Alternatív energiaforrások lakossági megítélésében bekövetkezett változások

DOMÁN SZILVIA – FODOR MÓNIKA – TAMUS ANTALNÉ

Kulcsszavak: alternatív energiaforrások, lakossági vizsgálat, primer kutatás.

ÖSSZEFOGLALÓ MEGÁLLAPÍTÁSOK, KÖVETKEZTETÉSEK, JAVASLATOK

Jelen tanulmányban alapvető célkitűzésünk, hogy két primer kutatás eredményeinek tükrében bemutassuk, miként változott három év elteltével az alternatív energiaforrások megítélése a hazai lakosság körében. A 2006-ban és 2009-ben folytatott szóbeli megkérdezések eredményeit leíró statisztikák, két- és többváltozós összefüggés-vizsgálatok segítségével elemeztük. Összességében elmondható, hogy pozitív változás tanúi lehetünk: valamennyi energiaforrás esetében mind a tájékozottság, mind az ismeret, valamint a hozzáállás, vélekedés tekintetében kedvezőbb eredmények születtek 2009-ben 2006-hoz képest. Az alternatív energiaforrások lakossági megítéléséhez tervezett kommunikációs politikában – a pozitív változások ellenére is – a tájékoztatásra célszerű fókuszálni, a széles publicitást nyújtó információs eszközökön keresztül, továbbá a korrekt, hiteles és meggyőző érvek kommunikálása is szükséges, megfelelő fórumokon, az ahhoz jól illeszkedő kommunikációs forrás, véleményvezető bevonásával.

BEVEZETÉS

Az Észak-magyarországi Régió ökoenergetikai programjának keretében stratégiai célként jelenik meg a megújuló energiaforrásokhoz kapcsolódó beruházások eredményes működtetése. Egyre inkább nyilvánvaló, hogy ehhez elengedhetetlen a közösség, az érintett lakosság tagjainak támogatása, beleegyezése. A megújuló energiaforrások alkalmazása ugyanis nagymértékben függ az adott térség fogyasztóinak, lakosainak hozzáállásától. A projektek eredményességének egyik kulcseleme tehát, hogy az összhangban álljon az érintett közösség igényeivel, sőt lehetőség szerint a közösség tagjait vonják be a tervezésbe. Ebből kifolyólag a megújuló energiaforrásokkal kapcsolatos beruházások helyzete speciális, a társadalom-központú, ökológiai marketingszemlélet létjogosultsága megkérdőjelezhetetlen. Úgy gondoljuk, hogy egy sajátos marketingaktivitás alkalmazása szükséges, a hagyományos McCarthy-féle 4 P mellett 4 E alkalmazását látjuk indokoltnak. Ennek megfelelően az ilyen jellegű, speciális projektek esetében a környezetvédelem (*Environment*), a nevelés, oktatás (*Education*), a társadalom, a lakosság tagjaival szembeni empátia (*Emphaty*) és az erkölcsi értékek megóvása, az etikus magatartás gyakorlása (*Ethics*) fontos szerepet kapnak. Ebben lényeges az érintett lakosság hozzáállásának megismerése.

Ahhoz, hogy a lakosság alternatív energiaforrásokhoz való viszonyát minél több dimenzió viszonylatában megismerjük, többlépcsős kutatás szükséges. Első lépésben 2006. év során, standard interjú formájában primer kutatást végeztünk lakossági körben. A következő fázist 2009. évi kutatásunk jelenti, mely során vizsgáltuk, hogy az eltelt négy év alatt mennyit változott a lakosság megújuló energiaforrásokkal kapcsolatos viszonya. Feltételeztük,

hogy az eltelt időszak elegendő volt ahhoz, hogy a lakosság szélesebb és árnyaltabb ismeretekkel rendelkezzen – a megújuló energiaforrásokat illetően –, mint néhány évvel ezelőtt. Erre a pozitív hipotézisre okot adnak a szakmai és közéleti rendezvények, úgy gondoljuk, hogy a lakosság mellett fontos szerepet kapnak továbbra is azok a szakértők, agrárszakemberek, akik véleményvezetőként fontos szerepet töltenek be a lakosság tájékoztatásában, meggyőzésében.

