

Téma:

**Primer kutatás előkészítése
az EKSzCsT kampány jellegű
intézkedéseinek
megalapozásához**

Időszak:

Dátum:

2014. április 29.



SZÁZADVÉG
ALAPÍTVÁNY



SZÁZADVÉG
GAZDASÁGKUTATÓ KFT.



STRATEGOPOLIS
KÖZGAZDASÁGTUDOMÁNYI ÉS STRATÉGIAI KUTATÓ KFT.

Tartalom

Bevezetés.....	3
A tanulmányban javasolt kutatási módszerek rövid bemutatása	6
<i>Kvantitatív kutatási módszerek</i>	6
Személyes megkeresésen alapuló adatfelvétel (PAPI, CAPI)	6
Telefonos megkeresésen alapuló adatfelvétel (CATI).....	6
Online megkeresésen alapuló adatfelvétel (CAWI)	7
<i>Kvalitatív kutatási módszerek</i>	8
Fókuszcsoporth	8
Mélyinterjú.....	8
Tanulók.....	9
<i>A kutatási célsokaság meghatározása</i>	9
<i>Kutatási kérdések a pedagógusoknak szervezett fókuszcsoporthok esetében</i>	10
<i>Kutatási kérdések a 14-18 éves diákok körében szervezett fókuszcsoporthok esetében</i>	12
<i>Kutatási módszertan</i>	13
<i>Költségbecslés</i>	14
Lakosság.....	15
<i>A kutatási célsokaság meghatározása</i>	15
<i>Szegmentáció</i>	15
<i>Kutatási kérdések</i>	15
<i>Kutatási módszertan</i>	19
<i>Költségbecslés</i>	19
Kis- és közepes vállalkozások.....	20
<i>A kutatási célsokaság meghatározása</i>	20
<i>Kutatási kérdések az online kérdőíves felméréshez</i>	20
<i>Kutatási módszertan</i>	21

<i>Költségbecslés</i>	22
Nagyvállalatok.....	23
<i>A kutatási célsokaság meghatározása.....</i>	23
<i>Kutatási kérdések</i>	23
<i>Kutatási módszertan.....</i>	25
<i>Költségbecslés</i>	25
Önkormányzatok és közintézmények	26
<i>A kutatási célsokaság meghatározása.....</i>	26
<i>Kutatási kérdések</i>	26
<i>Kutatási módszertan.....</i>	28
<i>Költségbecslés</i>	29
Civil szervezetek	30
<i>A kutatási célsokaság meghatározása.....</i>	30
<i>Kutatási kérdések</i>	30
<i>Kutatási módszertan.....</i>	30
<i>Költségbecslés</i>	31
Médiatulajdonosok	32
<i>A kutatási célsokaság meghatározása.....</i>	32
<i>Kutatási kérdések</i>	32
<i>Kutatási módszertan.....</i>	32
<i>Költségbecslés</i>	33
A kutatás finanszírozására igénybe vehető források bemutatása.....	34

Bevezetés

A fenntartható gazdasági fejlődés alapvető feltétele, hogy az energia- és környezettudatos szemléletmód a lakosság mindennapjainak része legyen. Ahhoz, hogy ez teljesüljön, széles célcsoportot felölelő szemléletformáló kampányok lebonyolítására lesz szükség. Üzenetek eljuttatása szükséges a lakosság, a tanulók, a vállalkozások, az állami- és önkormányzati közigazgatási intézmények, valamint a civil szervezetek részére egyaránt.

A fenti cél teljesülése érdekében, a Nemzeti Energiastratégiáról szóló 77/2011 (X. 14) OGY határozat feladatként jelöli meg a Kormány számára a fogyasztók energia- és környezettudatos szemléletének formálására és fejlesztésére irányuló cselekvési terv kidolgozását. A jelenleg közigazgatási egyeztetés előtt álló cselekvési terv egyik intézkedése primer kutatás elvégzését írja elő, melynek célja, hogy hiánypótló információkat gyűjtsön a magyar társadalom témához kapcsolódó életmódjáról, fogyasztási szokásairól, attitűdjeiről. Ezek az információk arra szolgálnak, hogy az Energia- és Klímatudatossági Szemléletformálási Cselekvési Tervben (EKSzCsT) megfogalmazott kampány jellegű intézkedések hatékony végrehajtásához és további, az érdekelt szervezetek által megvalósítandó szemléletformálási programok (a továbbiakban szemléletformáló kampányokként hivatkozunk rá) kialakításához iránymutatást adjanak.

