



*Crna Gora*  
*Ministarstvo ekonomije*

**gtz**

## ISTRAŽIVANJE JAVNOG MJENJA O NIVOU SVIJESTI O ENERGETSKOJ EFIKASNOSTI



NOVEMBAR 2010.

**SADRŽAJ:**

1. UVODNE INFORMACIJE I OPRAVDANOST SPROVOĐENJA STUDIJE.....	3
2. CILJ I METODOLOGIJA ISTRAŽIVANJA.....	3
3. ANALIZA PODATAKA .....	4
3.1 Demografske karakteristike ispitanika .....	4
3.2 Potrošnja energije u domaćinstvu.....	4
3.3 Energetska efikasnost - definicija i promotivne aktivnosti.....	6
3.4 Mjere energetske efikasnosti.....	7
4. POREĐENJE REZULTATA ISTRAŽIVANJA (2008, 2009 i 2010. godina).....	9
5. PROCES SPROVOĐENJA ISTRAŽIVANJA.....	9
6. ZAKLJUČCI ISTRAŽIVANJA.....	13
7. ANEX .....	16
7.1 Upitnik.....	16

## 1. UVODNE INFORMACIJE I OPRAVDANOST SPROVOĐENJA STUDIJE

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

Prije početka realizacije Projekta sprovedeno je inicijalno istraživanje javnog mnjenja (oktobar 2008. godine) o nivou svijesti građana o energetskej efikasnosti koje je postavilo osnov za planiranje budućih aktivnosti. U junu 2009. godine sprovedeno je kontrolno međuistraživanje i u novembru 2009. godine finalno istraživanje za analizu krajnjih efekata Projekta. U toku realizovanja Projekta sprovedena je intenzivna javna kampanja sa ciljem informisanja i podizanja svijesti građana o potrebi efikasnog korišćenja svih oblika energije, pripremljeni su promotivni TV i radio spotovi, posebni serijali o energetskej efikasnosti, kao i dokumentarni film o energetskej efikasnosti i TV emisija "Pametna energija".

Kako bi se i u narednom periodu nastavilo sa informisanjem javnosti i edukovanjem o značaju racionalne potrošnje, GTZ nastavlja sa realizacijom sličnih istraživanja.

## 2. CILJ I METODOLOGIJA ISTRAŽIVANJA

Upoznatost predstavnika domaćinstava sa energetskej efikasnošću zasnovano je na sprovođenju istraživanja javnog mnjenja koje je za potrebe Njemačke organizacije za tehničku saradnju (GTZ) i Ministarstva ekonomije realizovala izabrana kompanija CEED Consulting.

Sa ciljem sticanja detaljnijeg uvida i sagledavanja svijesti i upoznatosti građana sa zadatim temama, sprovedeno je kvantitativno istraživanje (face-to-face) kojim je obuhvaćeno 452 predstavnika domaćinstva koji žive u sopstvenoj kući/stanu. Kao polazna osnova za kreiranje uzorka korišćeni su podaci MONSTAT-a broju punoljetnih građana u Crnoj Gori na osnovu kojih je kreiran reprezentativan uzorak<sup>1</sup>.

Istraživanje je sprovedeno u Beranama, Bijelom Polju i Pljevljima (sjeverni region), Nikšiću i Podgorici (centralni region) i Baru, Budvi, Ulcinju i Herceg Novom (južni region) na uzorku od 452<sup>2</sup> građana. U Tabeli 1 dat je pregled broja ispitanika po gradovima.

**Tabela 1. Struktura ispitanika po gradovima**

OPŠTINA	BROJ ANKETA	% UČEŠĆA U UZORKU
Podgorica	90	19.9
Nikšić	60	13.3
<b>CENTRALNI REGION</b>	<b>150</b>	<b>33.2</b>
Bijelo Polje	60	13.3
Berane	45	10.0
Pljevlja	45	10.0
<b>SJEVERNI REGION</b>	<b>150</b>	<b>33.3</b>

<sup>1</sup> Reprezentativnost uzorka podrazumijeva da odabrane jedinice posmatranog skupa, odnosno populacije imaju sve osobine ukupne populacije

<sup>2</sup> Ponudom je bio predviđeno anketiranje 450 ispitanika, ali je istraživanjem obuhvaćen veći broj od predviđenog

Ulcinj	40	8.8
Bar	37	8.2
Budva	40	8.8
Herceg Novi	35	7,7
JUŽNI REGION	152	33.5
<b>UKUPNO:</b>	<b>452</b>	<b>100.0</b>

Prikupljanje podataka na terenu realizovano je tokom septembra i oktobra 2010. godine i obavljeno je metodom direktnog intervjuisanja ispitanika. Za rad na terenu CEED Consulting je angažovao 18 anketara koji su prošli jednodnevnu obuku o cilju istraživanja, sadržaju upitnika, kao i o rokovima za prikupljanje podataka.

Kreiran je upitnik koji je nudio pitanja otvorenog i zatvorenog tipa. Ispitanicima koji su obuhvaćeni istraživanjem garantovana je anonimnost, što je doprinijelo dobijanju iskrenih podataka koji su obrađeni u ovom Izvještaju.

Unos podataka urađen je u Microsoft Excel-u, a obrada podataka sa potrebnim logičkim kontrolama urađena je u SPSS programu (Statistički paket za društvene nauke koji služi za obradu i analizu podataka).

U skladu sa ciljevima projekta, tim analitičara CEED Consultinga izvršio je analize podataka i u skladu sa dobijenim rezultatima pripremio zaključke. Uzimajući u obzir način na koji je uzorak kreiran, kao i primijenjenu metodologiju, smatramo da se prezentirani nalazi mogu tretirati kao validni pokazatelji upoznatosti građana sa temom energetske efikasnosti.

### 3. ANALIZA PODATAKA

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

- demografske karakteristike,
- potrošnja energije u domaćinstvu,
- energetska efikasnost – definicija i promotivne aktivnosti i
- mjere energetske efikasnosti.

#### 3.1 Demografske karakteristike ispitanika

Istraživanje je realizovano u 9 crnogorskih gradova na uzorku od 452 građana. Polna struktura ispitanika: 50.2% muškaraca i 49.8% žena. Ispitanici su najčešće starosne dobi od 30 do 44 godina (38.5%) i od 45 do 59 godina (34.7%).

U 70.5% slučajeva ispitanici su sa završenom srednjom školom. Najčešće (69.3%) anketirani žive u kući, i u 39.3% slučajeva navode da se njihovi prihodi kreću od 351€ do 1.000€.

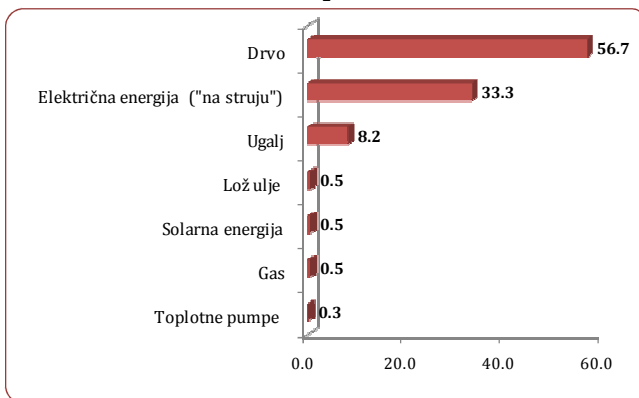
#### 3.2 Potrošnja energije u domaćinstvu

Tri četvrtine (74.6%) ispitanika kao energent u domaćinstvu najčešće koristi električnu energiju, a u znatno manjem (23.0%) procentu se opredijele za drva.

