якийсь реальний. Я повірю в реальне».

(жінка, Бірки)

Опитані кажуть, що не вистачає демонстрацій або розповідей про конкретні приклади та конкретні кроки до впровадження енергоефективних заходів. Респонденти розповідають, що таку інформацію можна було б подати як відеоролики про особистий досвід людей, які впроваджували енергоефективні заходи самостійно. Такі люди, які роблять відео самостійно, або про яких роблять репортажі новинні передачі, могли б розказати про конкретні цифри витрат і досягнутої економії, а також кроки, які ця людина втілила.

3.8 ДОВІРА ДО ДЖЕРЕЛ ІНФОРМАЦІЇ

Особистий досвід людей, які впроваджували енергоефективні заходи — джерело інформації, якому найбільше довіряють респонденти. Вони вважають, що такі живі приклади є найбільшим доказом дієвості енергоефективних програм. Респонденти можуть отримати цю інформацію за допомогою сарафанного радіо (друзі або знайомі, які займалися енергоефективністю), відгуків в Інтернеті та самостійного втілення планів ощадливого використання енергії.

Джерела інформації, яким респонденти довіряли б менше, але які б допомогли донести інформацію про енергоефективність це: керівництво ОСББ; окремих гумористичний персонаж на кшталт Гуся в київському



Фото: depositphotos.com

метрополітені; окрема ініціатива, котра б створила сайт з інформацією про енергоефективність; громадські активісти, українські громадські організації, волонтери; міжнародні організації за умови перевірки їхніх джерел фінансування та мотивів діяльності.

3.9 ВІДПОВІДАЛЬНІСТЬ ЗА ВПРОВАДЖЕННЯ ЕНЕРГОЕФЕКТИВНОСТІ

Респонденти покладають відповідальність за впровадження енергоефективності на мешканців будинків. У випадку приватних будинків це власники оселі, у випадку багатоквартирних будинків — об'єднання співвласників багатоквартирного будинку (ОСББ).

На думку респондентів, районна влада або місцевий депутат мають фінансово допомагати вразливим категоріям населення та контролювати забудовників, аби ті спонуджували енергоефективні оселі. Місцева влада може спонукати жителів до енергоефективності, інформуючи їх про енергоефективні заходи.

3.10 ОСББ: ЕФЕКТИВНІСТЬ, ПЕРЕПОНА ДО СТВОРЕННЯ

За словами респондентів ОСББ ефективніше розпоряджається коштами, які сплачуються за комунальні послуги, ніж керуюча компанія (або ЖЕКІ). ОСББ використовує гроші, сплачені за утримання будинку, на конкретні потреби конкретних будинків без необхідності повторного збору коштів під час критичної ситуації.



Фото: depositphotos.com

Респонденти готові створювати ОСББ та входити до них, проте зазначають наступні перешкоди, які заважають їм це зробити:

- **Фінансові:** зaveliki заборгованості за комунальні послуги; відсутність грошей на ремонт будинку серед жителів.
- **Зовнішні:** небажання існуючих ОСББ приймати інші будинки; перепони з боку ЖЕКу.
- **Внутрішньобудинкові:** відсутність лідера, який би почав рух на створення ОСББ; більшість жителів будинку є пенсіонерами, які не мають належних компетенцій для керування ОСББ; небажання жителів об'єднуватися; старий будинок.

У ситуації, коли керуюча компанія не виконує свої обов'язки із догляду за будинком, а ОСББ створити складно, респондентами були запропоновані два варіанти дій. Перший — співпраця ОСББ та керуючої компанії у перехідний період, коли ОСББ може використовувати потужності управляючої компанії на договірних засадах. Другий — насичення ринку компаній-енергопостачальників, тоді жителі зможуть обирати бажаного постачальника на умовах конкуренції.

ПРОГРАМА № 1. КОМПЕНСАЦІЯ НАСЕЛЕННЮ 20% ВАРТОСТІ ЗАМІНИ ГАЗОВОГО КОТЛА НА НЕГАЗОВИЙ

Про заміну газових котлів на негазові котли респонденти говорять, що використання негазового котла може бути ефективним та дешевим. На противагу цьому, деякі респонденти кажуть про не екологічність твердопаливних котлів, складність у їх налаштуванні.

3.11 ПРОГРАМИ ФІНАНСУВАННЯ ЕНЕРГОЕФЕКТИВНОСТІ

Респонденти, загалом, чули про програми стимулювання ініціатив підвищення енергоефективності з телевізійних новин, брошур у державних банках, семінарах для керівників ОСББ та з особистого досвіду (ОСББ деяких респондентів брали участь у програмах). Деякі респонденти вперше дізнавалися про приклади програм фінансування від модераторів фокус-груп.

„ «Ну вот у нас было собрание, приходил представитель банка. Я же говорю. Мы брали этот кредит. Мы брали и мы его за 2 месяца выплатили, наше ОСББ. Потому что мы брали вот этот распределитель тепла, он там стоит 186 тысяч, чтобы распределял по дому тепло. [...] Вот я сколько слышала, мы меньше в этом году платили за отопление».

(жінка, Херсон)



ПРОГРАМА № 2. «ТЕПЛІ КРЕДИТИ», «ОЩАДНИЙ ДІМ», «ТЕПЛА ОСЕЛЯ». КОМПЕНСАЦІЯ 35% ДЛЯ ПРИВАТНИХ ДОМОГОСПОДАРСТВ І 40%-70% ДЛЯ ОСББ ВІД СУМИ КРЕДИТІВ НА РЕАЛІЗАЦІЮ ЕНЕРГОЕФЕКТИВНИХ ЗАХОДІВ

Респонденти, в цілому, кажуть, що це вигідна пропозиція, якою б вони охоче скористалися. Проте деякі респонденти не бажають брати участь у цій програмі з декількох причин: недоступність програми, високі банківські відсотки, недовіра до банків, нестача фінансів на сплату додаткових витрат з обслуговування кредиту.



ПРОГРАМА № 3. СПІВФІНАНСУВАННЯ ЗАХОДІВ З ЕНЕРГОЕФЕКТИВНОСТІ МІСЬКОЮ РАДОЮ

Про співфінансування з місцевою владою респонденти висловлювалися з недовірою. Вони кажуть, що закладання коштів у бюджет не є обов'язковим, тому програми співфінансування може не існувати. У разі наявності цієї програми коштів міського бюджету може бути недостатньо.



Для того, щоб громадяни охоче брали участь у перелічених програмах, респонденти стверджують, що необхідно робити більш інтенсивну рекламу. Потрібно використовувати канали міської влади та місцевих громадських організацій, демонструвати програми на загальноукраїнських телеканалах, незважаючи на недовіру до них.

Серед інших думок, що були висловлені окремими респондентами, також необхідність знизити банківську ставку за енергоефективними кредитами, забезпечити наявність програм для приватних домогосподарств (не лише для багатоквартирних будинків), менше обмежувати населення у виборі енергоефективних матеріалів при участі у програмах підтримки:

„ «Може государство, вот сколько лет боремся энергосбережение — энергосбережение. Вот пусть бы на кредиты на энергосбережения населению были бы не по 30% там купить этот котёл или купить материал для утепления, а под 3%. Неужели это нельзя было сделать за много лет?»
(жінка, Чугуїв)

„ «Якщо ти береш той кредит, хотілося би мати більший вибір [обладнання та постачальників], щоб тобі запропонували оптимальний варіант для тебе».
(жінка, Бірки)

3.12 ПРИЧИНИ ПІДВИЩЕННЯ ЦІН НА КОМУНАЛЬНІ ПОСЛУГИ

Респонденти вбачають причини підвищення цін на трьох рівнях: на рівні компаній-енергопостачальників, держави, зовнішніх обставин.

За словами деяких респондентів, компанії-енергопостачальники є приватними та монопольними. Це означає, що держава їх контролює слабо та дозволяє їм встановлювати тарифи самостійно. До того ж, компанії не зацікавлені у зниженні ціни.

Деякі респонденти кажуть, що тарифи вирости через корупцію на державному рівні. Уряд закуповує енергоносії за кордоном, та продає їх всередині держави. Також



багато державних та приватних підприємств не сплачують податки до державного бюджету, що призводить до підвищення цін.

„ «Але гроші [зі сплачених населенням тарифів за комунальні послуги] ідуть в кишені окремих людей. Колись то були золоті батони і унітази, а тепер не знаю що. Як би я сприймала тарифи? Якби я мала офіційну зарплату від 15 000, ті тарифи, які є зараз, я би сприймала нормально».

(жінка, Бірки)

Окремі опитані також розповіли про те, що відсутність дешевої сировини з Росії та вимоги Міжнародного валютного фонду (МВФ) призвели до підвищення цін на комунальні послуги. З одного боку, Україна не має змоги закуповувати енергоносії в Росії за низькими цінами, з іншого — МВФ вимагає встановлення цін на комунальні послуги на рівні ринкової вартості цих послуг.

„ «Вимога фонду, щоб люди платили реальну ціну. Раніше, занижені тарифи, все одно ці гроші компенсувала держава, цим приватним постачальникам енергії, ці гроші розкрадали, невідомо куди і як уходили».

(жінка, Київ)

3.13 ЗМІНА СТАВЛЕННЯ ДО ПІДВИЩЕННЯ ТАРИФІВ

Респонденти змінили б ставлення до підвищення тарифів, якби вони бачили наслідки від збільшення цін. Це може стосуватися покращення якості обслуговування, прозорості тарифу, спостереження цільового використання сплачених коштів.