A VIZSGÁLAT MÓDSZERE

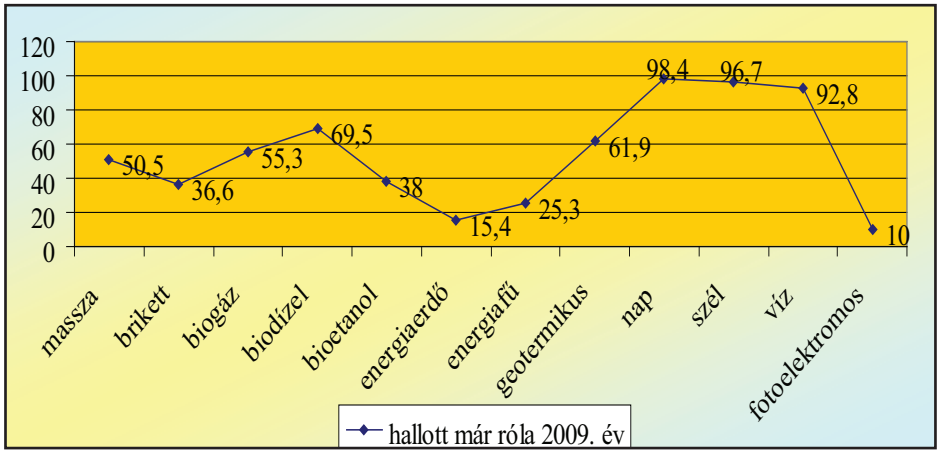
A 2009-ben megismételt adatfelvétel lehetőséget teremtett arra, hogy folyamatában lássuk az alternatív energiaforrások lehetőségeit az egyik legmeghatározóbb célcsoport, a felhasználók, azaz a lakosság aspektusából. Előtesztelt, sztenderdizált kérdőív segítségével, a válaszadó lakásán lebonyolított szóbeli megkérdezéssel végeztük el a felmérést 2009 májusában Heves, Jász-Nagykun-Szolnok és Borsod-Abaúj-Zemplén, Nógrád, Pest, Szabolcs-Szatmár-Bereg és Hajdú-Bihar megyékben, valamint Budapesten. A vizsgálat előkészítésekor 900 fő szóbeli megkérdezését terveztük, végül 806 visszaérkezett és értékelhető kérdőívet elemeztünk. Tudatos, kvóta szerinti mintavételt valósítottunk meg annak érdekében, hogy a 2006. évi kutatáskor nyert adatokkal össze tudjuk hasonlítani a 2009. évi eredményeket. Kérdőívünk mindkét felmérésben az alábbi főbb témaköröket foglalta magában: az energiaforrásokkal kapcsolatos ismeretek; ismeretszerzési módok; a megújuló energiaforrások alkalmazásának megítélése; valamint a támogatási elvárások, hajlandóság feltérképezése.

A KUTATÁS EREDMÉNYEI

Megvizsgáltuk, hogy melyek azok az energiatermelő eljárások, energiaforrások, melyeket hallomás szintjén ismernek a megkérdezettek. E szerint a legtöbben – a válaszadók 98,4%-a – a napenergiáról hallottak már valamilyen információt (1. ábra). Ezt követte sorrendben a szél- és vízenergia, a biodízel (69,5%-os relatív gyakoriság), illetve a geotermikus energia emelkedett még ki a mezőnyből (61,9%-os relatív gyakoriság), de a megkérdezettek több mint fele (50,5%-a) halott már a biomasszáról is. Azonban igen kevesen hallottak a fotoelektromos energiáról vagy az energiaerdőről.