A tanulmány célja az Energia- és Klímatudatossági Szemléletformálási Cselekvési Tervben (EKSzCsT) megfogalmazott és a fentiekben részletezett primer kutatás előkészítése (a továbbiakban megalapozó kutatásként hivatkozunk rá).

Az életmóddal, fogyasztási szokásokkal, attitűdökkel kapcsolatos információgyűjtésnek a következő tématerületeket kell érintenie: energiatakarékosság és energiahatékonyság, megújuló energiaforrások, távhő, atomenergia, közlekedés, hulladék energetikai célú hasznosítása.

Az EKSzCsT-ben meghatározott szemléletformáló kampányok célcsoportja az egész társadalom. Az EKSzCsT-ben definiált fő célcsoportok ennek megfelelően az alábbiak:

- Tanulók
 - 3-6 éves korosztály (óvodások)
 - 6-18 éves korosztály (általános- és középiskolások)
- Lakosság
 - 18-39 éves korosztály
 - 39+ korosztály
 - Alacsony jövedelmű háztartások
- Vállalkozások
- Önkormányzatok és közintézmények
- Civil szervezetek
- Médiatulajdonosok, érdekelt nagyvállalatok (energetikai vállalatok, klímatudatosságot és fenntarthatóságot kiemelten kezelők)

Mivel az EKSzCsT-ben meghatározott szemléletformáló kampányok ezeket a fő célcsoportokat célozzák majd meg üzeneteikkel és a megalapozó kutatás célja a szemléletformáló kampányok hatékonyságának biztosítása, ezért célszerű a megalapozó kutatásnak is ezekből a célcsoportokból kiindulni.

A tanulmány további részében minden egyes fő célcsoport esetében meghatározzuk, hogy milyen megalapozó kutatást lenne célszerű elvégezni. Ezzel összefüggésben javaslatot teszünk a kutatási célsokaságra. Ez bizonyos esetekben megegyezik a kampányok célcsoportjával, azonban bizonyos esetekben eltérő kutatási célsokaságot javasoltunk. Ilyenkor részletesen megmagyarázzuk az eltérés okát.

A célsokaság kijelölését követően meghatározzuk a kutatási kérdéseket, melyeket praktikusán megválasztott témakörök szerint csoportokba rendezünk. Fontos megjegyezni, hogy az itt felvázolt kutatási kérdések nem megfeleltethetők a kutatás során alkalmazott, a kérdőíveken, illetve a vezérfonalakon feltüntetett kérdésekkel. A kutatási kérdések azt hivatottak meghatározni, hogy mi az, amire a kutatás eredményeként választ kívánunk kapni. A kutatási kérdések alapján később levezethetők a kérdőívekre, valamint a vezérfonalakra kerülő kérdések és iránymutatások. Ezek megfogalmazása során azonban kérdezéstechnikai és értelmezhetőségi szempontokat is szem előtt kell tartani.

Minden egyes fő célcsoport esetében javaslatot teszünk az alkalmazandó primer kutatások számára, valamint a kutatási módszertanra. Kérdőíves felmérések esetében meghatározzuk a leginkább megfelelő lekérdezés módját, javaslatot teszünk a mintavétel módjára, valamint a javasolt minta nagyságára.

Végül tételes költségbecslést készítünk minden egyes kutatás esetében.

A civil szervezetek és a médiatulajdonosok esetében fontos megjegyezni, hogy a kutatási kérdések ezen célsokaságok esetében eltérőek a többi célpopulációhoz képest. Ennek oka, hogy a civil szervezetek, valamint médiavállalatok inkább közvetítőknak tekinthetők, mintsem kommunikációs célcsoportoknak. Speciális és kommunikációs szempontból rendkívül nagy jelentőségű szereplőkről van szó, ezt a kommunikációs intézkedések megvalósítása során feltétlenül figyelembe kell venni. A rajtuk keresztül áramló információ azonban végső soron az első négy célcsoportnál fog célba érni, így az üzenetek nem változnak.

Ebből kifolyólag a civil szervezetek és médiatulajdonosok esetében a megalapozó kutatás célja nem az, mint a többi célcsoport esetében, tehát nem a megkérdezettek fogyasztói szokásainak és attitűdjeinek felmérése. Ebben az esetben a cél inkább a szereplők energia- és környezettudatossági témákhoz való viszonyának, a témában szerzett tapasztalatainak, valamint az energia- és környezettudatossági témák nagyobb arányú közvetítési lehetőségeinek feltérképezése.