„ «Я вот согласна платить такие тарифы, может быть даже и больше, если конкретно я буду знать, что меняются какие-то..тепломережі, старі труби».

(жінка, Київ)

„ «Если бы нам объяснили и их объяснение показало бы им логичным, я бы им простил. Да, и там как-то утёрся бы и пошёл бы заплатить».

(чоловік, Чугуїв)

Деякі респонденти зазначили, що їхній тариф у платіжці розписаний по структурі, проте вони не довіряють тому, що гроші, які вони сплачують дійсно підуть на ті цілі, що зазначені в структурі тарифу. Респонденти не впевнені в тому, що розписана структура тарифу у квитанції відповідає дійсності, адже населення не може співставити з реальними процесами фінансування сфери енергетики і проаналізувати їх.

„ «Якби я бачила, що дійсно щось робиться і ніхто не краде.. Пенсія вища, дороги робляться».

(жінка, Бірки)

Окремо респонденти говорили про **конкурентність на ринку** компаній-енергопостачальників. Якби респонденти могли самостійно обирати компанію — вони б прихильніше ставилися до підвищення цін.

Також учасники дослідження кажуть, що **монетизація субсидій** буде ефективною лише тоді, коли жителі вже зробили певні кроки до підвищення енергоефективності своєї оселі.



Фото: depositphotos.com

„ «Ну якщо люди дійсно до цього зробили щось, щоб було це енергоефективно із енергозбереження, то допомагає. Якщо людина встановила ті ж самі лічильники або що. То коли в неї від цієї монетизації ще залишаються кошти, то це реально допомагає».

(жінка, Київ)

Субсидії нараховуються неефективно, респонденти кажуть, що до уваги не беруться складні життєві обставини людей, а розміру самих субсидій не вистачає на сплату комунальних послуг. Жорсткіші критерії відбору тих, хто може отримувати субсидію призводять до приховування доходів та фіктивних розлучень. За словами респондентів, більше половини тих, хто отримував субсидію за старими критеріями, були відсіяні.

„ «Если в том году давали многим, а в этом году половине отказали».

(чоловік, Чугуїв)

„ «Наприклад, багатьом не дають [субсидію]. Я знаю деяких людей у Львові. Для того, щоб отримувати далі субсидію, вони розводяться».

(чоловік, Бірки)

Самі ж респонденти, в цілому, не користуються субсидіями. Кажуть, що зверталися по субсидію, проте їхня заявка була відхилена через жорсткіші критерії відбору. Деякі респонденти працевлаштовані неофіційно, тому зазначають, що не можуть претендувати на субсидію. Деякі опитані принципово не користуються субсидією як такою.



Фото: depositphotos.com

3.14 ДІЇ ПІСЛЯ ПІДВИЩЕННЯ ТАРИФІВ

Загалом, респонденти зазначили, що почали відповідальніше ставитися до споживання енергоресурсів. Вони слідкують за витратами та намагаються їх мінімізувати.

„ «Якщо ми колись ходили і казали, що 22 градусів [температура в оселі] — це так собі, то зараз ходимо 16–17 і ногам гаряче».

(жінка, Бірки)

„ «Ну економить надо. И лампочки поменять долгоиграющие, которые ... я вот знаю, у меня уже больше года стоят все, и мало мотаает».

(чоловік, Херсон)

Деякі респонденти вдалися до впровадження енергоефективних заходів, або звертались до місцевої влади, ЖЕКів, судів з метою впровадження енергоефективних заходів, встановлення лічильників на тепло, проведення ремонтів. Наслідки звернень різняться: декому вдалося домогтися встановлення лічильників, декому — ні.

3.15 ДІЇ ДЛЯ ГАРАНТУВАННЯ ЕНЕРГЕТИЧНОЇ БЕЗПЕКИ УКРАЇНИ

Респонденти кажуть, що необхідно боротися з корупцією, розвивати альтернативні джерела енергії та власні можливості з видобування корисних копалин, аби гарантувати енергетичну безпеку України.

„ «Хотілося б дуже вітряк, самостійно, не від кого не залежати, сонячну батарею, свій басейн, свою воду».

(жінка, Бірки)

Респонденти, незважаючи на запропоновані різні способи досягнення енергетичної безпеки, сходяться в тому, що у цьому напрямку необхідно працювати

всередині країни у декількох сферах: боротьбі з корупцією, розвитку альтернативних джерел енергії та розвитку власних можливостей з видобування корисних копалин.

Також частина опитаних згадує про необхідність впровадження новітніх технологій у сфері альтернативної енергетики, зокрема вітрової та сонячної електроенергії. Респонденти кажуть, що держава могла б встановлювати як власні сонячні і вітрові електростанції, так і підтримувати ініціативи приватних осіб щодо широкого впровадження альтернативних джерел енергії.

„ «Потому что больше свободы дают те же ветряные мельницы, солнечные батареи. Ты свободным человеком становишься. Становишься менее зависимым».

(чоловік, Київ)

Також, за словами респондентів, необхідний шлях до гарантування енергетичної безпеки України — розробка власних газових родовищ, котрі мають задовольнити потреби населення країни у використанні газу. Опитані стверджують, що на даний момент українського газу не вистачає для потреб населення, але нові родовища не розробляються.

Інші можливі кроки для покращення ситуації з енергетичною безпекою України, що були зазначені респондентами:

- Інформування населення про державні програми підтримки заходів з енергоефективності
- Збільшення підтримки соціально вразливих груп населення
- Розробка законодавства у сфері енергетики, яке зобов'язує впроваджувати енергоефективні заходи на підприємствах
- Інвестування в інфраструктуру (модернізація комунікацій, впровадження енергоефективних заходів у муніципальних будівлях).



4

РЕЗУЛЬТАТИ: СОЦІОЛОГІЧНЕ ОПИТУВАННЯ (КІЛЬКІСНЕ ДОСЛІДЖЕННЯ)

4.1 ВІДПОВІДАЛЬНІСТЬ ЗА ОПЛАТУ КОМУНАЛЬНИХ ТАРИФІВ І СПРИЙНЯТТЯ ЇХНЬОЇ ПРОЗОРОСТІ ТА ОБГРУНТОВАНOSTІ

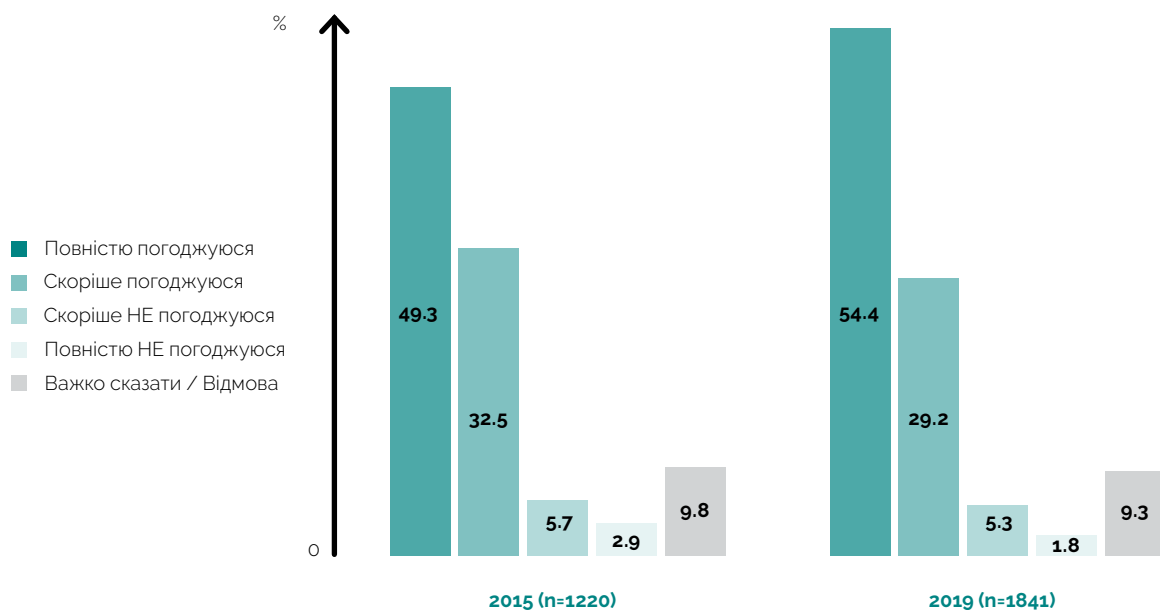
- Абсолютна більшість жителів України (82%) вважають, що кожне домогосподарство повинно оплачувати реальну вартість комунальних послуг, які воно отримує, в т.ч. 55% повністю з цим погоджуються. Водночас 10% населення не погоджуються з такою думкою. Порівняно з 2015 роком ситуація практично не змінилася — тоді 81% погодилися з цим твердженням.
- Як і у 2015 році, при усвідомленні необхідності платити реальну вартість комунальних послуг,

населення водночас гостро піддає критиці, власне, нинішню вартість, вважаючи її непрозорою і необ'єктивною. Лише 12% українців вважають прозорим і зрозумілим механізм формування вартості комунальних тарифів (не вважають так — 80%) і лише 9% вважають, що вартість тарифів обумовлена об'єктивними причинами (натомість 83% вбачають проблему у корупції на найвищих щаблях влади).

- Серед жителів багатоповерхових будинків, де створено ОСББ, 89% вважають непрозорим механізм формування вартості комунальних послуг, а 87% вважають підвищення тарифів наслідком корупції.