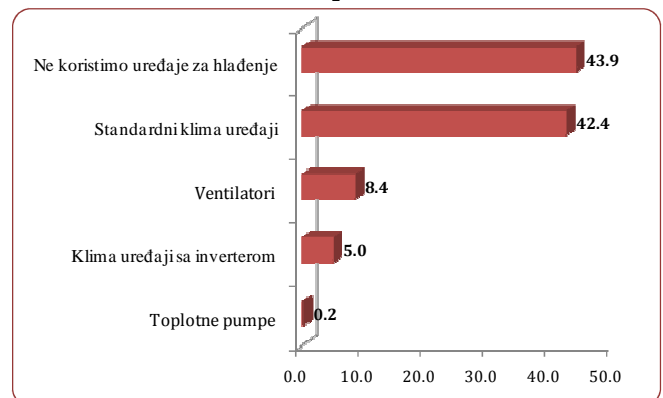
Za koji energent za grijanje će se opredijeliti tokom zime zavisi od uslova stanovanja i regiona u kome ispitanici žive. Tako se za grijanje najčešće koriste drva i električna energija (56.7% i 33.3%, Grafik 1). Detaljniji uvid pokazuje da se za upotrebu drva najčešće opredjeljuju oni koji žive u sjevernom i centralnom regionu, dok električnu energiju koriste građani na jugu Crne Gore.

U približno istom procentu predstavnici domaćinstva navode da ne koriste uređaje za hlađenje, odnosno da koriste standardne klima uređaje (43.9%, odnosno 42.4% - Grafik 2). Predstavnici domaćinstva koji koriste standardne klima uređaje su najčešće iz centralnog i južnog regiona što je uslovljeno specifičnošću klime u ovim područjima.

**Grafik 1. Energenti za grijanje u zimskom periodu:**



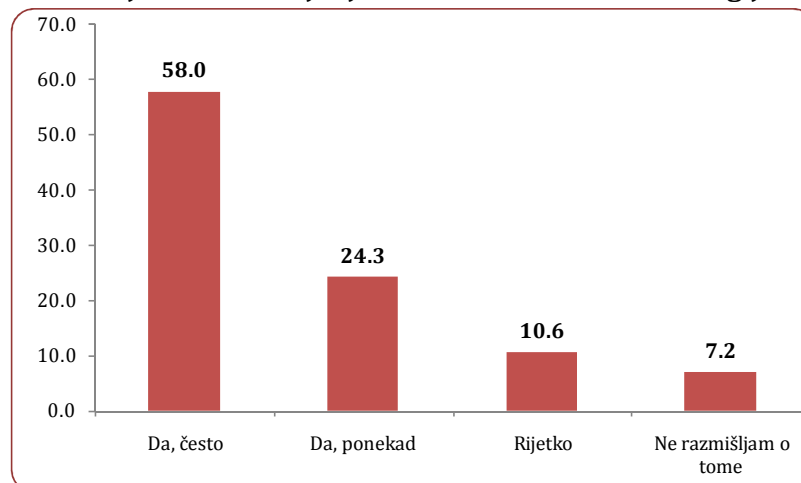
**Grafik 2. Uređaji za hlađenje u ljetnjem periodu:**



Da često razmišlja o smanjenju računa za energiju navodi 58.0% ispitanika – Grafik 3. Iz tog razloga, a sa ciljem smanjenja potrošnje električne energije u domaćinstvu, 42.7% anketiranih preduzima određene mjere: korišćenje štednih sijalica, uključivanje aparata po potrebi, korišćenje jeftine tarife, kao i upotrebu plina.

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

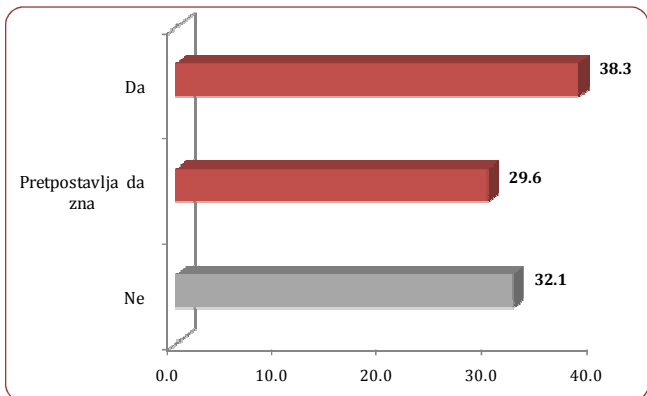
**Grafik 3. Razmišljate li o smanjenju računa za električnu energiju u domaćinstvu?**



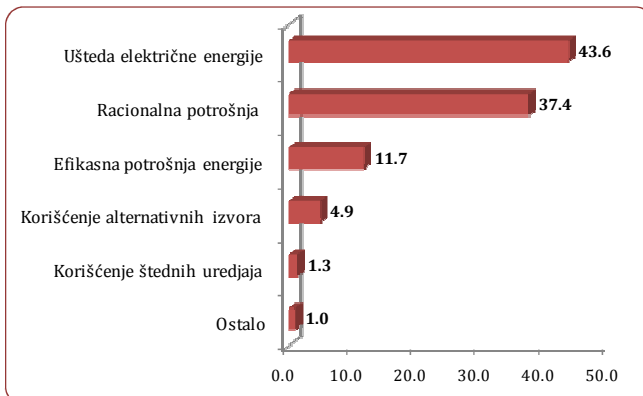
### 3.3 Energetska efikasnost – definicija i promotivne aktivnosti

Visok procenat anketiranih, njih 67.9% (Grafik 4), zna i pretpostavlja da zna šta se podrazumijeva pod pojmom energetska efikasnost. Upravo ovi ispitanici energetskej efikasnost definišu kao uštedu električne energije i racionalnu potrošnju (43.6% i 37.4%, Grafik 5).

**Grafik 4. Da li znate šta se podrazumijeva pod pojmom energetska efikasnost?**



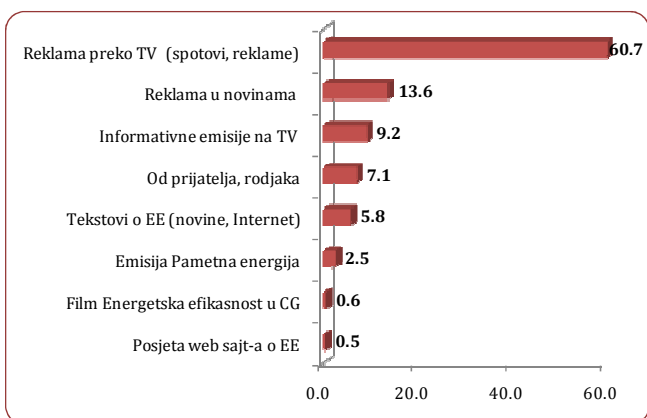
**Grafik 5. Kako biste definisali pojam energetskej efikasnosti?**



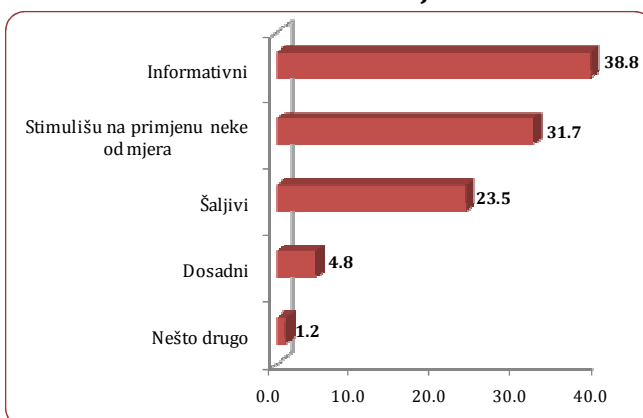
Tri petine (57.1%) anketiranih je u medijima primijetilo informacije koje se odnose na racionalnu potrošnju energije povećanjem energetskej efikasnosti. Njihov najčešći način informisanja su reklame koje se prikazuju na televiziji (Grafik 6). Podjednako, i muškarci i žene, primjećuju navedene informacije u medijima.