A munkáltatók (KKV-k, nagyvállalatok) szerepe kettős, ők ugyanis végső fogyasztóként és kommunikációs csatornaként egyaránt funkcionálnak. Működésük során jelentős energiát használnak fel, ezért a környezet- és energiatudatos szemléletmód kialakítása rendkívül fontos az energiahatékonyságuk növelése érdekében. Emellett azonban a munkavállalóik szemléletének a alakításában is kulcsszerepet játszanak. Amennyiben sikerül elérni, hogy a munkáltatók ne csak alkalmazói legyenek a környezet- és energiatudatos megoldásoknak, hanem arra is fordítsanak energiát, hogy ezt a szemléletmódot munkavállalóik felé is közvetítsék, akkor ez az egész lakosság környezet- és energiatudatos szemléletének formálására pozitív hatással lesz. A munkáltatókra vonatkozó kutatások megtervezése során ezt a kettős szerepet feltétlenül figyelembe vesszük.

A tanulmányban javasolt kutatási módszerek rövid bemutatása

Kvantitatív kutatási módszerek

A kérdőíves megkérdezés rendkívül elterjedt módszer mind a piackutatásban, mind a média-, illetve véleménykutatásban. A survey kutatások lényege, hogy valamely mintavételi eljárást követően, egy reprezentatív mintán kérdezve, az alapsokaságra nézve objektív és általánosítható eredményeket kapunk. Előnye, hogy alkalmazása egyszerű, kevésbé gyakorlott személy is lekérdezheti, az adatok könnyen feldolgozhatóak. A kérdőív során lehetőség van zárt (strukturált), nyitott, illetve félig-nyitott kérdések vizsgálatára.

Személyes megkeresésen alapuló adatfelvétel (PAPI, CAPI)

A személyes kérdőívezés a survey módszer egyik leghagyományosabb technikája, jelenleg is népszerű a kutató társadalom körében. A személyes kérdőívezésnek jellemzően két fajtáját szokás megkülönböztetni, a nyomtatott kérdőíves módszert (Paper and Pencil Interview), valamint a laptopos kitöltést (Computer Assisted Personal Interview). Az ilyen módszerek egyik legnagyobb előnye a többi technikával szemben, hogy az interjúk során lehetőség van hosszabb, akár egy-másfél órás kérdőívek lefolytatására is, valamint bonyolultabb, összetettebb kérdések megvitatására, akár segédeszközök, tesztanyagok használatára is. Szintén előnyként szokás említeni azt a tapasztalatot, hogy a személyes interjúk során nagyobb eséllyel alakítható ki olyan bizalmas légkör, ahol megnyílhatnak a válaszadók, és ez teret enged érzékenyebb témák körüljárására is. A személyes megkeresésen alapuló adatfelvételek jelentős hátránya azonban, hogy költségesebb és időigényesebb a többi kérdőíves módszernél, illetőleg nehezebben ellenőrizhetőek a kérdezőbiztosok, mint például a telefonos megkeresések során.

Telefonos megkeresésen alapuló adatfelvétel (CATI)

A Computer Assisted Telephoning Interview (CATI), avagy számítógéppel támogatott telefonos kérdezés során a kérdezőbiztosok közvetlenül a számítógépen rögzítik a válaszadók feleleteit. A kérdezőbiztosok – megbízható és tapasztalt kérdezők – ellenőrzött körülmények között, a mintavétel alapján előre kiválasztott telefonlista segítségével egy erre kialakított

CATI Centerben végzi munkájukat, ahol több mint harminc munkaállomás van kiépítve. A CATI módszer előnye, hogy gyors, és például a személyes megkereséshez képest olcsó. A kutatási adatok statisztikai megbízhatóságát a minta úgynevezett sztenderd hibájával, másképpen konfidencia-intervallumával szokás jellemezni. A konfidencia-intervallum mutató (index) értékének alakulását a mintanagyság függvényében állapíthatjuk meg. A konfidencia-intervallum értékét úgy kell értelmezni, hogy az adott mintanagyság mellett elvégzett vizsgálat révén kapott adatok 95%-os valószínűséggel maximum ennyivel térnek el attól a hipotetikus eredménytől, amit akkor kaptunk volna, ha a kerület minden egyes felnőtt lakóját felkerestük és megkérdeztük volna. Ez az érték 1000 fős minta esetén 3,2 százalék Magyarország felnőtt lakosságának felmérése esetén.