Рис. 1

Ви погоджуєтесь чи не погоджуєтесь з таким твердженням: «Мої родичі друзі та сусіди, що живуть у моєму населеному пункті, не можуть повністю сплачувати вартість комунальних тарифів» (% серед усіх респондентів)



4.2 МОЖЛИВІСТЬ СПЛАЧУВАТИ ПОВНУ ВАРТІСТЬ КОМУНАЛЬНИХ ТАРИФІВ І АДАПТАЦІЙНИЙ ПОТЕНЦІАЛ СУБСИДІЙ

- Лише 7% українців заперечують наявність проблем з повною оплатою комунальних послуг в їхньому оточенні (у 2015 році їх було 9%), натомість 83,5% стверджують, що їхні родичі, друзі та сусіди не можуть повністю сплачувати комунальні послуги (у 2015 році — 82%).
- Населення України скоріше не вважає субсидії ефективним механізмом полегшення адаптації до нових тарифів: 66% висловлюють думку, що «надання субсидій не полегшить адаптацію громадян до нових тарифів», причому частка таких респондентів зросла з 61% у 2015 році. Не погоджуються з цим 22% (у 2015 році було 27,5%).
- Причому, навіть серед тих, хто отримує субсидію, 63% стверджують, що це не полегшує адаптацію (у 2015 році серед отримувачів 55% стверджували, що це не полегшує адаптацію).

4.3 ВІДПОВІДАЛЬНІСТЬ ЗВИЧАЙНОГО НАСЕЛЕННЯ ЗА ЕНЕРГОЗБЕРЕЖЕННЯ І ВАЖЛИВІСТЬ ЕНЕРГОЗБЕРІГАЮЧИХ ЗАХОДІВ З ТОЧКИ ЗОРУ ДОСЯГНЕННЯ РІЗНИХ ЦІЛЕЙ

- Переважна більшість населення не відчуває важливості енергозбереження для звичайного населення (і, відповідно, себе самих): 73% вважають, що населення споживає лише незначну частку всіх енергоресурсів (в т.ч. 40% повністю з цим погоджуються; лише 8,5% не погодилися) (у 2015 році так думали 79%), а 86% дотримуються погляду, що в першу чергу слід займатися енергозбереженням на підприємствах, а не змушувати заощаджувати звичайне населення (у 2015 році так думали 87%).
- Разом з цим 90% українців стверджують, що в їхніх домогосподарствах прийнято економно використовувати енергію і ресурси (у 2015 році так говорили 92% респондентів).

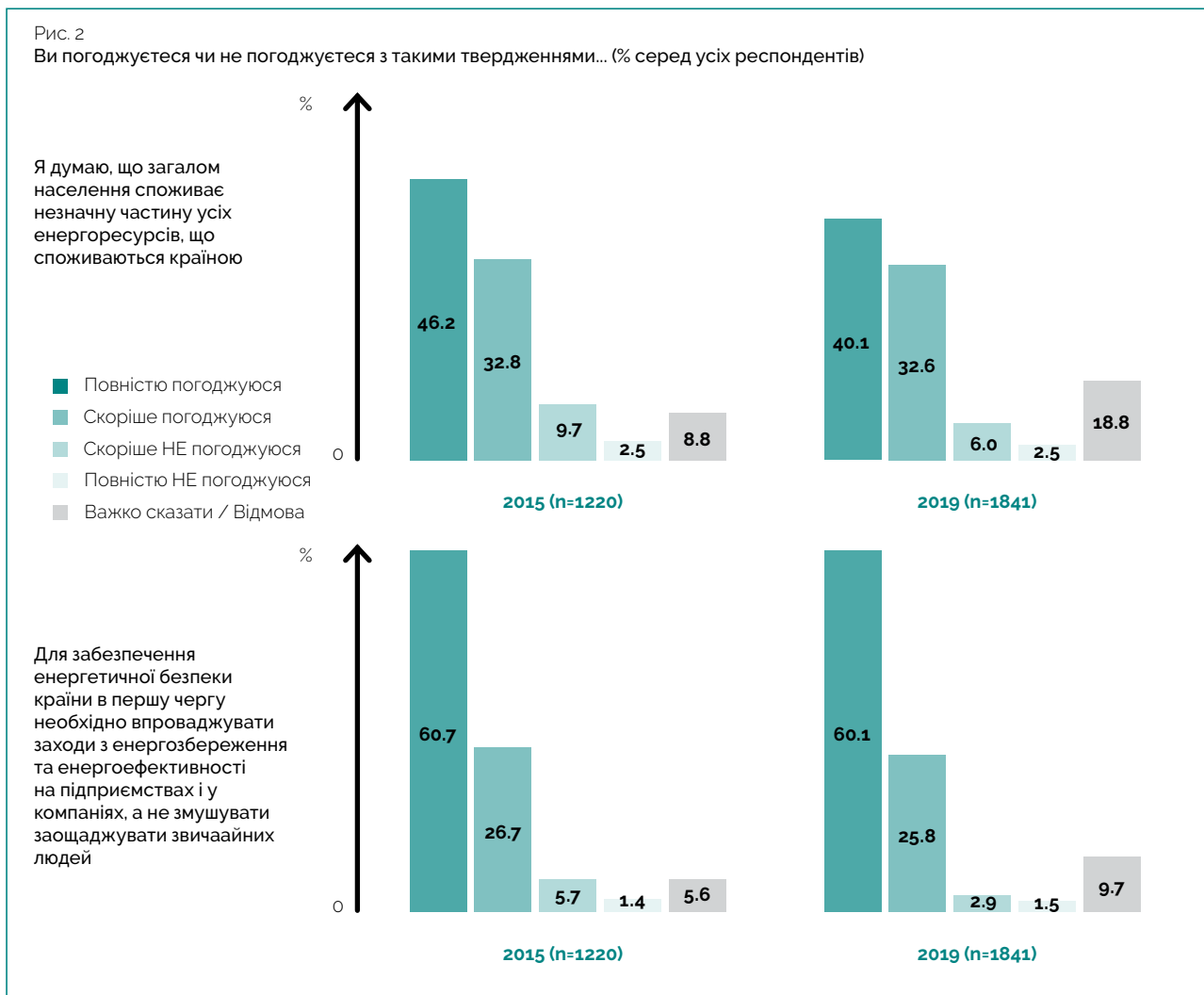
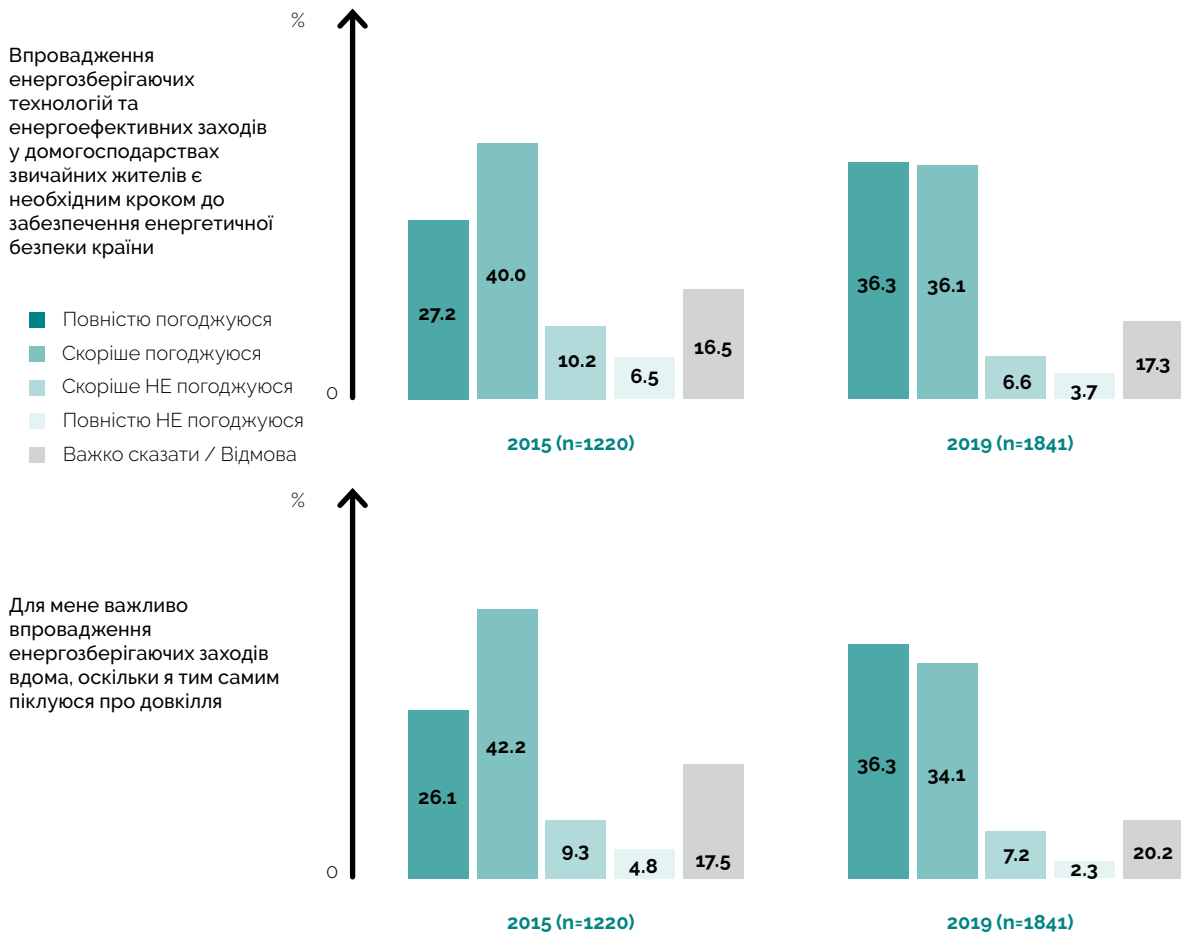