Kako su anketirani u 60.6% slučajeva naveli da su primijetili propagandne TV spotove, upitali smo ih kakav utisak su na njih ostavili. Emitovani TV spotovi su, prema njihovom mišljenju, informativni, stimulatívni i šaljivi (Grafik 7). Ove načine, podjednako, navode i muškarci i žene.

**Grafik 6. Načini informisanja o energetskej efikasnosti?**



**Grafik 7. Propagadni spotovi emitovani na televiziji su:**



Ispitanici su pokazali slabiju upoznatost sa pojmovima energy bus, energetskej pregled zgrade i pasivne kuće. Svega 10.8% ispitanika je znalo da definiše Energy bus i to kao autobus koji sadrži opremu za mjerenje energetskej efikasnosti, autobus koji radi na električnom pogonu i koji ne zagađuje okolinu.

Svega 21.0% ispitanika navelo je da zna šta se podrazumijeva pod energetskej pregledom zgrada. U pitanju je pregled potrošnje energije u zgradama, kao i pregled instalacija i provjera ispravnosti brojila.

Skoro svaki peti (19.5%) ispitanik je znao da navede šta se podrazumijeva pod pojmom pasivna kuća - kuća u kojoj se racionalno troši električna energija, odnosno riječ je o kući koja koristi alternativne izvore energije.

### 3.4 Mjere energetske efikasnosti

Sa ciljem sagledavanja trenutne upoznatosti građana sa pojedinim mjerama energetske efikasnosti, upitali smo ih da li su, i u kojoj mjeri, upoznati sa pojedinim mjerama energetske efikasnosti. Analiza je pokazala da najmanju upoznatost pokazuju sa termostatskim ventilima i kondezacionim kotlovima, kao i solarnim kolektorima i klima uređajima sa inverterom (Tabela 2).

Žene u većem procentu od muškaraca nijesu čule za kondezacione kotlove i termostatske ventile, kao i solarne kolektore i klima uređaje sa inverterom.

**Tabela 2. Među navedenim primjerima energetske efikasnosti da li ima nekih za koje niste do sada čuli?**

Mjere EE	%
Termostatski ventili	21.8
Kondezacioni kotao	21.3
Solarni kolektor i foto-voltažne ćelije	13.1
Klima uređaj s inverterom	12.9
Toplotna pumpa	11.8
Prozori s low-e staklima	7.7
Uređaji energetskog razreda A	7.6
Ništa od navedenog	2.4
Upotreba štednih sijalica	0.9
Izolacija kuće/stana	0.5

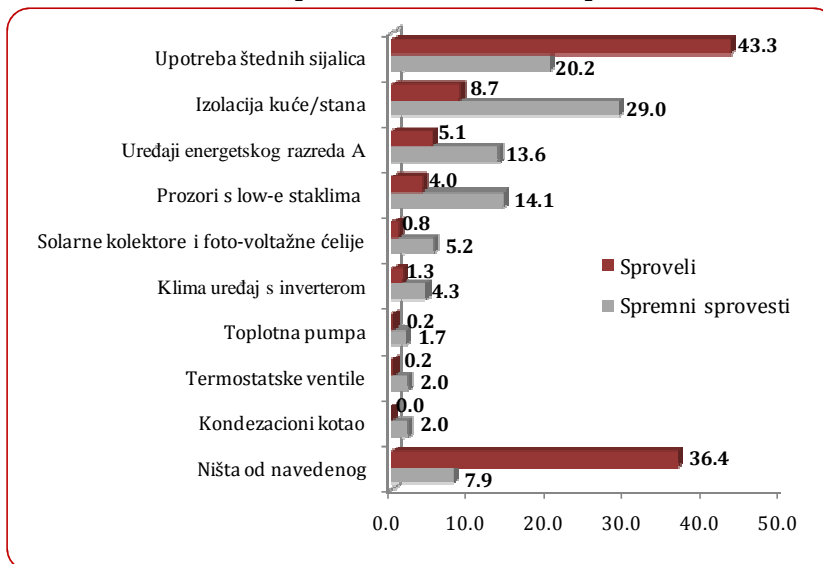
Ispitanici su upitani koje mjere energetske efikasnosti su sproveli u svom domaćinstvu, odnosno koje od mjera su spremni sprovesti u narednom periodu. Nešto više od dvije petine anketiranih (43.3%, Grafik 8) u domaćinstvu upotrebljava štedne sijalice, dok su se u znatno manjem procentu opredijelili za izolaciju kuće/stana (8.7%, Grafik 8).

Detaljnija analiza pokazuje da anketirani građani sa sjevera u znatno manjem procentu primjenjuju navedene mjere, u poređenju sa onim iz centralnog i južnog regiona. Muškarci, u većem broju slučajeva, navode da su sproveli navedene mjere.

U narednom periodu ispitanici su spremni da sprovedu izolaciju objekta u kome žive i u većoj mjeri upotrebljavaju štedne sijalice (29.0% i 20.2%, Grafik 8). Pored ovoga ispitanici navode i spremnost za primjenu prozora sa e-low staklima i uređajima energetskog razreda A – 14.1%, Grafik 8. Za izolaciju kuće/stana bili bi spremni ispitanici iz sjevernog regiona, podjednako i muškarci i žene, i oni koji ostvaruju mjesečne prihode koji se kreću od 351 do 1.000€.

Na Grafiku 8 prikazano je da 7.9% ispitanika ne želi da sprovede ni jednu od navedenih mjera u narednom periodu.

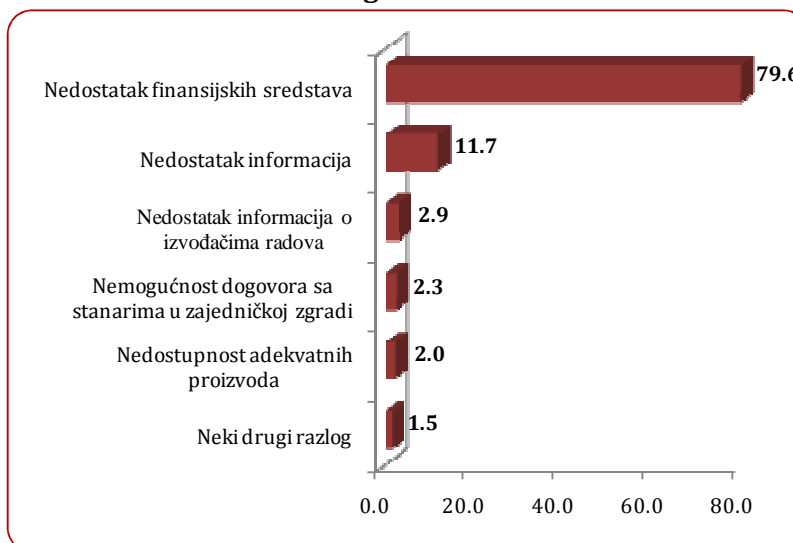
**Grafik 8. Mjere energetske efikasnosti koje su sproveli, odnosno spremni su sprovesti u narednom periodu?**



Anketirani predstavnici domaćinstva upitani su za razloge zbog kojih ne namjeravaju sprovesti neku od mjera energetske efikasnosti. U najvećem broju slučajeva kao razlog ističu nedostatak finansijskih sredstva (79.6%, Grafik 9), dok svaki deseti ispitanik navodi i nedostatak informacija.