Online megkeresésen alapuló adatfelvétel (CAWI)

Az online kérdezés (CAWI - Computer Assisted Web Interview) előnye, hogy gyors, olcsó, kérdezői és adatrögzítői hibáktól mentes, továbbá bizonyos nehezen elérhető csoportokhoz is el tudunk vele jutni. Az online kutatások esetében hátrányként szokás említeni a reprezentativitás problematikáját, rendkívül nehéz ugyanis ezen kritérium biztosítása a virtuális kérdezéseknél. Az ilyen típusú felméréseknél szigorúan véve reprezentatívnak csak az eredetileg kiválasztott minta nevezhető, vagyis azok köre, akiket a kutatás során megkeresünk. A ténylegesen válaszolók összessége azonban a kitöltés önkéntes jellege miatt csak korlátozott mértékben tekinthető reprezentatívnak az alappopulációra nézve. Bár a legfrissebb KSH adatok alapján a 16-74 éves lakosság 69 százaléka rendszeresen használ internetet, az internethasználat mögött fontos demográfiai különbségek figyelhetők meg. Emiatt bizonyos csoportok egyelőre nehezen vagy egyáltalán nem érhetőek el online, így a reprezentativitást elsődleges szempontként számot tartó kutató számára nem igazán alkalmas. A tapasztalatok viszont azt mutatják, hogy amennyiben olyan populációkat kívánunk vizsgálni, ahol az internethasználat jelentősen meghaladja az országos átlagot, vagy a kérdések kifejezetten összefüggenek az internethasználattal, sikerrel alkalmazható, és gyakran eredményesebb, mint más módszerek.

Kvalitatív kutatási módszerek

Fókuszcsoporth

A fókuszcsoporth olyan interjútechnika, melynek során a célcsoport megfelelően szelektált tagjai, egy 8-10 fősz közös beszélgetésen vesznek részt. A megrendelő közvetlenül bepillantást nyerhet a csoporton résztvevők gondolkodásába, megfigyelheti attitűdjeinek, preferenciáinak megjelenését. Kreatív fejlesztéskor segíthet a kreatív stratégia meghatározásában, a fogyasztó és márka közötti kapcsolat megismerésében, reklámok tesztelésében. Az egyik nagy előnye a fókuszcsoporth módszerének a csoportthatás, mely a különleges dinamikáját biztosítja a beszélgetéseknek, általa előtérbe kerülhetnek olyan vélemények is, melyek egy interjúszituációban nem feltétlenül.

Mélyinterjú

Bizonyos insightok feltérképezésére azonban inkább a mélyinterjú vagy a szakértői interjú alkalmasak. A sajátos szemlélet, gondolkodásmód és az élettörténetből eredő értékelések megismeréséhez kifejezetten a társas viselkedés kizárására van szükség. Jól alkalmazható vállalati vezetők, szakértők véleményének és piaci elképzeléseinek megismerésére, mely segíthet a stratégia kidolgozásában és a piaci tervezés megvalósításában. A kérdőíves módszerrel szemben ez a kvalitatív módszer nem a reprezentativitásra, a mennyiségre koncentrál. Az életutak, személyes történetek és emóciók megismerésével könnyebben érthetővé válnak a későbbi döntések, preferenciák. A különböző interjútipusok közül a mélyinterjú sajátja, hogy a többihez képest szabadabb, kevésbé strukturált szerkezetű, kevés az előre rögzített kérdés, a téma csak nagyvonalakban van meghatározva. Az olyan egyéb kvalitatív technikákkal szemben, mint a fókuszcsoporth, a mélyinterjú során kizárhatóak a más csoporttagok dominanciájából eredő csoportnyomások is, valamint lehetőség nyílik bizalmasabb, személyesebb hang megütésére.

Tanulók

A kutatási célsokaság meghatározása

A tanulók célcsoport esetében valószínűleg eltérő lesz a szemléletformáló kampányok célcsoportja, valamint a megalapozó kutatás célsokasága. A tanulók célcsoportról történő előzetes információgyűjtést ugyanis nem közvetlenül a tanulók körében, hanem a pedagógusok körében célszerű elvégezni. Ennek oka, hogy az oktatási intézménynek és a pedagógusoknak nagy ráhatása van a diákokra, ezért a szemléletformáló intézkedések nagy részét ebben a szegmensben az oktatási intézmények bevonásával célszerű lebonyolítani. A pedagógusok jól ismerik a diákokat, így ők tudják a leghatékonyabban megmondani, hogy milyen szemléletformálási technikákkal lehet azt elérni, hogy a diákok energia- és környezettudatossága növekedjen. A megalapozó kutatás célsokaságai ennek megfelelően az alábbiak szerint kerülnek meghatározásra:

- **Óvodai pedagógusok**
- **Általános iskolai pedagógusok**
- **14-18 év közötti diákok**

A pedagógusok esetében a differenciálás oka, hogy az óvodai, az általános iskolai, valamint a középiskolai pedagógusok oktatási módszertana, illetve az alkalmazható technikák köre lényegesen eltér. Ezen kívül a tanulók is jelentős szemléletbeli változáson mennek keresztül ebben az időszakban. Az előzőek olyan inhomogenitást eredményeznek, ami indokoltá teszi ezeknek a célsokaságoknak az elkülönített kezelését a megalapozó kutatás során.