Рис. 3
Ви погоджуєтеся чи не погоджуєтеся з такими твердженнями... (% серед усіх респондентів)



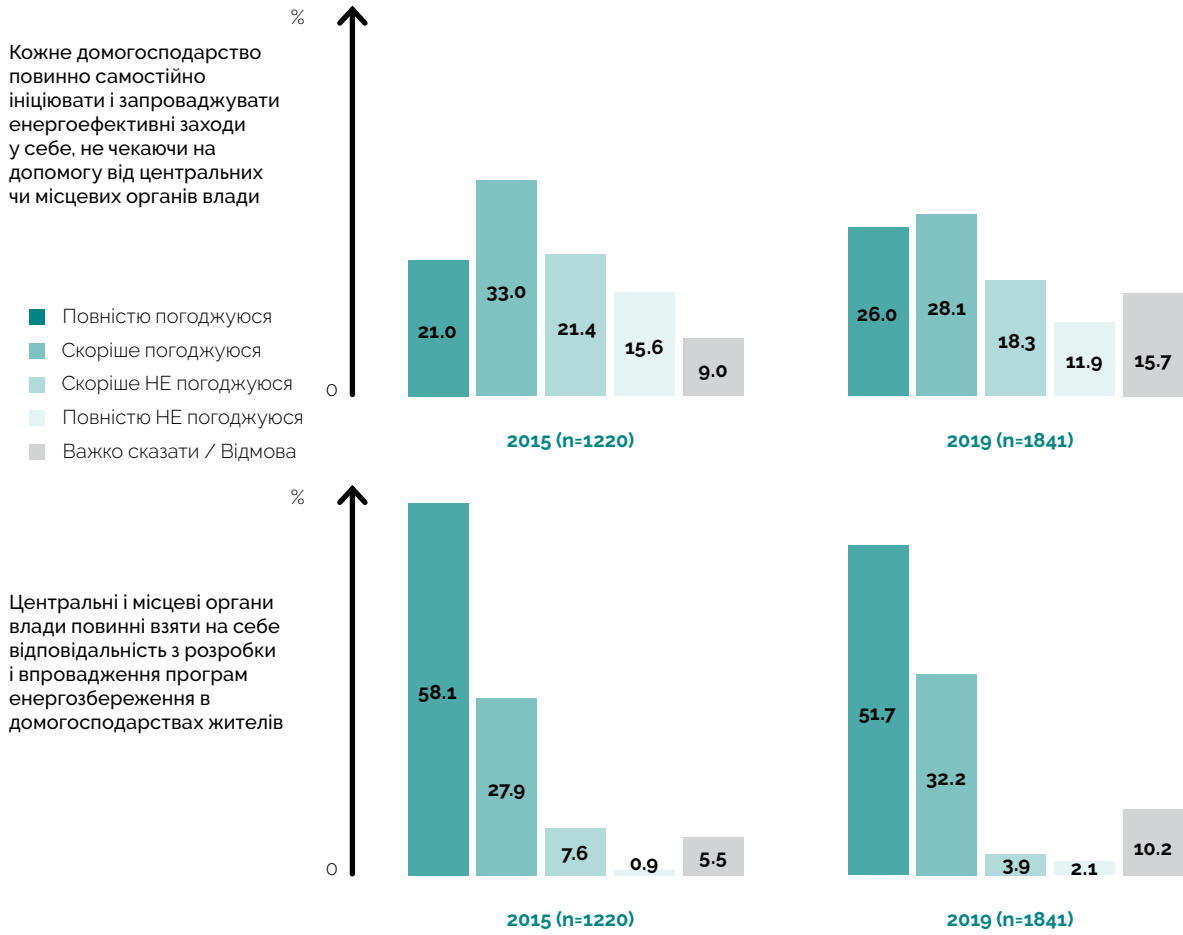
- Населення України має досить суперечливе ставлення до ефективності енергозберігаючих технологій в контексті зниження вартості комунальних послуг. З одного боку, **71% вважають, що впровадження відповідних технологій дозволяє знижувати вартість комунальних послуг для домогосподарств** (не вважають так — 12%) (у 2015 році співвідношення було 70% проти 20%).
- З іншого боку, **46% вважають, що у разі впровадження енергозберігаючих технологій у їхніх домогосподарствах можливість заощадити буде незначною** (не вважають так 27%) (у 2015 році було 49% проти 31%).
- Окрім зниження вартості комунальних тарифів, енергозбереження може розглядатися в контексті енергетичної безпеки держави, а також в контексті впливу на довкілля. В обох випадках більшість українців (відповідно, 72% і 70%) визнають важливість впровадження енергозберігаючих технологій у їхніх домогосподарствах (відповідні показники в 2015 році становили 67% і 70%).

4.4 ДУМКИ НАСЕЛЕННЯ: ХТО НЕСЕ ВІДПОВІДАЛЬНІСТЬ ЗА ВПРОВАДЖЕННЯ ЕНЕРГОЕФЕКТИВНИХ ЗАХОДІВ У ДОМОГОСПОДАРСТВАХ

- Жителі України мають помітно великі очікування від місцевих та центральних органів влади у питанні впровадження енергозберігаючих технологій у своїх домогосподарствах. Лише трохи більше половини (54%, стільки ж було в 2015 році) українців вважають, що «кожне домогосподарство повинно самостійно ініціювати і запроваджувати енергозберігаючі технології у себе, не чекаючи на допомогу від центральних чи місцевих органів влади». При чому, лише 26% повністю з цим погоджується.
- Натомість водночас 84% (у 2015 році — 86%) дотримуються думки, що саме «центральні і місцеві органи влади повинні взяти на себе відповідальність з розробки і впровадження програм енергозбереження в домогосподарствах жителів». При чому, з них 52% повністю переконані в цьому.

Рис. 4

Ви погоджуєтеся чи не погоджуєтеся з такими твердженнями... (% серед усіх респондентів)

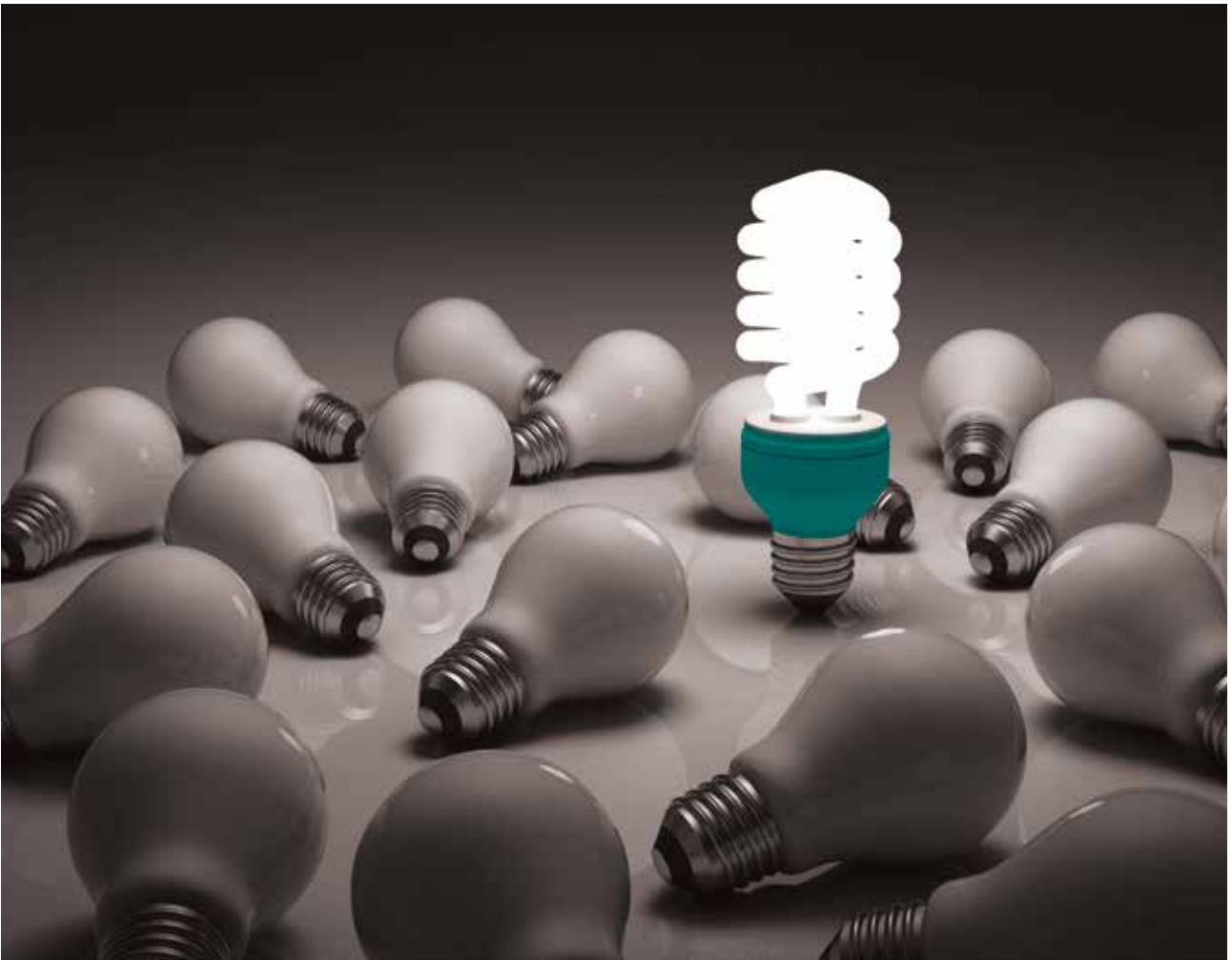


4.5 ПОІНФОРМОВАНІСТЬ ПРО ЕНЕРГОЗБЕРІГАЮЧІ ТЕХНОЛОГІЇ І СПРИЙНЯТТЯ ЦІНОВОЇ ДОСТУПНОСТІ

— Брак інформації щодо енергозберігаючих технологій мають 34% жителів України (у 2015 році — 39%), водночас 50% вважають, що у них достатньо такої інформації (у 2015 році — 52%). При цьому 54% зазначають, що вони, у разі потреби,

зможуть легко знайти потрібну їм інформацію, не вважають так — 30% (у 2015 році співвідношення було 49% до 39%).