Detaljniji uvid pokazuje da nedostatak finansijskih sredstava navode najčešće ispitanici sa sjevera, muškarci, kao i oni koji žive u kući.

**Grafik 9. Razlozi zbog kojih ne namjeravate sprovesti neku od mjera energetske efikasnosti?**





#### 4. PROCES SPROVOĐENJA ISTRAŽIVANJA

Sa ciljem realizovanja Istraživanja javnog mnjenja o energetskej efikasnosti predstavnici GTZ, i istraživačke agencije CEED Consulting održali su sastanak na kome su definisane aktivnosti koje je bilo neophodno sprovesti u narednom periodu.

Kako se istraživanje sprovodi nekoliko godina zaredom, pristupilo se dopuni definisane metodologije istraživanja i radnog plana u kome su opisani istraživački metodi koji će se primjenjivati, definisani ciljevi i ciljne grupe, te tehnike istraživanja (upitnik), kao i model obrade i analize dobijenih podataka. Nakon usvajanja metodologije, pristupilo se dopuni već definisanog upitnika.

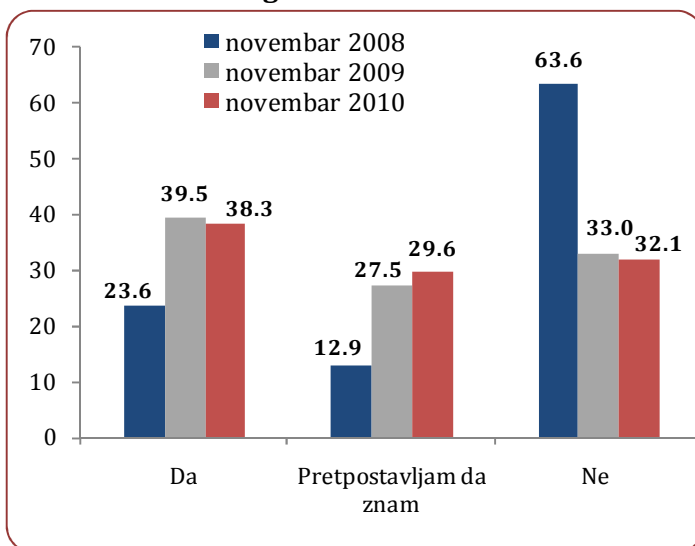
U procesu sprovođenja istraživanja predstavnici domaćinstava srdačno su primili naše anketare i svojom dostupnošću u velikoj mjeri im olakšali realizovanje anketiranja. Takođe, omogućili su da se u predviđenom vremenskom roku prikupe podaci i na taj način adekvatno sprovede Istraživanje.

Za rad na terenu CEED Consulting je angažovao 18 anketara koji su prošli jednodnevnu obuku o cilju istraživanja, sadržaju upitnika, kao i o rokovima za prikupljanje podataka.

Dobijeni podaci su uneseni u elektronsku bazu u Excel-u, nakon čega se otpočelo sa analizom dobijenih podataka.

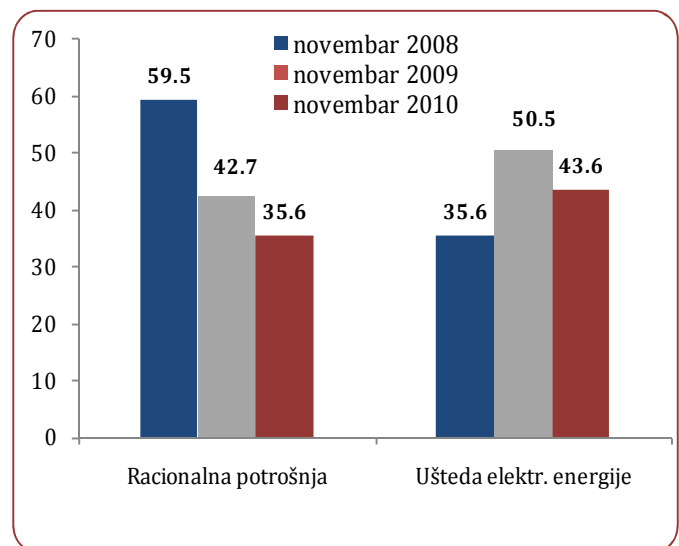
#### 5. POREĐENJE REZULTATA ISTRAŽIVANJA (2008, 2009 i 2010. godina)<sup>3</sup>

Da li znate šta se podrazumijeva pod pojmom energetska efikasnost?



- ✓ Veći broj građana koji zna i pretpostavlja da zna šta se podrazumijeva pod energetskej efikasnošću

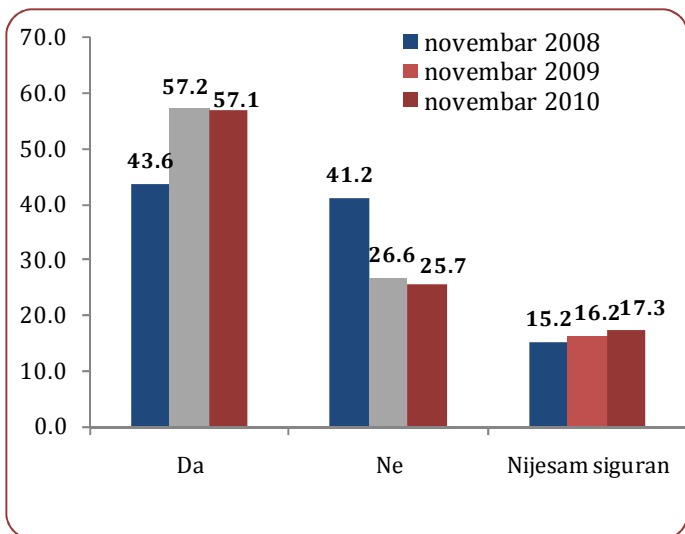
Kako biste definisali pojam energetske efikasnosti?



- ✓ Veći broj onih koji pojam energetske efikasnosti definišu kao ušteda energije

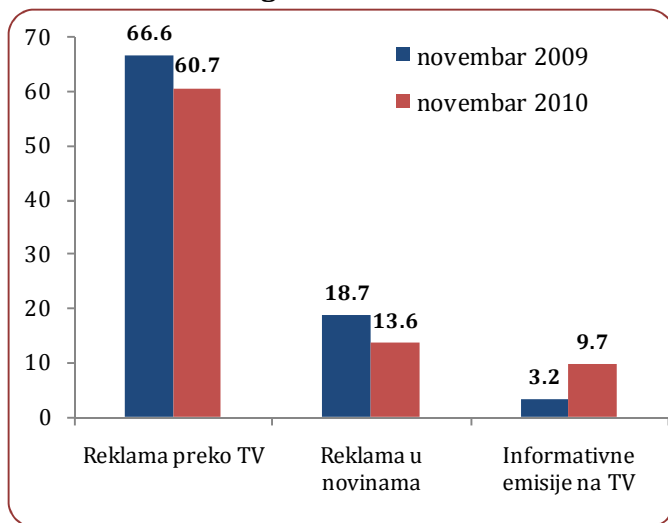
<sup>3</sup> Moguće je primijetiti da je na početku projekta „Godina energetske efikasnosti“ (2008.) upoznatost građana sa energetskej efikasnošću i primjenjivim mjerama bila na nižem nivou, da bi se tokom realizacije projekta (2009. godine) upoznatost povećala. Za 2010. godinu karakteristično je da ispitanici pokazuju manju upoznatost nego što je to bio slučaj za 2009.godinu što može biti uslovljeno smanjenim intezitetom javne kampanje.