1. ábra

Alapvető tájékozottság az energiaforrásokról (az említések %-ában*), 2009



Forrás: saját kutatás, 2009, N= 806 (* relatív gyakoriság, több válasz volt adható)

Kíváncsiak voltunk arra is, hogy az eltelt négy év alatt milyen változások zajlottak le lakossági körben az egyes energiaforrásokkal kapcsolatos alapvető tájékozottsági szintet tekintve (1. táblázat). A legnagyobb mértékű pozitív változás a bioetanolnál, a biomasszánál és a geotermikus energiánál következett be. Az azonban érdekes eredmény, hogy a biodízel, mely a leginkább ismert energiaforrása volt az alternatívok között, igen jelentős javulást mutatott ezek mellett is, az elmúlt négy év távlatában.

1. táblázat

A lakosság energiaforrásokkal kapcsolatos alapvető tájékozottsági szintjének változása 2006-2009. év között (%*)

Energiaforrások	Hallott már róla 2006. év	Hallott már róla 2009. év	Különbség a tájékozottság szintje között (viszonyítási alap 2006. év)
Biomassza	35,7	50,5	*14,8*
Brikett	29,0	36,6	7,6
Biogáz	53,8	55,3	1,5
Biodízel	61,5	69,5	8,0
Bioetanol	13,2	38,0	*24,8*
Energiaerdő	13,8	15,4	1,6
Energiafű	21,9	25,3	3,4
Geotermikus	44,5	61,9	*17,4*
Nap	96,8	98,4	1,6
Szél	93,9	96,7	2,8
Víz	90,8	92,8	2,0
Fotoelektromos	13,6	10,0	*-3,6*

Forrás: saját kutatás 2006, N=589; saját kutatás 2009, N=806 (*relatív gyakoriság)

Úgy ítéljük meg, hogy nagy szerepet játszhatott ebben az utóbbi időszak energiaválsága, mely kapcsán a lakossági érdeklődés homlokterébe kerültek az alternatív energiaforrások. A fosszilis energiahordozóktól való erős függésnek negatív következményeit, a hagyományos energiahordozók abszolút többségét mutató országos energia-mixünkből fakadó hátrányok negatív hatását érezhette valamennyi lakos az elmúlt hónapokban. Mindezek a makrogazdasági hatások

begyűrűztek az emberek hétköznapjaiba, jelentősen formálták, alakították a lakosság érdeklődését, és ezzel egyidejűleg felértékelődött az alternatív energiahordozók szerepe, nagyobb figyelemben részesültek ezek a források. Igaz, hogy az energiaválság, bár indikátorhatást váltott ki, de nem az egyedüli faktora a lakosság alaposabb tájékozottságának, mert az elmúlt években igen megszaporodtak azon események, rendezvények, konferenciák, szimpóziumok, melyeken szó esett az alternatív energiaforrások szerepéről, hatásairól, előnyeiről. A magasabb mértékű tájékozottsági szinthez az is nagyban hozzájárult, hogy ezek az események nem maradtak meg szűk szakmai körökben, hanem megfelelő médiatámogatással, megfelelően előkészített publicitást kapva eljutottak a lakosság körébe is, amely óriási eredmény, különösen ha azt is hozzátesszük, hogy mindössze négy év leforgása alatt sikerült elérni mindezt.

Amennyiben összehasonlítjuk azt, hogy nem csak hallott ezekről az energiaforrásokról, hanem némiképpen ismeri is azokat, akkor négy év alatt ez esetben is pozitív változások zajlottak le. Legnagyobb mértékben a geotermikus energia, a bioetanol, illetve a biomassza és biobrikett esetében nőtt a konkrét információkkal rendelkezők aránya (2. táblázat). A biogáz, a biodízel és a fotoelektromos energia mutatott nagyon minimális mértékű negatív irányú változást, de úgy ítéljük meg, hogy ezek súlya korántsem olyan, hogy negatív következtetések levonását tenné szükségessé. Mindez azt igazolja, hogy az utóbbi évek kommunikációs kampányai képesek voltak közérthető formában informálni a nagyközönséget.