— Як і у 2015 році, 9 з 10 українців вважають, що впровадження енергозберігаючих технологій потребує дуже багатьох коштів (87%) і що їхньому домогосподарству просто не вистачить коштів для їхнього впровадження (84%).



4.6 РОЗПОВСЮДЖЕНІСТЬ ВПРОВАДЖЕННЯ ОКРЕМИХ ЕНЕРГОЕФЕКТИВНИХ ПРАКТИК

— Практично все населення України впроваджує ті або інші практики енергозбереження у своїх домогосподарствах. Найбільш поширеними є заходи зі:

- зменшення споживання електроенергії (86% респондентів повідомили, що впроваджують таку практику);

- встановлення лічильників на різні типи і режими надання послуг (84%);
- заміна вікон (76,5%);
- зменшення споживання газу (серед тих, у кого вдома використовується газ — 72,5%);
- зменшення споживання води (66%).

— Близько половини респондентів говорили про заміну освітлення на поверххах багатоповерхового будинку (серед тих, хто проживає в багатоповерхових будинках — 47%), встановлення негазових



Фото: depositphotos.com

бойлерів / котлів (46%), встановлення автономного опалення (43%). Близько третини респондентів зазначили про такі практики, як встановлення лічильників тепла в багатоповерховому будинку (38%), заміна вікон у багатоповерховому будинку (35%), зовнішнє утеплення окремої квартири чи приватного будинку (30.5%). Про інші практики говорили не більше чверті респондентів.

— Порівняно з 2015 роком відбувся ряд значущих змін:

- Серед жителів багатоповерхових будинків стало на 26% більше тих, хто говорить про заміну освітлення на поверххах (ріст з 21% до 47%), на 23% — про заміну вікон (з 12% до 35%), на 20% — про встановлення лічильників тепла (з 18% до 38%), на 16% — про утеплення даху / підвалу (з 7% до 23%);
- Також серед населення загалом з 64% до 76.5% зросла частка тих, хто змінив вікна на енергоефективні, з 30% до 46% — тих, хто встановив неgasові бойлери / котли;

- Водночас, з 81% до 72.5% зменшилася частка користувачів газу, які говорять про економію цього ресурсу;
- Окремо доцільно звернути увагу, що з 4% до 9% зросла частка тих, хто говорить про отримання енергії з альтернативних джерел.

— Більшість населення вважає перелічені заходи ефективними з точки зору зменшення споживання енергії і зниження вартості комунальних послуг. Відносно найменший «захват» викликають зменшення споживання води (69% вважають практику ефективною), отримання енергії з альтернативних джерел (65%), встановлення неgasових бойлерів / котлів (59%), встановлення регуляторів на батареї (57.5%), встановлення лічильників тепла у багатоповерховому будинку (57%), зменшення опалювальної площі (46%). Усі інші практики вважають ефективними не менше 73% респондентів.

ЗАРАЗ Я БУДУ ЗАЧИТУВАТИ ВАМ ПРАКТИКИ ЕНЕРГОЗБЕРЕЖЕННЯ ТА ВПРОВАДЖЕННЯ АЛЬТЕРНАТИВНИХ ДЖЕРЕЛ ЕНЕРГІЇ, ДО ЯКИХ ВДАЮТЬСЯ ДЕЯКІ ЖИТЕЛІ УКРАЇНИ У СВОЇХ ДОМОГОСПОДАРСТВАХ. СКАЖІТЬ, БУДЬ ЛАСКА, ЧИ ВАШЕ ДОМОГОСПОДАРСТВО ЗАСТОСОВУЄ ТАКІ ПРАКТИКИ?

(% серед усіх респондентів, які впровадили захід)

% українців, які ...	2015 (n=1220)	2019 (n=1841)
Зменшення споживання електроенергії	85.0%	85.8%
Встановлення лічильників на різні типи послуг (газ, вода, тепло) та різні режими надання послуг	83.1%	84.3%
Заміна старих вікон на енергозберігаючі	63.9%	76.5%
Зменшення споживання газу	80.7%	72.5%
Зменшення споживання холодної та гарячої води	69.5%	66.0%
Заміна освітлення на поверххах багатоповерхового будинку (встановлення енергозберігаючих ламп тощо) спільно з сусідами*	20.6%	46.8%
Встановлення електричних бойлерів у квартирах або негазових котлів – у приватних будинках (на дровах чи палетах)	29.8%	46.4%
Встановлення автономного опалення	48.6%	43.6%
Встановлення лічильників тепла у багатоповерховому будинку спільно з сусідами*	17.7%	37.8%
Заміна вікон у під'їздах багатоповерхового будинку спільно з сусідами*	12.4%	35.3%
Зовнішнє утеплення окремої квартири, приватного будинку	26.6%	30.5%
Зменшення опалювальної площі	23.9%	24.8%
Утеплення даху та / або підвалу у багатоповерховому будинку спільно з сусідами*	7.1%	22.8%
Встановлення регуляторів температури на батареї опалення	20.9%	19.3%
Зовнішнє утеплення будинку (всього багатоповерхового)*	—	14.6%
Отримання енергії з альтернативних джерел (наприклад, сонячні колектори, сонячні панелі, вітряк, тепловий насос)	4.0%	8.7%

* Дані наводяться тільки для жителів багатоповерхових будинків.



4.7 ПОТЕНЦІАЛ ВПРОВАДЖЕННЯ ОКРЕМИХ ПРАКТИК ЕНЕРГОЗБЕРЕЖЕННЯ

- У цілому, значна частина населення, у кого не впроваджена відповідна практика, хотіли б у себе її впровадити. Найменш популярними є зменшення опалювальної площі (лише 14% тих, хто не має такої практики, хотіли б її впровадити), зменшення споживання води (16,5%), зменшення споживання газу (24%), встановлення лічильників тепла у багатоповерховому будинку (27%). Інші практики хотіли б впровадити не менше третини тих, хто їх поки що не має.
- Якщо орієнтуватися на абсолютну величину потенційної «аудиторії», то найбільш затребуваними практиками є: зовнішнє утеплення багатоповерхового будинку (59%), утеплення даху / підвалу (49%), заміна вікон в багатоповерховому будинку (47%), зовнішнє утеплення квартири / приватного будинку (45%), отримання енергії з альтернативних джерел (43%).

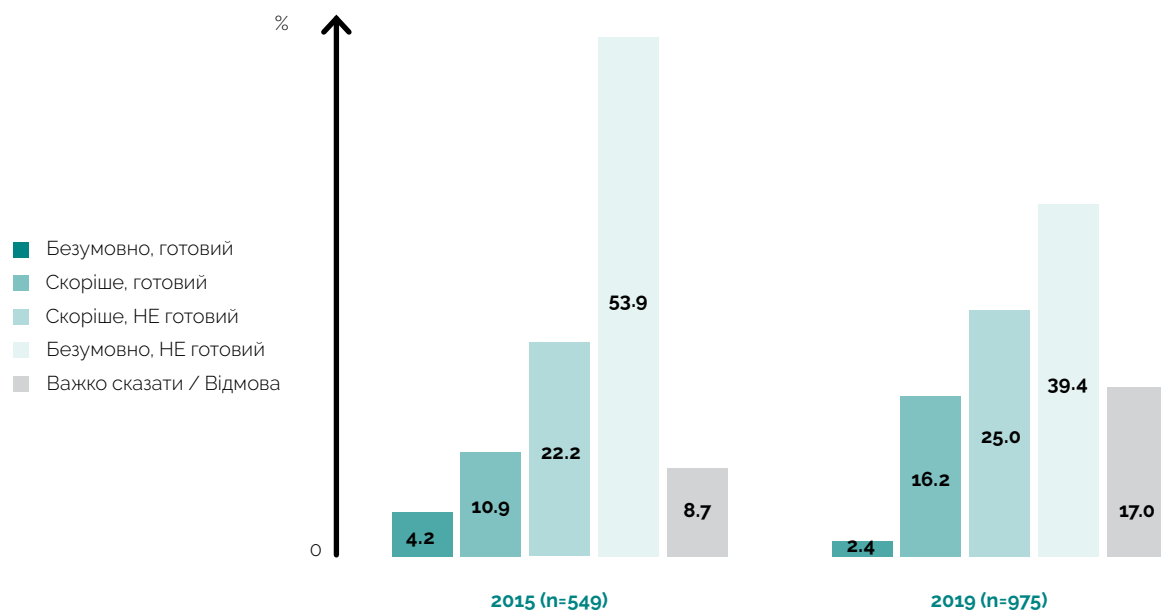
- У цілому, 21% жителів України очікують, що впровадження енергозберігаючої технології окупиться до 2 років. Приблизно стільки ж (22%) готові чекати 3–5 років, ще 18% — узагалі можуть «зачекати» більше 5 років. Близько третини населення (39%) не змогли сформулювати свою точку зору з цього питання.