**Da li ste u medijima primijetili informacije koje se odnose na EE?**



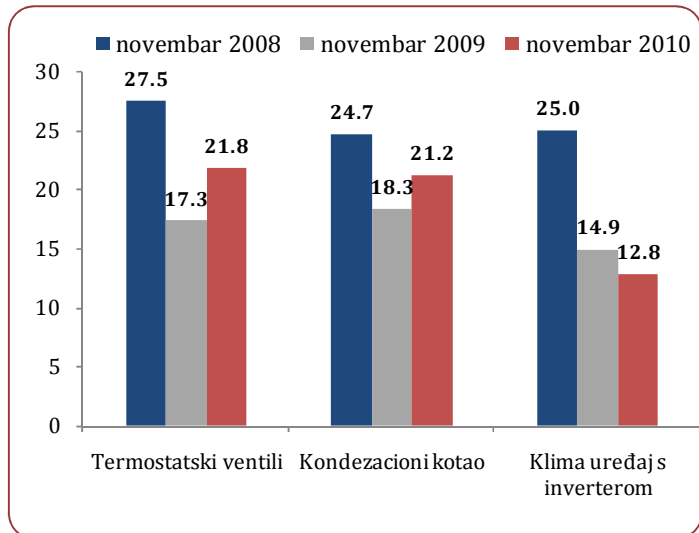
✓ Povećan je broj ispitanika koji su u medijima primijetili informacije o energetskej efikasnosti.

**Na koji način ste čuli za energetskej efikasnost?<sup>4</sup>**



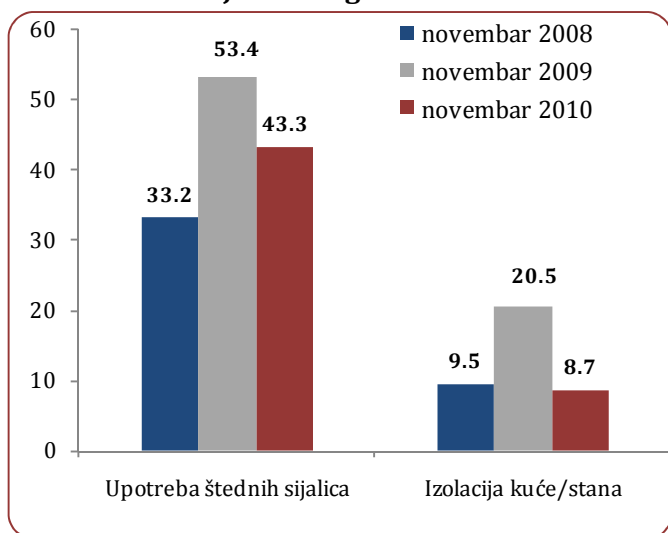
✓ Anketirani se najčešće informišu preko televizija – spotovi i reklame, kao i preko reklame koja ide u dnevnim novinama.

**Među navedenim primjerima energetske efikasnosti ima li nekih za koje nijeste do sada čuli?**



✓ Smanjen broj onih koji nijesu upoznati sa termostatskim ventilima i kondezacionim kotlovima

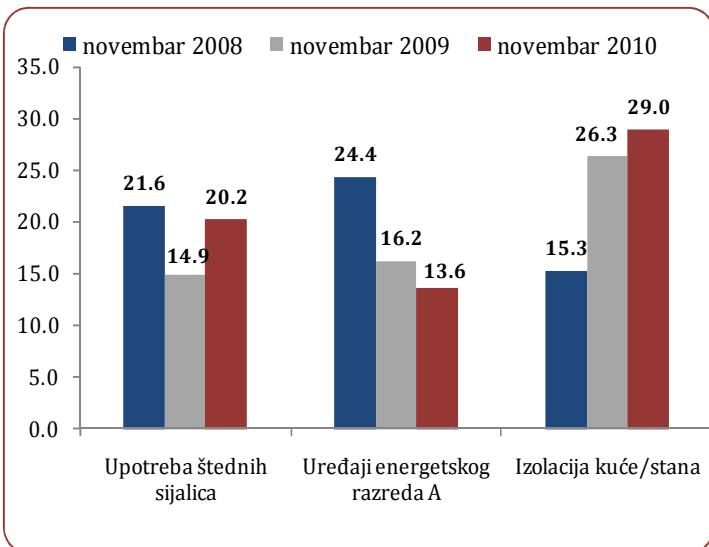
**Da li ste u prethodnoj godini sproveli neku od mjera energetske efikasnosti?**



✓ Raste broj ispitanika koji u svom domaćinstvu upotrebljavaju štedne sijalice. Isto tako, smanjen je broj onih koji su se 2009. opredijeli za izolaciju kuće/stana

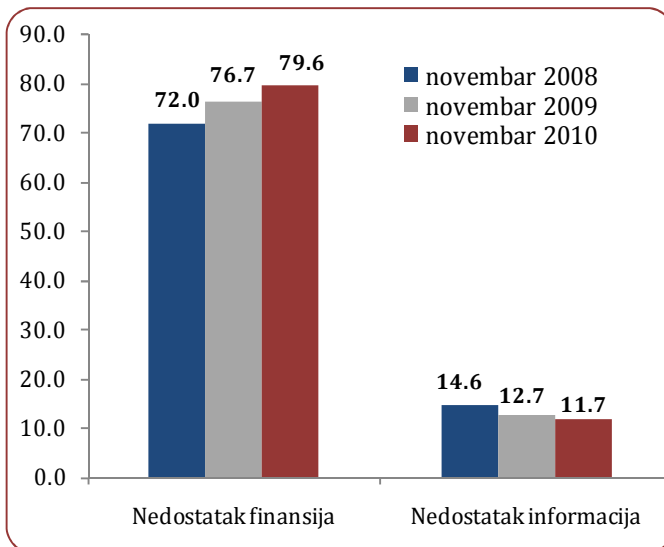
<sup>4</sup> Kako se 2008. godine otpočelo sa promotivnim aktivnostima projekta „Godina energetske efikasnosti“, nijesmo mogli upitati ispitanike na koje su sve načine čuli za navedeni projekat. Iz tog razloga na grafiku su dati podaci za 2009. i 2010. godinu.