A pedagógusok kiválasztásánál, adott iskola esetében célszerű azt a pedagógust meghívni, akinek a profilja leginkább közel áll az energia- és klímatudatos, valamint fenntartható életmóddal kapcsolatos ismeretek terjesztéséhez. Általános iskolai pedagógusok esetében ügyelni kell arra, hogy alsós és felsős pedagógusok egyaránt és hasonló arányban legyenek az interjúalanyok között.

A 14 év feletti fiatalok, azaz a középiskolás diákok esetében már csökken a hatása az oktatási rendszernek. Ezzel párhuzamosan erősödik a divat, valamint az adott korosztályra jellemző általános szemléletmód befolyásoló hatása. Ebből kifolyólag a 14-18 év közötti korosztály esetében közvetlenül a diákok körében tartjuk célszerűnek elvégezni a kutatást.

Kutatási kérdések a pedagógusoknak szervezett fókuszcsoportok esetében

A pedagógusok informáltsága és véleménye a környezet- és energiatudatosságról

- Mit gondolnak arról, hogy a diákokat környezet- és energiatudatos szemléletmódra kell nevelni?
- Ebben kiknek lehet nagy szerepe? Milyen szerepet tulajdonítanak ebben az iskolának és az oktatóknak?
- Az alábbi témák közül melyek esetében rendelkeznek olyan ismeretekkel, hogy annak kapcsán egy délutáni foglalkozás keretében nevelő / szemléletformáló előadást tudnának tartani a tanítványaiknak:
 - Az energiaellátási folyamat bemutatása és annak környezeti hatásai.
 - Mindennapos energiafogyasztási szokásaink és annak közvetlen illetve közvetett hatásai
 - Tudatos energiahasználat (például otthon és az iskolában)
 - Klímaváltozás és energiafelhasználás közötti összefüggések
 - Fenntartható fejlődés
 - Klímaadaptáció
 - Energiahatékony épülethasználat
 - Megújuló energiaforrások.
 - Háztartási gépek és egyéb elektromos eszközök tudatos használata
 - Környezettudatos közlekedés és a közlekedési igények csökkentése
 - Környezetbarát távfűtés.
 - Energiacímkek.

Az intézményre és a mindennapi gyakorlatra vonatkozó kérdések

- Az oktatási intézmények alkalmaznak-e energiahatékonyságot és környezeti terhelés csökkentését célzó eszközöket és/vagy rendszereket (pl. szelektív hulladékgyűjtés, korszerű világítási eszközök)?
- Milyen ismereteik vannak az ilyen rendszerekről (például energiahatékonyságot szolgáló IKT eszközök)?
- Aktívan felhasználják-e ezeket a rendszereket ahhoz, hogy környezettudatosságra neveljék a diákokat?

- Felhívják-e rendszeresen a diákok figyelmét a környezettudatos épülethasználatra?
 - Fűtésszabályozás és szellőztetés összehangolása, valamint a szellőztetés időtartamának optimális hossza.
 - Világítás lekapcsolása a szünetekben, valamint a terem elhagyása után.
- Alkalmazznak-e segédeszközöket ahhoz, hogy ezekre felhívják a figyelmet? (pl. iránymutatásokat tartalmazó táblák a villanykapcsolók mellett, a radiátoroknál, a mosdókban, stb.)
- A pedagógusok maguk mit tesznek az intézményben azért, hogy energiát takarítsanak meg és védjék a környezetet?
- Szerveznek-e a gyerekeknek olyan programokat, foglalkozásokat, ahol környezettudatosságra és energiatudatosságra nevelik őket?
- Milyen lehetőségek vannak a pedagógusok számára az ilyen témákat érintő továbbképzésekre, illetve részt vesznek-e azon a pedagógusok?
- Részt vesznek-e (a diákokkal együtt) olyan programokban, melyek célja a környezettudatosságra és energiatudatosságra nevelés?
- Mire van szükségük ahhoz, hogy a diákok energia- és környezettudatosságra nevelése hangsúlyosabban megjelenjen az intézményekben? (pl. tanfolyam a pedagógusok részére, segédanyagok biztosítása, a tantervek módosítása, országos versenyek / díjak létrehozása, stb.)
- Van-e együttműködés a helyi vagy nagyobb zöld civilekkel szemléletformáló programok kialakítására?