4.8 ОБІЗНАНІСТЬ І БАЖАННЯ ВЗЯТИ УЧАСТЬ У ПРОГРАМАХ ПІДВИЩЕННЯ ЕНЕРГОЕФЕКТИВНОСТІ

- Про принаймні одну програму з впровадження енергоефективних заходів знають 29% жителів України, найбільш відомою із зазначених є компенсація заміни газового котла — про неї знають 14%. Інші три програми знають 8–12%. Проте, зараз беруть участь в цих програмах лише 1–2% населення (всього 6% респондентів повідомили, що вони беруть участь хоча б в одній з програм).

Рис. 5

Ви, у цілому, готові чи не готові разом з іншими мешканцями будинку взяти кредит для впровадження енергозберігаючих технологій у Вашому будинку? (% серед усіх респондентів, які проживають у багатоповерхових будинках)



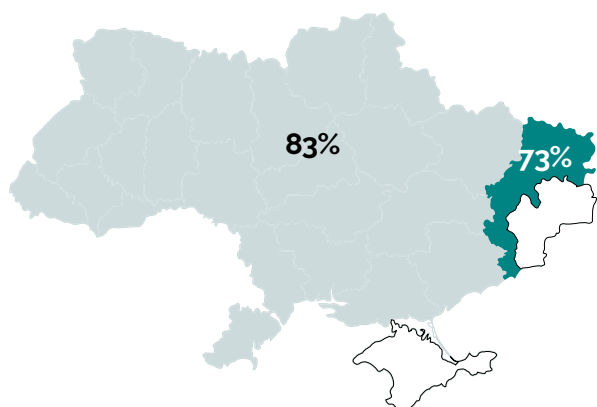
- Найбільш привабливою для населення є програма, коли держава компенсує приватним власникам 35% вартості енергоефективного обладнання — 10% респондентів повідомили, що хотіли б приєднатися до такої програми. Трохи менше (по 8%) хотіли б взяти участь у програмах міської ради та програмах державної підтримки для ОСББ. Ще 5% зацікавлені в програмі заміни газового котла. Загалом, 26% респондентів зацікавлені в участі хоча б в одній програмі.
- З 2015 до 2019 року серед жителів багатоповерхових будинків з 76% до 64% знизилася частка тих, хто не готовий разом з іншими мешканцями взяти кредит для впровадження енергозберігаючих технологій у своєму будинку. Водночас з 15% до 19% зростає частка тих, хто готовий.
- Серед жителів будинків, де створено ОСББ, 25% висловлюють готовність взяти спільний кредит (серед жителів будинків, які обслуговуються ЖЕК, 16% готові взяти кредит).



5

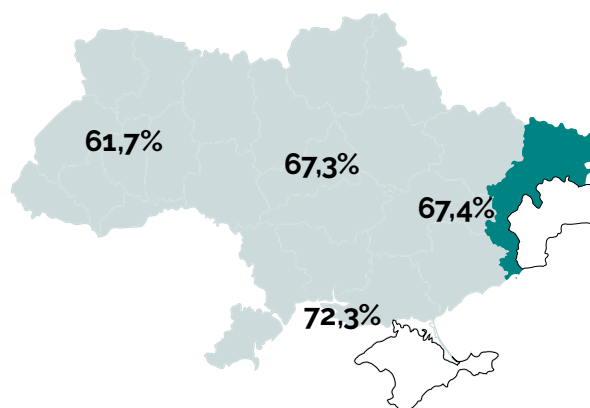
РЕГІОНАЛЬНИЙ РОЗРІЗ

Деяку різницю у результатах можна побачити на прикладі макрорегіонів: так, наприклад, 73% респондентів з Донбасу погоджуються з твердженням, що «Кожне домогосподарство повинно оплачувати реальну вартість тих комунальних послуг, які воно отримало». Цей відсоток в середньому серед інших макрорегіонів (захід, центр, південь, схід) є вищим та складає близько 83%.



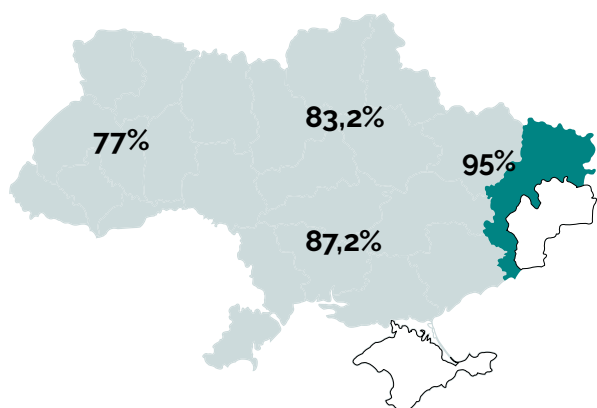
Позитивна відповідь на питання «Чи погоджуєтеся Ви, що кожне домогосподарство повинно оплачувати реальну вартість тих комунальних послуг, які воно отримало?»

Ставлення до субсидій є більш менш рівномірним по всій країні: 61,7% опитаних із заходу, 67,3% — з центру, 67,4% — зі сходу та 66,4% представників Донбасу погоджуються з тим, що субсидії не полегшать адаптацію громадян до нових тарифів. Трохи більшу підтримку цього твердження демонструють мешканці південних регіонів — 72,3%.



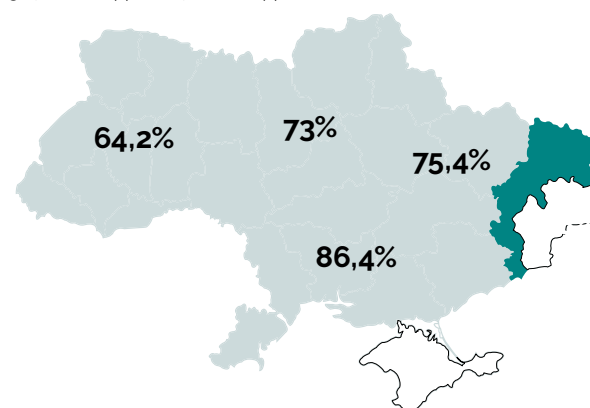
Позитивна відповідь на питання «Чи погоджуєтеся Ви, що надання субсидій не полегшує адаптацію громадян до нових тарифів?»

Найбільша кількість респондентів саме з Донбасу — 95,9% погоджуються з твердженням: «Мої родичі, друзі та сусіди, що живуть у моєму населеному пункті, не можуть повністю сплачувати вартість комунальних тарифів». Для порівняння: лише 77% опитаних мешканців західного регіону погоджуються з цим твердженням. Ці показники у центрі, на півдні та сході країни коливаються у межах 83,2% до 87,2%.



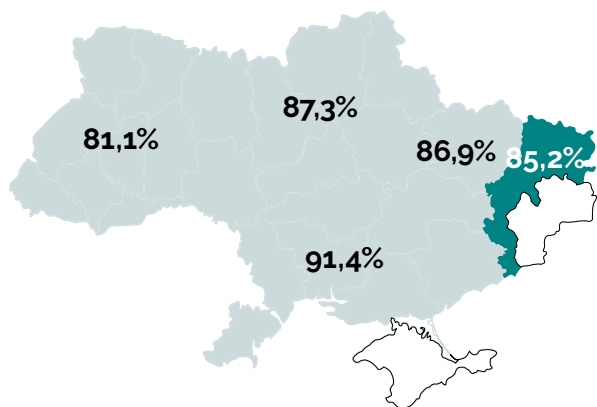
Позитивна відповідь на питання «Чи погоджуєтеся Ви, що мої родичі, друзі та сусіди, що живуть у моєму населеному пункті, не можуть повністю сплачувати вартість комунальних тарифів?»

Оскільки населення України споживає приблизно третину усіх ресурсів, одне з питань дослідження було присвячене розумінню цього факту. Найбільше обізнаними щодо обсягів ресурсів, які споживає населення, виявилися мешканці заходу: лише 64,2% з них погодились з твердженням, що населення споживає мало ресурсів. В інших регіонах ці цифри суттєво вищі: 73% — Донбас та центр, 75,4% — схід, 86,4% — південь.



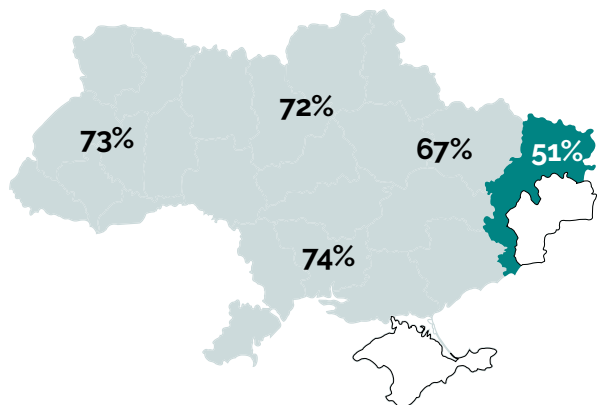
Позитивна відповідь на питання «Чи погоджуєтеся Ви, що населення споживає мало ресурсів?»