### Koje od navedenih mjera energetske efikasnosti ste spremni sprovesti u domaćinstvu?



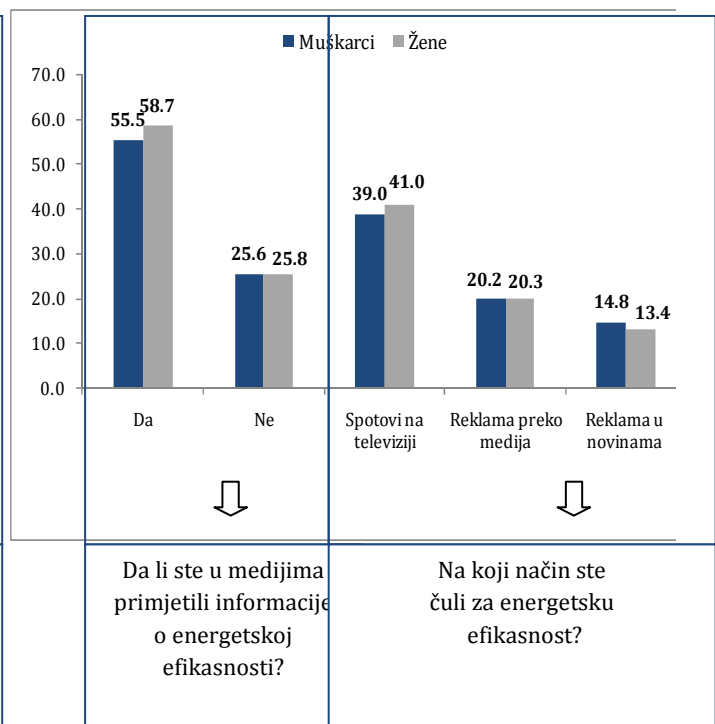
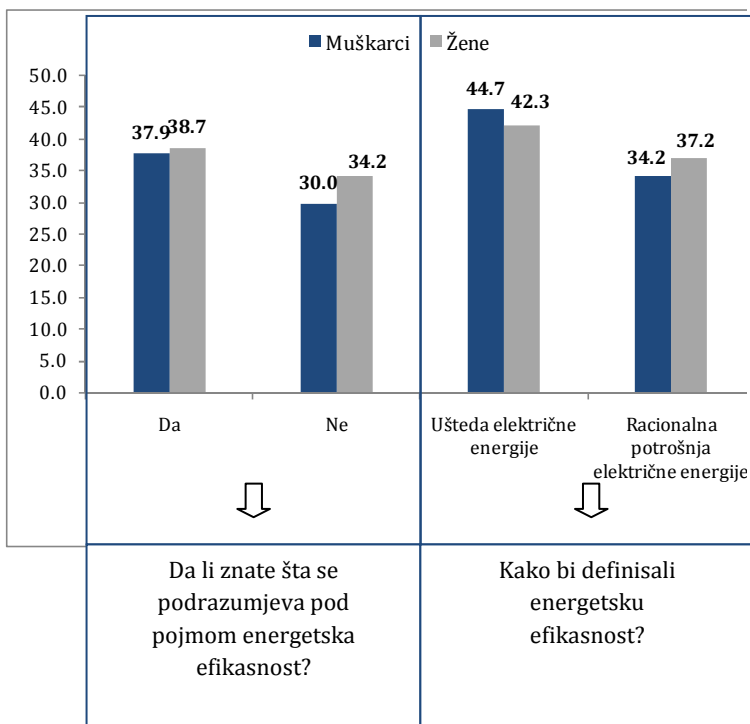
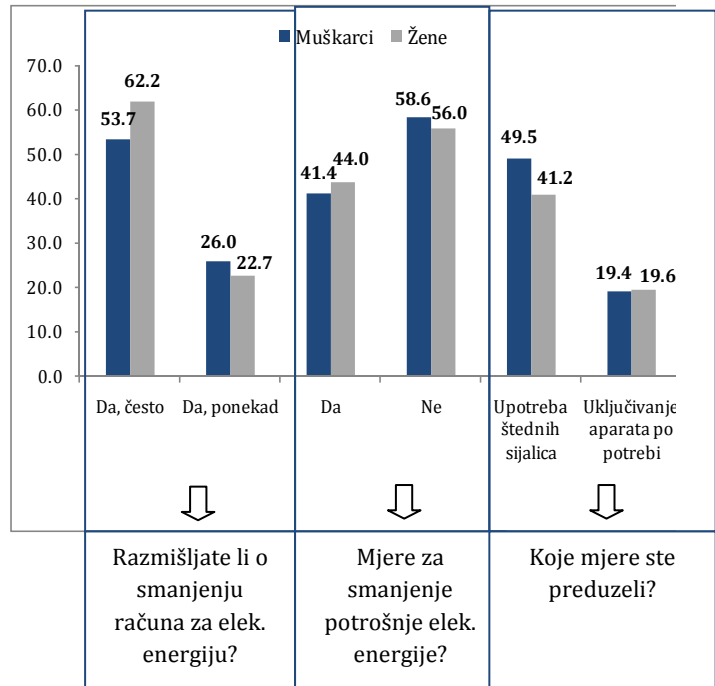
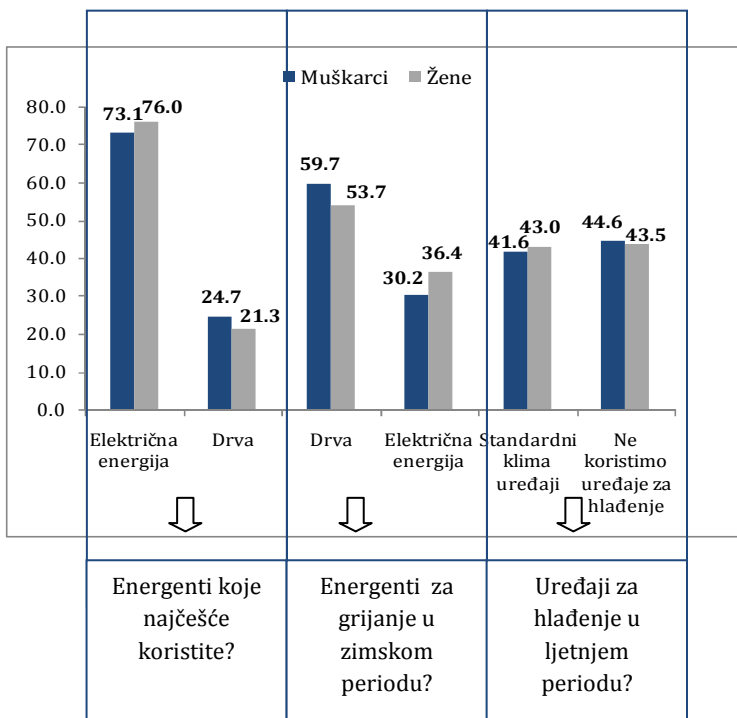
- ✓ Građani pokazuju spremnost da u narednom periodu sprovedu kao mjeru izolaciju kuće/stana. Isto tako pokazuju spremnost za primjenu štednih sijalica