2. táblázat

Az alapvető ismeret szintjének változása 2006–2009 között (az említések %-ában)

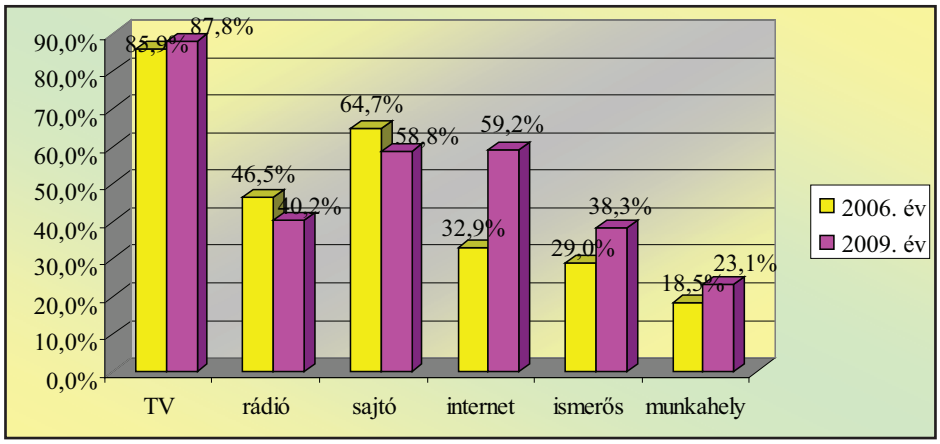
Energiaforrások	Alapvető ismeretekkel rendelkezik 2006. év	Alapvető ismeretekkel rendelkezik 2009. év	Különbség az ismeretszint között %-ban, ahol viszonyítási alap 2006. év
Biomassza	13,6	21,1	*7,5*
Brikett	12,4	20,0	*7,6*
Biogáz	24,1	21,6	-2,5
Biodízel	36,8	35,6	-1,2
Bioetanol	5,1	15,5	*10,4*
Energiaerdő	8,3	8,7	0,4
Energiafű	11,4	15,8	4,4
Geotermikus	22,6	36,8	*14,2*
Nap	85,9	89,7	3,8
Szél	81,7	82,5	0,8
Víz	74,2	71,7	2,0
Fotoelektromos	5,8	4,8	*-1,0*

Forrás: saját kutatás 2006, N=589; saját kutatás 2009, N=806

Az energiahordozókról szerzett ismeretek forrását vizsgálva megállapítható mind a két felmérésben, hogy a minta szereplői jellemzően a hagyományos médiumokat, így televíziót, írott sajtót és a rádiót említették. A referenciacsoportok, a társadalmi csatornák információforrást betöltő szerepe csekélyebb (2. ábra).

2. ábra

Az energiahordozókról szerzett ismeretek forrásának összehasonlítása: 2006 kontra 2009 (az említések %-ában *)



Forrás: saját kutatás 2006, N=589; saját kutatás 2009, N=806 (*relatív gyakoriság, több válasz volt adható)

Ha a 2006. évet jellemző média-szett rangsorát tüzetesen összevetjük a 2009. évivel, jól látható, hogy igen jelentős pozitív változás jellemző az internet szerepét illetően, és kisebbfajta visszaesés tapasztalható a sajtó és a rádió esetében. Az, hogy a legnagyobb előretörést az internet mutatja, az alapvető médiafogyasztási szokások változásával is összhangban áll, hiszen egyetlen médium sem fejlődik olyan dinamikában, mint az internet.