A tananyagra vonatkozó kérdések

- Milyen tantárgyak keretében jelenik meg a környezet- és energiatudatosságra nevelés témaköre? Mennyire gyakorlatias ezen ismeretek átadása?
- Évente kb. hány alkalommal jelenik meg a tanórákon a környezet- és energiatudatosság témaköre?
- Van-e az intézményekben olyan rendszeres szakkör, fakultatív foglalkozás, melynek célja a diákok környezet- és energiatudatosságra nevelése? Mik ezek pontosan?
- Eseti jelleggel szerveznek-e az intézmények olyan programokat, melyek célja a diákok környezet- és energiatudatosságra nevelése? Évente hány alkalommal? Mik ezek?

- Hogyan lehetne motiválni az oktatókat, hogy ezeket az anyagokat hangsúlyosabban és gyakorlatorientáltabban adják le? Szükséges-e az ismeretek számonkérésben való hangsúlyosabb megjelenítése?

A gyermekekre / diákokra vonatkozó kérdések

- Milyennek ítélik a diákok informáltságát az energia- és környezettudatosság kapcsán? Mennyire vannak tisztában olyan fogalmakkal, mint például a fenntartható fejlődés, klímaváltozás, tudatos energiafogyasztás?
- Megnyilvánul-e a viselkedésükben az energia-, illetve klíma vagy környezettudatosság (például figyelnek-e arra, hogy akkor elzárják a csapot, ha nem használják a vizet stb.)?
- Nyitottnak tartják a diákokat ezen témák iránt? Érdeklődőnek, vagy inkább elzárkózónak tartják őket?
- Inkább a tananyag keretében, vagy inkább külön programok / külön foglalkozások keretében tartják célszerűnek energia- és környezettudatosságra nevelni a diákokat?
- Milyen egyéb javaslataik vannak ezzel kapcsolatban?

Szemléletformáló intézkedés ötletek tesztelése

- A cselekvési tervben, a tanulók célcsoport számára kidolgozott intézkedések tesztelése. A résztvevők kifejthetik véleményüket az egyes intézkedésekkel kapcsolatban és javaslatokat tehetnek azok továbbfejlesztésére.

Kutatási kérdések a 14-18 éves diákok körében szervezett fókuszcsoporthoz

Mennyire tájékozottak, milyen a makro- és mikro-környezetükhöz való viszonyuk?

- Mit gondolnak a globális környezeti problémákról? (ismerik-e a fenntartható fejlődés fogalmát, mi a véleményük a klímaváltozásról, a modern fogyasztói társadalom környezetterheléséről)
- Mit gondolnak a közvetlen környezetükben érvényesülő környezeti hatásokról?
- Feltudnák-e azokat a közvetlen környezeti hatásokat sorolni, ami az életmódjukból/viselkedésből fakadhat (például energiafogyasztásuk során)?
- Látnak-e összefüggést saját fogyasztói viselkedésük és a klímaváltozás között?

- Szerintük lehet-e egyéni cselekedeteikkel befolyásolni a már beindult káros globális folyamatokat?

Hogyan cselekszenek? Milyenek a fogyasztói szokásaik?

- Mit tesznek nap mint nap a környezet védelme és az energiatakarékosság érdekében?
- Mi az oka annak, hogy ezt teszik?
- Véleményük szerint, mások mit gondolhatnak róluk, amikor ezt teszik? Milyenek ítélik meg azt, aki nap mint nap környezet- és energiatudatosan cselekszik?
- Mit lehetne még tenni ezen kívül a környezet védelme és az energiatakarékosság érdekében?
- Miért nem teszik ezeket?
- Mennyire ítélik fontosnak ezeket a dolgokat?
- Hol találkoznak az arra motiváló üzenetekkel (például család, iskola, közösségi oldalak, rendezvények, baráti kör)? Melyik érte el a legnagyobb hatást?

Tervezett intézkedések tesztelése és továbbfejlesztése.

- Bemutatásra kerül az interjúalanyok számára a tervezett intézkedések tartalma, stílusa, és szlogenje. Ezekről kifejtik gondolataikat, érzéseiket, illetve ötleteket adnak a továbbfejlesztéshez.

Kutatási módszertan

3-3 fókuszcsoporthos interjú mindegyik célsokaság esetében a jelenlegi gyakorlat felméréséhez, ötletek gyűjtéséhez és az intézkedések teszteléséhez (összesen 9 db).

1-1 fókuszcsoport Budapesten, 1-1 nyugat-magyarországi városban, 1-1 pedig kelet-magyarországi városban kerül megrendezésre.

Résztvevők száma: 8-10 fő fókuszcsoportonként.

Közintézményekről lévén szó, a résztvevők kijelölését és meghívását véleményünk szerint a megrendelőnek célszerű intéznie.

