

ІНФОРМАЦІЙНІ КАМПАНІЇ ЯК ЗАСІБ СТИМУЛЮВАННЯ ЗМІНИ ПОВЕДІНКИ СПОЖИВАЧІВ ЩОДО ВИКОРИСТАННЯ ЕНЕРГІЇ: ДОСВІД ЄС

Енергетична та кліматична політики Європейського Союзу націлені на підвищення енергоефективності, зменшення викидів парникових газів, розвиток відновлюваних джерел енергії, безпеку енергопостачання та стимулювання інновацій у сфері енергетики.

Для підвищення енергоефективності ЄС зосереджує свої зусилля на зменшенні споживання енергії та підвищенні енергоефективності в різних секторах економіки, включаючи промисловість, будівництво, транспорт та побутове споживання. Оскільки виробництво та споживання енергії напряду впливає на зміни клімату шляхом утворення парникових газів, то зменшення споживання енергії є ключовим способом досягнення вищезазначених цілей енергетичної та кліматичної політики ЄС.

В процесі виробництва та споживання енергії утворюється 80% всіх парникових газів у Європейському Союзі (1). Близько половини енергії в ЄС використовується для опалення та охолодження будівель, і найбільшими її споживачами є житлові будинки. В регіонах з холодним кліматом у зимовий період на опалення будівель припадає більше 80% енергоспоживання. Для теплішого клімату властиві, відповідно, більші витрати на охолодження приміщень.

Житлові будинки по всьому Європейському Союзу мають значний нереалізований потенціал до зменшення енергоспоживання шляхом використання сучасних технологій в сфері підвищення енергоефективності будівель та заміни застарілих інженерних рішень новими. Енергія, що використовується для опалення та охолодження будівель, незважаючи на відмінності між країнами, є досить дорогою щоб стверджувати, що потенціал економії від підвищення енергоефективності будівель є безперечним а окупність витрат на впровадження в будинку заходів з енергоефективності у багатьох випадках має короткий період окупності [2]. Втім, дослідження вказують на те, що самого лише існування економічного стимулу для впровадження енергоефективних заходів мешканцям будинків часто недостатньо [3-5] і вони, відповідно, не беруться за впровадження таких заходів через неусвідомлення переваг, брак інформації щодо технічних та економічних аспектів модернізації, проблеми з узгодженням інтересів, насамперед, у багатоквартирних будинках та фінансові обмеження [6].

В той же час, бізнес європейських країн, основними мотивами енергозбереження та впровадження енергоефективних технологій визначає зростання вартості енергоносіїв, зменшення операційних витрат, пільгове фінансування енергомодернізації, формування позитивного екологічного іміджу компанії, зобов'язання взяті вищим керівництвом компанії, законодавчі вимоги. Також, дослідження досвіду окремих європейських країн вказали на низьку оцінку бізнесом освітніх та навчальних заходів як мотивуючих факторів до впровадження енергоефективних рішень, втім, це питання залишається достатньо невивченим щоб стверджувати про неефективність інформаційних кампаній націлених на бізнес[7].

Energy Efficiency Directive 2012/27/EU та доповнення до неї внесені Directive (EU) 2018/2002 визначають підвищення обізнаності в питаннях енергоефективності, стимулювання змін у споживанні енергії та освіту важливим елементом політики підвищення енергоефективності та енергозбереження. Згідно зазначених документів вкрай важливо підвищити обізнаність усіх громадян Союзу про переваги підвищення енергоефективності. Держави-члени, за участю зацікавлених сторін, включаючи місцеві та регіональні органи влади, мають поширювати інформацію та підвищувати обізнаність громадян про заходи з енергоефективності, проводити навчання практичним аспектам реалізації заходів з підвищення енергоефективності [8, 9].

Інформаційні кампанії, що реалізується країнами членами ЄС є частинами їх Національних планів дій з енергоефективності та здебільшого спрямовані на зміну поведінки громадян у споживанні енергії. Найпоширенішими інструментами таких інформаційних кампаній були:

Web-платформи, як, наприклад, фінська Motiva, що надає державному сектору, підприємствам, муніципалітетам та споживачам інформацію та консультації з питань енергетики, ремонту нерухомості, екодизайну та енергоефективності, проводить навчання з питань сталого розвитку та енергоефективності та здійснює координацію діяльності міністерств, галузевих асоціацій та інших учасників.

- масові інформаційні кампанії, що передбачають донесення повідомлення цільовій аудиторії шляхом багаторазового повторення з використанням медіа.

- онлайн-інструменти, наприклад, онлайн калькулятор для розрахунку скорочення викидів CO₂ або оцінки енергозбереження.

- бази даних, що включають інформацію про реалізовані проекти з енергоефективності, інформацію про фахівців в сфері енергоефективності та ін.

- популяризація за допомогою проведення таких заходів, як Дні енергії, організацію інформаційних пунктів, ін.