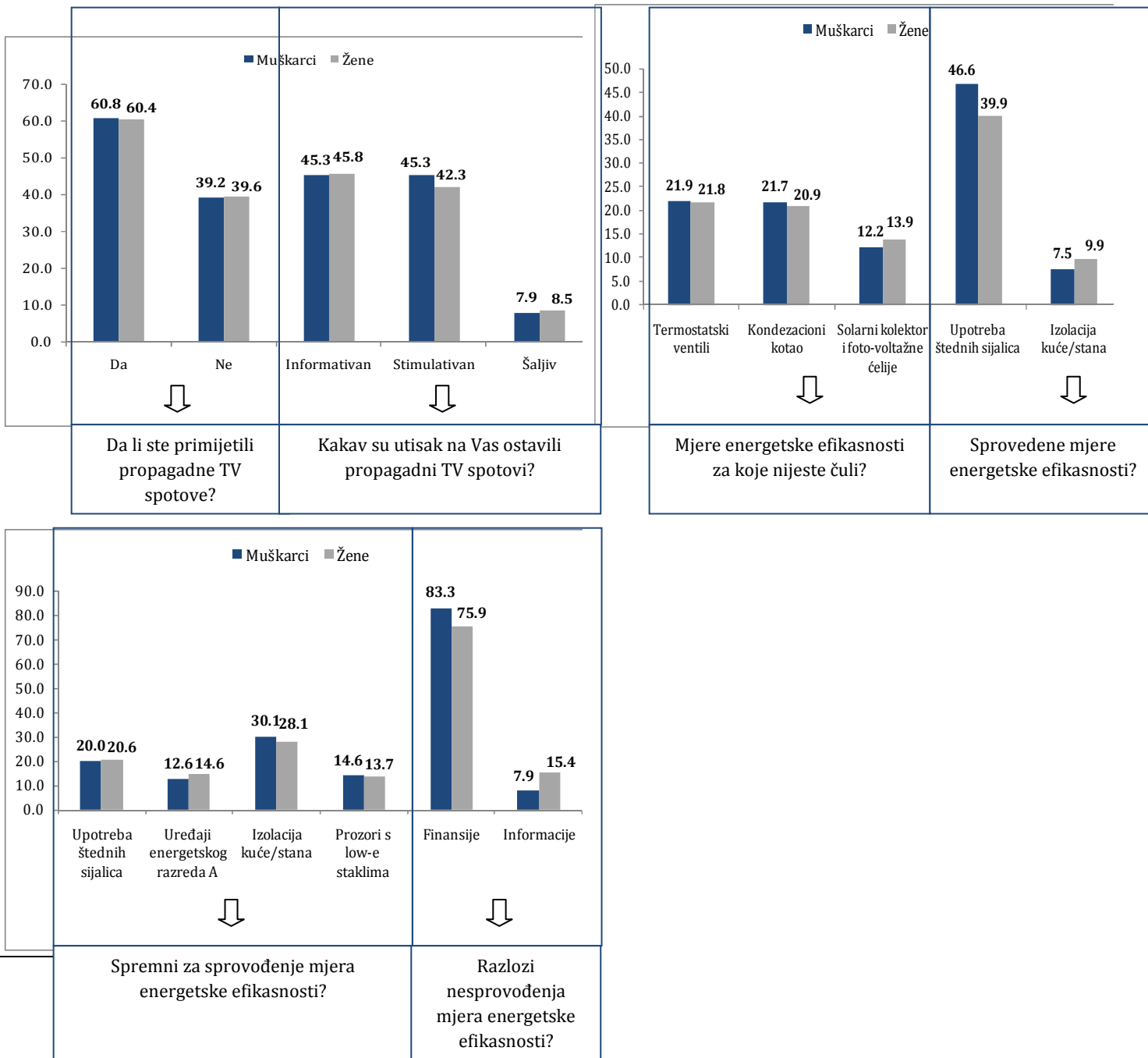
### Razlozi zbog kojih ne namjeravate sprovesti neku od navedenih mjera?



- ✓ Nedostatak finansija prepoznat je kao najznačajniji razlog nesprovođenja neke od mjera energetske efikasnosti

6. DOBIJENI REZULTATI ISTRAŽIVANJA PO POLU (rezultati za 2010. godinu)





## 7. ZAKLJUČCI ISTRAŽIVANJA

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

Na osnovu dobijenih rezultata iz istraživanja, definisani su sledeći zaključci:

- Istraživanje je realizovano u 9 crnogorskih opština na uzorku od 452 ispitanika. Polna struktura: 50.2% muškaraca i 49.8% žena.

- Tri četvrtine ispitanika kao energent u domaćinstvu koristi električnu energiju. Za grijanje u zimskom periodu najčešće koriste **drva** i električnu energiju, **standardne klima uređaje koriste tokom ljetnjeg perioda**.
  - ✓ Za koji vid grijanja i hlađenja će se opredijeliti domaćinstvo zavisi od lokacije stanovanja (stan/kuća, kao i region u kome žive) i finansijskih mogućnosti.
- Da **često razmišlja o smanjenju računa za energiju** navodi 58% ispitanika. Iz ovog razloga anketirani preduzimaju sljedeće mjere: upotreba štednih sijalica, uključivanje aparata po potrebi, korišćenje jeftine tarife i plina.
  - ✓ Kod građana se budi svijest o značaju efikasnog i racionalnog korišćenja električne energije i kao rezultat toga preduzimaju se određene mjere.
- Anketirani predstavnici domaćinstava pokazuju prilično dobru upoznatost sa pojmom energetske efikasnosti. Njih dvije trećine (**68%**) **zna i pretpostavlja da zna** šta se podrazumijeva pod ovim pojmom.
  - ✓ Neophodno je informisati građane u narednom periodu i ukazati im na značaj primjene mjera kojima se može ostvariti energetska efikasnost. Samim tim, potrebno je sprovesti informativnu kampanju kojom će se građani podstaći na razmišljanje o različitim načinima korišćenja električne energije.
- Pod energetskej efikasnošću ispitanici podrazumijevaju **uštedu** električne energije i **racionalnu potrošnju**.
  - ✓ Pojačati aktivnosti kojima će se učiniti dostupnijim informacije na koji način, primjenom određenih mjera energetske efikasnosti, građani mogu smanjiti svoje troškove života i samim tim živjeti kvalitetnije.
- Za energetskej efikasnost anketirani su najčešće čuli zahvaljujući emitovanim **spotovima na TV, reklamama u medijima i novinama**.
  - ✓ O energetskej efikasnosti je potrebno redovno informisati javnost preko različitih medijskih kanala. Posebnu pažnju posvetiti TV priložima i informativnim emisijama, kao i reklamama u dnevnim novinama.
- U 60% slučajeva ispitanici su primijetili **propagandne TV spotove** o energetskej efikasnosti koje su ocijenili kao **informativne, stimulativne i šaljive**.
  - ✓ Postojeće znanje je potrebno nadograditi i usmjeriti ka sticanju dodatnih informacija koje su osnov za donošenje budućih odluka da budu energetskej efikasniji.
- Ispitanici su pokazali slabu upoznatost sa pojmovima **energy bus, energetskej pregled zgrada i pasivna kuća**.
  - ✓ U narednom periodu informisati i ukazati na karakteristike i značaj svakog od navedenih pojmova.
- U svom domaćinstvu građani najčešće **upotrebljavaju štedne sijalice** ili se opredjeljuju za **izolaciju kuće/stana**.
  - ✓ Upoznati javnost sa ostalim mjerama energetske efikasnosti i ukazati na mogućnosti koje nudi svaka od njih.

- ✓ Štedne sijalice su prepoznate kao mjera energetske efikasnosti koje se najčešće upotrebljavaju u domaćinstvima. Razlog ovome su finansijski izdaci koje zahtijeva primjena ove mjere.
- I u narednom periodu ispitanici su **spremni** da sprovedu **izolaciju objekta** i da u većoj mjeri upotrebljavaju **štedne sijalice**. U manjem procentu odlučili bi se za ugradnju prozora sa e-low staklima i uređaje energetskeg razreda A.
  - ✓ Informativno edukativnom kampanjom upoznati građane sa ostalim mjerama energetske efikasnosti, ukazati im na koji način se mogu informisati i šta trebaju da preduzmu kako bi bili energetskej efikasni.
- Kao razloge nesprovođenja neke od mjera energetske efikasnosti, građani prvenstveno navode **nedostatak finansijskih sredstava**.
  - ✓ Upoznati građane sa uslovima i rokovima kupovine pojedinih mjera energetske efikasnosti, jer kod njih već postoji mišljenje da primjena pojedinih mjera iziskuje značajne finansijske izdatke.