A résztvevők meghívása során, mindegyik fókuszcsoport esetében, az alábbi irányelvek betartását javasoljuk:

Városi és vidéki meghívottak körülbelül megegyező arányban legyenek.

Hátrányos helyzetű térségből érkezők is legyenek a meghívottak között.

Költségbecslés

A kutatás becsült teljes költsége 7 584 000 Ft + ÁFA

Ami magában foglalja:

- a vezérfonalak elkészítését,
- az interjú helyszínének és a szükséges technikai eszközöknek a biztosítását,
- az interjúk lebonyolítását,
- az eredmények feldolgozását,
- valamint a javaslatokat tartalmazó tanulmány megírását.

Lakosság

A kutatási célsokaság meghatározása

18 év feletti országos felnőtt lakosság

Szegmentáció

Az EKSzCsT hatásvizsgálata több dimenzió mentén történő szegmentációt javasol a lakosság célcsoport esetében. Ezek az alábbiak:

1. A környezethez való viszony alapján:
 - Érdektelenek
 - Menthettetlenek
 - „Zseb alapon” tudatosak
 - Elkötelezett tudatosak
2. Élettér szerint:
 - Diákok
 - Munkavállalók
 - Vállalkozók
 - Inaktívak (nyugdíjasok, betegek, kismamák, háztartásbeliek)
3. Médiafogyasztási szokás szerint:
 - Tradicionális médiafogyasztók
 - Digitális bevándorlók
 - Digitális bennszülöttek
4. Fiatalabb generációkkal való viszony szerint
 - Szülők (esetleg nagyszülők)

A szegmentálás elvégzéséhez szükséges kérdéseket a kérdőíveken szerepeltetni kell. Amennyiben több mintavétel történik, akkor a szegmentáláshoz alkalmazott kérdéseknek mindegyik mintavétel esetében egyformának kell lenniük.

Kutatási kérdések

1. A környezethez való viszony szerinti szegmentációhoz szükséges kérdések.

- 2. Az élettér szerinti besoroláshoz szükséges kérdések.**
- 3. A médiafogyasztási szokások feltérképezéséhez szükséges kérdések.**
- 4. Fiatalabb generációkkal való viszony szerinti besoroláshoz szükséges kérdések.**
- 5. A demográfiai vizsgálatokhoz szükséges kérdések.**
- 6. Épületenergetikai kérdések.**
- 7. Mennyire tájékozottak, milyen a makro- és mikro-környezetükhöz való viszonyuk?**
 - 7.1. Milyen a globális környezeti problémákról való vélekedésük? (Ismerik-e a fenntartható fejlődés fogalmát, mi a véleményük a klímaváltozásról, a modern fogyasztói társadalom környezetterheléséről, hallottak-e a karbonlábnyomról, stb.)
 - 7.2. Mit gondolnak a közvetlen környezetükben érvényesülő környezeti hatásokról?
 - 7.3. Mit gondolnak az energiaellátás biztonságáról?
 - 7.4. Fel tudnák-e azokat a közvetlen környezeti hatásokat sorolni, ami az életmódjukból/viselkedésükből fakadhat (például energiafogyasztásuk során)?
 - 7.5. Látnak-e összefüggést saját fogyasztói viselkedésük és a klímaváltozás között?
 - 7.6. Szerintük lehet-e egyéni cselekedeteikkel, fenntartható életmód kialakításával befolyásolni a már beindult káros globális folyamatokat?
 - 7.7. A megkérdezettek mekkora része hajlandó többet fizetni egy környezetbarátabb, alacsony karbonlábnyomú termékért a környezeti szempontok miatt? Vásárolnak-e ilyen termékeket?
 - 7.8. Megbízhatóak-e számukra a zöldtermékeken feltüntetett információk?
 - 7.9. A megkérdezetteket mi motiválja akkor, amikor energia- és környezettudatosan cselekszenek?
 - 7.10. Milyen egészségügyi hatásokról tud, ami energiafogyasztásunkhoz kapcsolható (például közlekedés, fűtési technológia)?
- 8. Energiafogyasztás**
 - 8.1. Hogyan cselekszenek? Milyenek a fogyasztói szokásaik? Ismerik-e energiafogyasztásuk összetételét és annak mértékét?
 - 8.1.1. A megkérdezettek mit gondolnak, mire használjuk el a legtöbb energiát a háztartásban (főzés, mosás stb.)?
 - 8.1.2. Háztartási gép vásárlása során a megkérdezettek mekkora része veszi figyelembe a gépen lévő energiacímkét?
 - 8.1.3. A megkérdezettek mekkora része figyeli rendszeresen, hogy mennyi a havi villamosenergia / gáz / távhő fogyasztása?