Менш представлені Національними планами дій з енергоефективності інструменти включають навчальні заходи, здебільшого, можна розділити на три основні типи:

- навчання дорослих (загальне або з виділенням цільових аудиторій)
- інтеграція в навчальні програми та підвищення обізнаності в школах
- навчання еко-водінню (Eco-driving)

Як і в ЄС, в Україні існує значний нереалізований потенціал зменшення енергоспоживання у житлових будинках. Житлові будинки є одними з найбільших споживачів енергії в Україні та, загалом, характеризуються великою енергопотребою через низькі вимоги будівельних норм до енергоефективності при їх зведенні. Відповідно, масштабне проведення енергозберігаючих заходів є ключовим завданням для зниження дефіциту енергії, підвищення енергетичної ефективності та скорочення викидів парникових газів.

Серед інших факторів, таких як низькі доходи, низька вартість опалення та енергоресурсів (через державне регулювання ціни), висока вартість будівельних робіт, важливим фактором стримування енергомодернізації житла є недостатня поінформованість про переваги та можливості впровадження енергоефективних заходів.

Тож, Україні для популяризації енергоефективних рішень та залучення власників житла до впровадження енергоефективних заходів доцільно використати досвід Європейського Союзу в організації та проведенні таких інформаційних кампаній.

Загалом, Європейський Союз активно працює над підвищенням енергоефективності, зменшенням викидів парникових газів. Основний фокус на підвищенні енергоефективності полягає у зменшенні споживання енергії та підвищенні енергоефективності у різних секторах економіки, зокрема житловому секторі, де існує значний нереалізований потенціал. Попри те, що опалення та охолодження будинків є дорогими, а впровадження енергоефективних заходів має безперечний потенціал економії, власники житла не беруться за впровадження енергоефективних заходів через недостатню поінформованість та усвідомлення їх переваг. ЄС та країни члени намагаються зменшити дефіцит інформації та мотивувати до дій шляхом проведення масових інформаційних кампаній, запуску онлайн-інструментів та навчальних заходів про переваги впровадження енергоефективних рішень.

Україна також має значний потенціал для зменшення енергоспоживання в житлових будинках. Тож, проведення масштабних енергозберігаючих заходів має стати одним із пріоритетів державної енергетичної політики, і для цього варто використати досвід Європейського Союзу у проведенні інформаційних кампаній націлених на зміну поведінки в споживанні енергії.

Список використаних джерел:

1. Tsemekidi-Tzeiranaki, S.; Labanca, N.; Cuniberti, B.; Toleikyte, A.; Zangheri, P.; Bertoldi, P. *Analysis of the Annual Reports 2018 under the Energy Efficiency Directive-Summary Report; Publications Office of the European Union: Luxembourg, 2019 Available online: <https://10.2760/22313>*
2. Domínguez, S.; Sendra, J.J.; León, A.L.; Esquivias, P.M. *Towards Energy Demand Reduction in Social Housing Buildings: Envelope System Optimization Strategies. Energies* 2012, 5, 2263–2287. Available online: <https://doi.org/10.3390/en5072263>
3. Mortensen, A.; Heiselberg, P.; Knudstrup, M. *Economy controls energy retrofits of Danish single-family houses. Comfort, indoor environment and architecture increase the budget. Energy Build.* 2014, 72, 465–475. Available online: <https://doi.org/10.1016/j.enbuild.2013.12.054>
4. Organ, S.; Proverbs, D.; Squires, G. *Motivations for energy efficiency renovation in owner-occupied housing. Struct. Surv.* 2013, 31, 101–120. Available online: <https://doi.org/10.1108/02630801311317527>
5. Achtnicht, M.; Madlener, R. *Factors influencing German house owners' preferences on energy retrofits. Energy Policy* 2014, 68, 254–263. Available online: <https://doi.org/10.1016/j.enpol.2014.01.006>
6. Horacek, R. (2017, October 18). *Energy Efficiency in heating and cooling for consumers: H&C strategy and Clean Energy package. Available online: <https://e3p.jrc.ec.europa.eu/file/1784/download?token=gDbTdOmD>*
7. Preziosi, M.; Federici, A.; Merli, R. *Evaluating the Impact of Public Information and Training Campaigns to Improve Energy Efficiency: Findings from the Italian Industry. Energies* 2022, 15, 1931. Available online: <https://doi.org/10.3390/en15051931>
8. *European Parliament DIRECTIVE (EU) 2012/27 on Energy Efficiency. Off. J. Eur. Union.* 2012. L 315/1. Available online: <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/PDF/?uri=CELEX:32012L0027&from=EN>
9. *European Parliament DIRECTIVE (EU) 2018/2002 on Energy Efficiency. Off. J. Eur. Union.* 2018. L 328/210. Available online: <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/PDF/?uri=CELEX:32018L2002&from=EN>