Схожу картину можна спостерігати, подивившись, чи підтримує населення тезу про те, що енергозбереженням в першу чергу треба займатись на підприємствах: 81,1% мешканців заходу України, 85,2% — Донбасу, 86,9% — сходу, 87,3% — центру та найбільше — 91,4% населення півдня України розділяють таку думку.



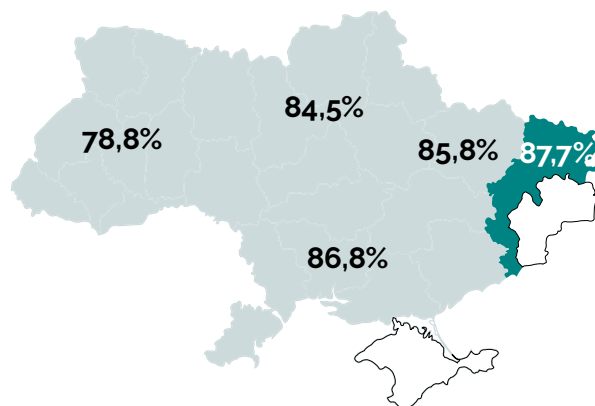
Позитивна відповідь на питання «Чи погоджуєтеся Ви, що енергозбереженням треба в першу чергу займатись на підприємствах?»

Різницю у ставленні населення різних регіонів України можна прослідкувати і на прикладі відповіді на питання «Чи вважаєте Ви, що енергозберігаючі технології ефективно знижують платіжки за комунальні послуги?». Лише 51% мешканців Донбасу відповіли ствердно на це питання. Цифри в інших регіонах є дещо вищими: близько 67% на сході України, та від 72% до 74% — у центрі, на півдні та на заході. Це означає, що мешканці Донбасу є найменш проінформованими щодо економічних ефектів від запровадження енергозберігаючих та енергоефективних практик.



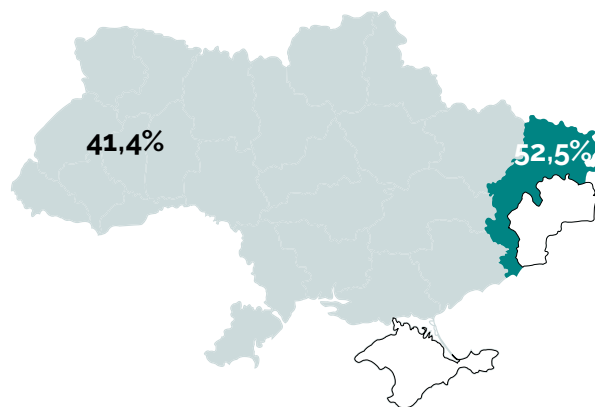
Позитивна відповідь на питання «Чи погоджуєтеся Ви, що енергозберігаючі технології ефективно знижують платіжки за комунальні послуги?»

Більшість населення України вважає, що впровадження енергозберігаючих технологій та енергоефективних заходів у потребує дуже багато коштів. З цим погоджуються в середньому по країні 87,5% населення. Особливих регіональних розходжень у відповіді на це питання не спостерігалось. Про недостатність коштів у своєму домогосподарстві для впровадження енергозберігаючих технологій та енергоефективних заходів свідчать і такі показники: 78,8% на заході, 84,5% в центрі, 86,8% на півдні, 85,8% на сході та 87,7% громадян Донбасу погоджуються що їм не вистачає на це коштів.



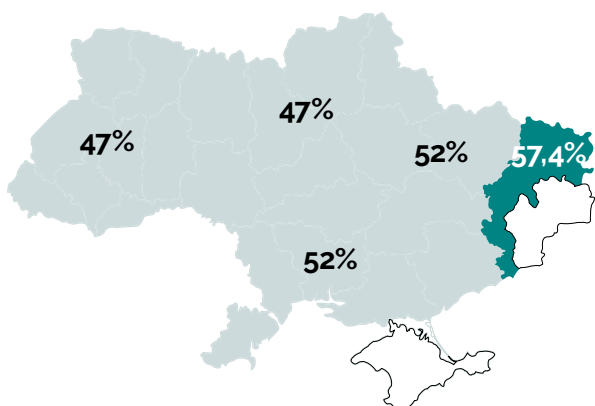
Позитивна відповідь на питання «Чи погоджуєтеся Ви, що мої родичі, друзі та сусіди, що живуть у моєму населеному пункті, не можуть повністю сплачувати вартість комунальних тарифів?»

Водночас, практично рівномірно усе населення України вважає, що енергозберігаючі технології дадуть лише незначні заощадження для власних домогосподарств: результати варіюють від підтримки цієї тези 41,4% респондентів на Заході до 52,5% респондентів на Донбасі.



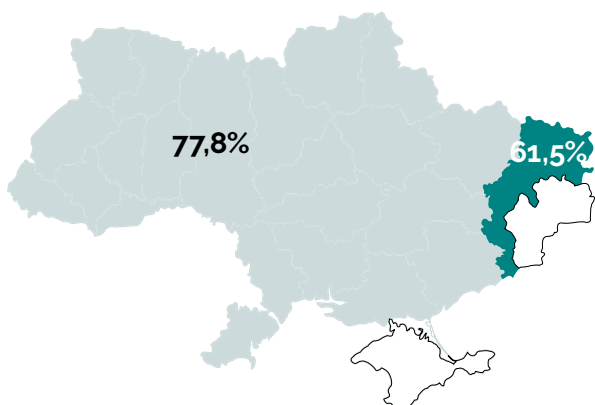
Позитивна відповідь на питання «Чи погоджуєтеся Ви, що енергозберігаючі технології дадуть лише незначні заощадження для власних домогосподарств?»

Разом із тим, в середньому по країні близько 50% громадян вважають, що вони мають достатньо інформації про те, які енергозберігаючі технології та енергоефективні заходи можна впровадити у їх домогосподарствах. Значних розбіжностей між регіонами не спостерігається, хоча центр та захід є найменш проінформованими (близько 47% відповіли ствердно), а мешканці Донбасу — найбільше, там позитивно відповіли 57,4%.



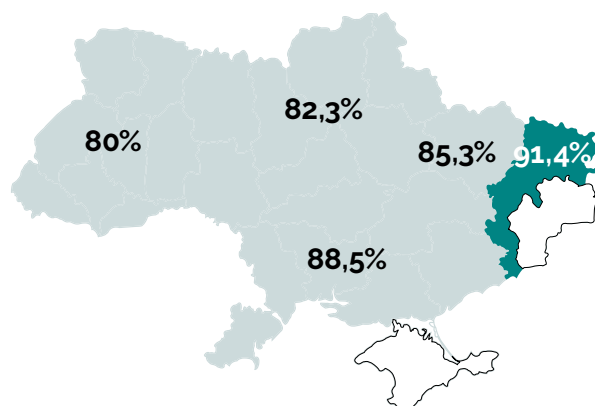
Позитивна відповідь на питання «Чи погоджуєтеся Ви, що Ви маєте достатньо інформації про те, які енергозберігаючі технології та енергоефективні заходи можна впровадити у Вашому домогосподарстві?»

Окреме питання дослідження було присвячене розумінню інших аспектів впровадження енергозберігаючих чи енергоефективних заходів, а саме їх зв'язку із забезпеченням енергетичної незалежності України. 61,5% мешканців Донбасу погодились із твердженням, що «енергозберігаючі технології — це енергетична безпека держави». Набагато більший відсоток — а саме 77,8% мешканців заходу України підтримують цю тезу. Ідентичну розбіжність можна помітити у відповідях щодо тези «енергозберігаючі технології — піклування про довкілля». 46,7% мешканців Донбасу та 76,5% мешканців заходу України погодились із цим твердженням.



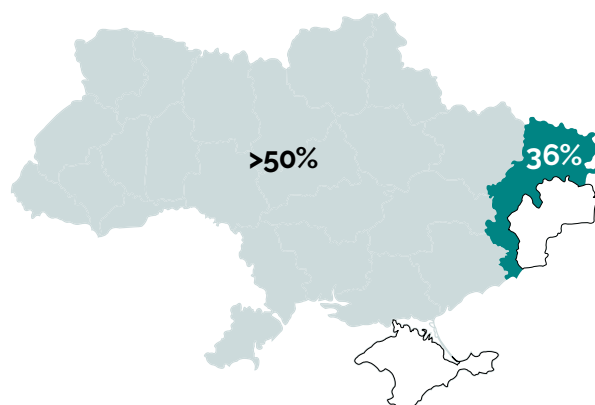
Позитивна відповідь на питання «Чи погоджуєтеся, Ви з твердженням, що енергозберігаючі технології — це енергетична безпека держави?»

Українці більш менш рівномірно по всій країні демонструють бажання зробити органи влади ініціаторами змін. У відповіді на питання «Чи погоджуєтеся, Ви з твердженням, що «центральні і місцеві органи влади повинні взяти на себе відповідальність з розробки і впровадження програм енергозбереження в домогосподарствах жителів» 80% опитаних на заході країни, 82,3% — центрі, 85,3% — сході та 88,5% та 91,4% на Донбасі та півдні відповіли ствердно.



Позитивна відповідь на питання «Чи погоджуєтеся, Ви з твердженням, що «центральні і місцеві органи влади повинні взяти на себе відповідальність з розробки і впровадження програм енергозбереження в домогосподарствах жителів?»