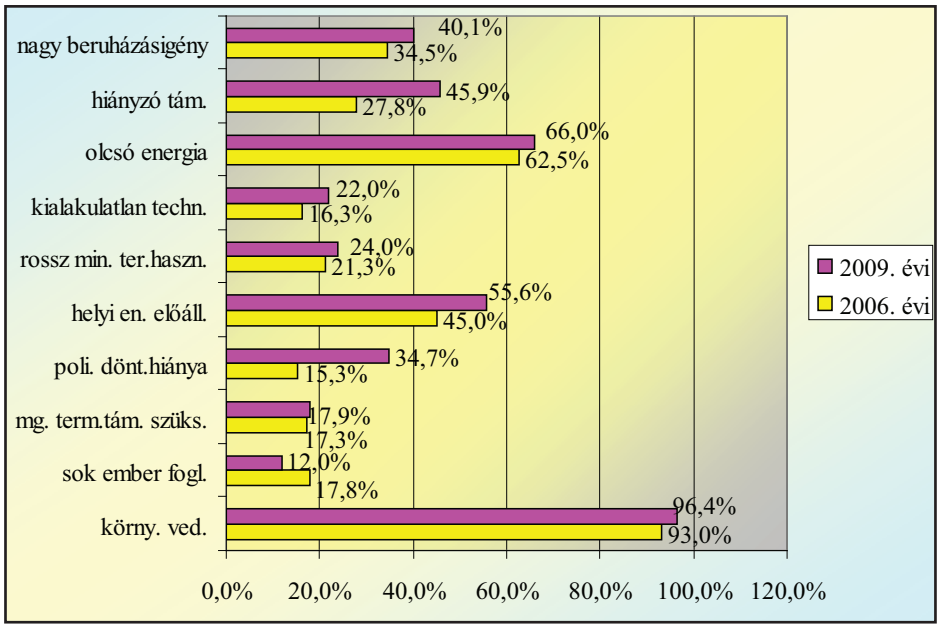
Mindkét felmérésben megerősítést nyert, hogy a preferált kommunikációs mix kizárólag a széles publicitást biztosító, hagyományos eszközökből áll. Úgy gondoljuk, mindez azt sugallja, hogy az alternatív energiaforrásokat, mint kommunikációs témát, még most sem jellemzi nagyfokú személyes érintettség a lakosság részéről, hiszen ez esetben elvárható lett volna, hogy a társadalmi csatornák, a referenciacsoportok vezessék az információforrások rangsorát. Úgy tűnik, hogy nem tekintik egymás véleményét olyan mértékben meghatározónak a fogyasztók ebben a témában, mint a tömegmédiumok által közvetített információkat.

Mindkét esetben asszociációs vizsgálat keretében megnéztük, hogy milyen fogalmakat társítanak leginkább a megkérdezettek a megújuló energiaforrásokhoz (3. ábra). Pozitívumnak tekintjük, hogy a legnagyobb gyakorisággal a környezetvédelmet említették a válaszadók. Ezt követte sorrendben az olcsó energia, a helyi energia előállításának lehetősége. A 2006. évi és a 2009. évi asszociációs vizsgálat összehasonlító eredményeinek tükrében megállapítható, hogy az emberek jelentős része igen erős és stabilan pozitív attitűddel rendelkezik a megújuló energiaforrások területén. Mindkét felmérésnél az is látható, hogy a megkérdezetteknek jelentős hányada (csaknem fele) megjelölte a „hiányzó támogatás" és a „nagy beruházásigény" állításokat is, melyek már inkább a problémákra, a kihívásokra történő asszociációt tükrözik vissza. Érdekes eredmény, hogy

a „sok ember foglalkoztatásának lehetőségét” 2009. évi kutatásunkban kevesebben jelölték, mint korábban, annak ellenére, hogy számos szakvélemény épp ezt az előnyt igyekszik hangsúlyozni, amikor ilyen jellegű beruházás lakossági elfogadását törekszik megalapozni. Kutatásunk eredményei arra utalnak, hogy ennek az érvnek jelenleg nincs igazán foganatja a lakosság körében.

3. ábra

Az alternatív energiaforrások megítélése a 2006. és 2009. évi kutatás asszociációs vizsgálata szerint (az említések %-ában*)



Forrás: saját kutatás 2006, N=589; saját kutatás 2009, N=806 (*relatív gyakoriság, több válasz volt adható)

Kutatási eredményeink alapján elmondható, hogy az alapvető lakossági hozzáállás szintjén nagyon kedvező az alternatív energiaforrások megítélése. Ez nagyon fontos és pozitív kicsengésű eredmény, hiszen jelzi, hogy nincsen szükség attitűdformálásra, véleményalakításra, „csupán” a pozitív viszony megtartása és lehetőség szerinti erősítése a további marketingkommunikációs cél.