*Poređenje rezultata (2008., 2009. i 2010. godina):*

- Građani pokazuju **veću upoznatost** sa pojmom energetske efikasnosti. Procenat građana upoznatih sa pojmom energetske efikasnosti u 2009. godini u odnosu na 2008. porastao je za 15.9% (sa 23.6% na 39.5%), da bi taj procenat neznatno opao u 2010. godini u odnosu na 2009. za 1.2% (sa 39.5% na 38.3%), ali je još uvijek značajno veći u 2010. godini u odnosu na 2008. za 14.7% (sa 23.6% na 38.3%).
- Anketirani pojam energetske efikasnosti najčešće definišu kao **ušteda energije**. Procenat građana koji EE definišu kao ušteda energije u 2009. u odnosu na 2008. porastao je za 14.9% (sa 35.6% na 50.5%), da bi taj procenat neznatno opao u 2010. u odnosu na 2009. za 6.9% (sa 50.5% na 43.6%), ali je još uvijek značajno veći u 2010. u odnosu na 2008. za 8.0% (sa 35.6% na 43.6%).
- Raste broj ispitanika koji zahvaljujući **medijima primjećuju informacije o racionalnoj potrošnji energije** povećanjem energetske efikasnosti. Procenat građana koji u medijima primjećuju informacije koje se odnose na energetskej efikasnost u 2009. u odnosu na 2008. porastao za 13.6% (sa 43.6% na 57.2%), da bi taj procenat gotovo ostao na istom nivou u 2010. u odnosu na 2009. (sa 57.2% na 57.1%), ali je još uvijek značajno veći u 2010. u odnosu na 2008. za 13.5% (sa 43.6% na 57.1%).
- Ispitanici su se o EE informisali zahvaljujući emitovanim reklamama na televiziji. Sprovođenje promotivnih aktivnosti utiče na jačanje svijesti građana o značaju sprovođenja mjera energetske efikasnosti. Procenat građana koji su se o EE informisali preko televizije u 2010. u odnosu na 2009. je smanjen za 5.9% (sa 66.6% na 60.7%).
- **Smanjen** je broj anketiranih **koji nijesu čuli** za neke od mjera energetske efikasnosti – **termostatki ventil i kondezacioni kotao**.

Procenat građana koji nijesu čuli za pojedine mjere energetske efikasnosti u 2009. u odnosu na 2008. je smanjen za 10.2% (termostatki ventili – sa 27.5% na 17.3%) i za 6.4% (kondezacioni kotao – sa 24.7% na 18.3%), da bi se taj procent povećao u 2010. u odnosu na 2009. za 4.5% (termostatki ventil – sa 17.3% na 21.8%) i za 2.9% (kondezacioni kotao – sa 18.3% na 21.2%), ali je smanjen u 2010. u odnosu na 2008. za 5.7% (termostatki ventil – sa 27.5% na 21.8%) i za 3.5% (kondezacioni kotao – sa 24.7% na 21.2%).

- **Porastao broj građana** koji su u svom domaćinstvu **sproveli štedne sijalice**. Procenat građana koji su sproveli štedne sijalice u 2009. u odnosu na 2008. je povećan za 20.2% (sa 33.2% na 53.4%), da bi taj procent opao u 2010. u odnosu na 2009. za 10.1% (sa 53.4% na 43.3%), ali je još uvijek značajno veći u 2010. u odnosu na 2008. za 10.1% (sa 33.2% na 43.3%).
- U narednom periodu građani pokazuju **spremnost za izolaciju kuće/stana** u kome žive. Procenat građana koji su spremni sprovesti izolaciju objekta u 2009. u odnosu na 2008. porastao je za 11.0% (sa 15.3% na 26.3%), da bi taj procent porastao u 2010. u odnosu na 2009. za 2.7% (sa 26.35 na 29.0%), i ovaj procent je i dalje značajno veći u u 2010. u odnosu na 2008. za 13.7% (sa 15.3% na 29.0%).
- Kao najznačajniji **razlog nesprovođenja** neke od mjera energetske efikasnosti, za sve tri godine sprovođenja istraživanje, je **nedostatak finansija**. Procenat građana koji kao razlog nesprovođenja mjera energetske efikasnosti navode finansije, za tri godine istraživanja, pokazuje blagi porast (72.0% - 76.7% - 79.6%).

## 8. ANNEX

### 8.1 Upitnik

*Uslov za anketiranje: Ispitanik stanuje u sopstvenom stanu/kući*

#### 1. Koje od navedenih energenata najčešće koristite u domaćinstvu:

1. Električna energija
2. Drva
3. Plin
4. Ostalo, navesti \_\_\_\_\_

#### 2. Koji od energenata koristite za grijanje u zimskom periodu:

1. Električna energija ("na struju")
2. Gas
3. Lož ulje
4. Drvo
5. Ugalj
6. Solarna energija
7. Toplotne pumpe
8. Ostalo, navesti \_\_\_\_\_

#### 3. Koji od uređaja koristite za hlađenje u ljetnjem periodu:

1. Standardni klima uređaji
2. Klima uređaji sa inverterom
3. Ventilatori
4. Toplotne pumpe
5. Ostalo, navesti \_\_\_\_\_



6. Ne koristimo uređaje za hlađenje

**4. Razmišljate li o smanjenju računa za energiju u domaćinstvu:**

1. Da, često
2. Da, ponekad
3. Rijetko
4. Ne razmišljam o tome

**5. Da li ste preuzeli neku mjeru u domaćinstvu kako bi se smanjila potrošnja električne energije?**

1. Da, navesti mjeru \_\_\_\_\_
2. Ne

**6. Da li znate šta se podrazumijeva pod pojmom energetska efikasnost?**

1. Da
2. Pretpostavljam da znam, ali nisam siguran/na
3. Ne (preći na pitanje 9)

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

\_\_\_\_\_

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

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

**9. Na koji način ste čuli za energetske efikasnost (*moogućnost davanja više odgovora*):**

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

**10. Da li ste primijetili propagandne TV spotove o energetskej efikasnosti ?**

1. Da
2. Ne (preći na pitanje 12)

**11. Kakav su utisak na Vas ostavili propagadni TV spotovi (*izabрати tačno 2 odgovora*):**

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

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

\_\_\_\_\_

**13. Kako biste definisali pojam energetske pregled zgrada?**

\_\_\_\_\_

**14. Kako biste definisali pojam pasivna kuća?**

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

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

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

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

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

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

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

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

**SET DEMOGRAFSKIH PITANJA****1. Koliko članova broji Vaše domaćinstvo:**

1. Do 3 člana
2. Od 4 do 6 članova
3. Više od 7 članova

**2. Da li živite u:**

1. Kući, navesti kvadraturu prostora\_\_\_\_\_
2. Stanu, navesti kvadraturu stambenog prostora\_\_\_\_\_

**3. Vaš stepen obrazovanja?**

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

**4. Pol ispitanika:**

1. Muški
2. Ženski

**5. Starost ispitanika**

1. 15 do 29
2. 30 do 44
3. 45 do 59
4. 60 i više

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

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