Якщо подивитися на протилежне запитання, а саме «Чи погоджуєтесь Ви з твердженням, що кожне домогосподарство повинно самостійно ініціювати і запроваджувати енергоефективні заходи у себе, не чекаючи на допомогу від центральних чи місцевих органів влади?», то картина є дещо іншою. Лише 36% мешканців Донбасу підтримують цю тезу, в той час як в інших регіонах цей показник є більшим за 50%.



Позитивна відповідь на питання «Чи погоджуєтеся Ви з твердженням, що кожне домогосподарство повинно самостійно ініціювати і запроваджувати енергоефективні заходи у себе, не чекаючи на допомогу від центральних чи місцевих органів влади?»

6

РЕКОМЕНДАЦІЇ

На основі проведеного соціологічного дослідження, можна визначити такі основні рекомендації для побудови інформаційної кампанії та адресування питань енергозбереження у житловому секторі:

1. **Більшість українців не вважають механізм формування вартості комунальних тарифів прозорим і зрозумілим**, а також нинішні тарифи такими, що обумовлені об'єктивними причинами. Скоріш за все, у населення відсутнє розуміння поняття реальної вартості енергоресурсів. У зв'язку із цим доцільною видається **ґрунтовна комунікація причин та роз'яснення наслідків підвищення тарифів**: надання інформації про механізм їх формування, причини та послідовність підвищення, інформації про реальну вартість енергоресурсів (наприклад, у порівнянні з іншими країнами світу).
2. **Більшість українців підтверджують наявність проблем з оплатою комунальних послуг**, але водночас критично відносяться до субсидій, навіть у контексті значного підвищення тарифів. У зв'язку із цим, доцільним видається у ході наступних інформаційних кампаній обґрунтувати субсидування, пояснити, чому субсидування є більш виправданим, ніж збереження тарифів на попередньому рівні. Необхідно також більш чітко пояснити населенню процедуру **монетизації субсидій, а саме питання умов її надання (кількість прописаних осіб, офіційне місце роботи тощо)**.
3. **Більшість населення не відчуває важливості енергозбереження житловим сектором**, а отже і власної відповідальності за це, а також дотримується думки, що підприємства та влада є відповідальними за енергозбереження. Хоча ситуація з розумінням своєї відповідальності трохи покращилася у порівнянні з 2015 роком, тим не менше важливою складовою інформаційної кампанії залишається роз'яснення загальнодержавної мети у сфері енергоефективності та значущості зусиль громадян для її досягнення. Окрім того, мають комунікуватися зусилля, до яких держава та бізнес вдаються для модернізації інфраструктури та виробництва — задля досягнення тієї ж мети.
4. Більшість українців вважають, що впровадження енергозберігаючих технологій дозволить знизити вартість комунальних послуг, але водночас майже половина вважає, що можливість заощадити при цьому буде незначною. Причиною такого дисонансу може бути низька обізнаність населення з тим, які власне технології та практики є енергозберігаючими. Відповідно, необхідно побудувати довгострокову інформаційну кампанію та забезпечити постійне донесення цієї інформації до населення.
5. Більшість населення визнає важливість впровадження енергозберігаючих технологій у їхніх домогосподарствах для захисту довкілля, а також для забезпечення енергетичної безпеки держави. Це означає, що за мету інформаційних кампаній можна актуалізувати й інші **мотиви для впровадження заходів з енергозбереження**: окрім збереження власних коштів, говорити про енергозбереження задля покращення стану довкілля та внесок кожного у забезпечення енергетичної безпеки (енергетичної незалежності) країни.
6. **Переважна більшість українців зазначають, що впровадження енергоефективних заходів та енергозберігаючих технологій потребує дуже багато витрат, і що їхньому домогосподарству не вистачить повного обсягу цих коштів**. Водночас, 40% населення готові вкладати кошти в енергоефективні проекти з терміном окупності 3–5 років і більше. У цьому зв'язку вбачається необхідність подальшого розвитку програм та механізмів співфінансування (населення — місцева влада — державна влада) для активного впровадження заходів з енергозбереження серед усіх верств населення.



7. Відсоток українців, які знають про принаймні одну програму підтримки енергоефективності (такі як державна програма «теплі кредити» чи ін.) знизилася у порівнянні з 2015 роком і сягає лише 29%. Це може говорити про недостатню, непостійну або ж неефективну комунікацію таких програм населенню. Самі ж респонденти радять: для того, щоб громадяни охочіше брали участь у програмах підтримки енергоефективності, необхідно робити більш інтенсивну рекламу з використанням різних каналів комунікації (телебачення, веб-сайтів та ін). Інші зазначають, що їх відлякує надто висока відсоткова ставка за кредитом та/чи сама необхідність брати у банку кредит. Широка комунікація успішних прикладів та реалізованих проєктів могла би принаймні частково допомогти побороти цю недовіру.
8. Практично все населення України впроваджує ті чи інші заходи з енергозбереження, але насамперед це практики, які не потребують значних інвестицій (економія енергії, встановлення лічильників, заміна вікон). Тому необхідно

чітко комунікувати бажану послідовність, ефективність та доцільність впровадження різноманітних заходів з енергозбереження для досягнення найкращого результату з точки зору економії та комфорту.

9. Серед жителів багатоквартирних будинків, колективні практики енергозбереження мають досить низьку розповсюдженість, але водночас вони є найбільш затребуваними. Відповідно до цього варто розробити інформаційну кампанію, що мала би на меті об'єднати співвласників багатоквартирних будинків для спільного впровадження заходів з енергозбереження.
10. Відповіді респондентів демонструють обмежену інституційну довіру до рішень та повідомлень державних структур. Вищою довірою користуються повідомлення та приклади від інших громадян, які можуть продемонструвати ефект від впроваджених заходів у своїх власних будинках. Залучення таких прикладів у широких інформаційних кампаніях дозволить зменшити недовіру і підвищити рівень зацікавленості у модернізації своїх будинків.

АВТОРИ

Анна Акерманн, керівниця кліматичного відділу,
кампейнерка з енергоефективності, членкиня
Правління, Центр екологічних ініціатив «Екодія»

Марія Коваль-Гончар, проектний координатор
Представництва Фонду ім. Фрідріха Еберта в Україні

Антон Грушецький, заступник директора Київського
міжнародного інституту соціології

Поліна Липова, незалежний аналітик

ВИХІДНІ ДАНІ

Представництво Фонду ім. Фрідріха Еберта в Україні

01024, м. Київ, Україна
вул. Пушкінська, 34
тел.: +38 (044) 234 00 38
e-mail: mail@fes.kiev.ua
www.fes.kiev.ua

Центр екологічних ініціатив «Екодія»
а/с 26, 01032, м. Київ, Україна
вул. Саксаганського, 52а
тел.: +38 (044) 353 78 41
e-mail: info@ecoaction.org.ua
<https://ecoaction.org.ua>

Відповідальний за друк: Марсель Рьотіг | Директор
Представництва Фонду ім. Фрідріха Еберта в Україні

Замовлення публікацій:
mail@fes.kiev.ua

Комерційне використання усіх матеріалів цієї
публікації не дозволяється без письмового дозволу
Фонду ім. Фрідріха Еберта

ДУМКИ І ПОГЛЯДИ НАСЕЛЕННЯ УКРАЇНИ ЩОДО ЕНЕРГОЕФЕКТИВНОСТІ ТА ЕНЕРГОЗБЕРЕЖЕННЯ: РЕЗУЛЬТАТИ ВСЕУКРАЇНСЬКОГО СОЦІОЛОГІЧНОГО ОПИТУВАННЯ

За редакцією: Анни Акерманн, Марії Коваль-Гончар
Дизайн: Олена Марчишина, Роман Марчишин

Це дослідження проведено Київським міжнародним інститутом соціології у рамках спільного проекту
Представництва Фонду ім. Фрідріха Еберта в Україні та Центру екологічних ініціатив «Екодія» із вивчення
ставлення населення України до енергозбереження, енергоефективності та атомної енергетики.
Погляди висловлені у цій публікації не обов'язково відображають погляди Фонду ім. Фрідріха Еберта.
Замовник: Представництво Фонду ім. Фрідріха Еберта в Україні



ДУМКИ І ПОГЛЯДИ НАСЕЛЕННЯ УКРАЇНИ ЩОДО ЕНЕРГОЕФЕКТИВНОСТІ ТА ЕНЕРГОЗБЕРЕЖЕННЯ:

всеукраїнське соціологічне дослідження



Всеукраїнське дослідження «Думки і погляди населення України щодо енергоефективності та енергозбереження» проводилося Київським міжнародним інститутом соціології у березні — квітні 2019 року на замовлення Представництва Фонду ім. Фрідріха Еберта та Центру екологічних ініціатив «Екодія».

Аналогічне дослідження проводилося у серпні 2015 року, що дозволяє оцінити динаміку настроїв населення з цього питання.



Серед головних зрушень за 4-річний період, які можна відмітити, — краща поінформованість населення щодо необхідності впровадження енергоефективних практик, а також вищий ступінь готовності спільно з іншими мешканцями (для жителів багатоповерхових будинків) впроваджувати енергоефективні заходи.



Водночас, українці більш гостро ніж у 2015 році ставлять під питання ефективність субсидій як системи підтримки населення для оплати комунальних послуг, і більш ніж 70% населення не чули про жодну з державних чи місцевих програм підтримки енергоефективності.

Разом із тим, як і у 2015 році, абсолютна більшість жителів України (82%) вважають, що кожне домогосподарство повинно оплачувати реальну вартість комунальних послуг, які воно отримує, в тч. 55% повністю з цим погоджуються.