- 8.1.4. A megkérdezettek mekkora része tudja, hogy mennyi a havi villany / gáz / távhő / víz / szemétdíj számlája?
- 8.1.5. A megkérdezettek mekkora része figyeli rendszeresen (napi szinten), hogy hány fok van a lakásban?
- 8.1.6. Általában hány fok szokott lenni télen a megkérdezettek lakásában?
- 8.1.7. A megkérdezettek általában milyen ruházatban tartózkodnak otthon télen?
- 8.1.8. A megkérdezettek mekkora része szokta lecsavarni a radiátorszelepeket éjszakára?
- 8.1.9. A megkérdezettek mekkora része szokta lecsavarni a radiátorszelepeket, amikor nem tartózkodik otthon?
- 8.1.10. A megkérdezettek mekkora része szokta lecsavarni a radiátorszelepeket azokban a helyiségekben, ahol éppen nem tartózkodik?
- 8.1.11. A megkérdezettek mit tesznek, ha fűtési időszakban melegük van a lakásban?
- 8.1.12. A megkérdezettek mekkora része használ energiatakarékos világítótesteket?
- 8.1.13. A megkérdezettek mekkora része hajlandó többet fizetni egy energiahatékonyabb termékért?
- 8.2. Mennyire ismerik az egyes technológiákat, megoldásokat? Mit gondolnak az egyes technológiákról, megoldásokról? Melyek azok az értékek, amik motiválják őket és fogyasztói magatartás-változást idézhetnek elő?
- 8.2.1. A megkérdezettek milyen sorrendben valósítanának meg energiahatékonysági felújításokat?
- 8.2.2. Mi a megkérdezettek véleménye az épületek hőszigeteléséről?
- 8.2.3. Mi a megkérdezettek véleménye a nyílászárók cseréjéről?
- 8.2.4. Mi a megkérdezettek véleménye a kazáncseréről és fűtőkorszerűsítésről?
- 8.2.5. Ismernek-e olyan további innovatív technológiai, illetve szolgáltatói lehetőségeket, amelyek lehetővé teszik energiafogyasztásuk csökkentését (elsősorban az intelligens mérők és fogyasztóoldali válaszintézkedések témakörre kell rákérdezni)?

9. Közlekedés

- 9.1. Hogyan cselekszenek? Milyenek a fogyasztói szokásaik?
- 9.1.1. Milyen gyakran közlekednek a megkérdezettek különféle közlekedési eszközökkel (személygépkocsi, tömegközlekedés, kerékpár)?
- 9.1.2. Milyen gyakran használják a megkérdezettek a P+R rendszert?

9.1.3. Autóvásárlásnál mennyire lényeges szempont a megkérdezettek számára az autó átlagfogyasztása?

9.2. Mit gondolnak az egyes közlekedési eszközökről, szokásokról?

9.2.1. Személygépkocsi

9.2.2. Tömegközlekedés

9.2.3. Kerékpár

9.3. Igénybe veszik-e az alábbi, közlekedési igényeket csökkentő szolgáltatásokat? Ha nem, akkor miért nem?

9.3.1. E-ügyintézés.

9.3.2. Internetes vásárlás.

9.3.3. Közvetlen közelben található élelmiszerbolt és piac előnyben részesítése.

10. Megújuló energiaforrások, hulladékégetés és atomenergia hasznosítás

10.1. Hogyan cselekszenek? Milyenek a fogyasztói szokásaik? Milyen az általános tájékozottságuk a 3 témakört érintően?

10.1.1. A megkérdezettek mekkora része alkalmaz a lakása energiaellátásához valamilyen megújuló energiaforrást hasznosító berendezést?

10.1.2. A megkérdezettek mekkora része elégedett a megújuló energiaforrást hasznosító berendezéssel, amennyiben használ ilyet?

10.1.3. A megkérdezettek mekkora része tervezi azt, hogy az elkövetkezendő 1 évben beruház valamilyen megújuló energiaforrást hasznosító berendezésbe?

10.1.4. A megkérdezettek mekkora része hajlandó többet fizetni az energiáért, ha tudja, hogy az megújuló energiaforrásból származik?

10.2. Mennyire ismerik az egyes megújuló energiaforrásokat hasznosító technológiákat, megoldásokat?

10.3. Mit gondolnak az egyes technológiákról, megoldásokról?

10.3.1. Napelemmel történő villamosenergia termelés.

10.3.2. Napkollektorral történő melegvíz készítés.

10.3.3. Hőszivattyúkkal történő fűtés.

10.3.4. Biomasszával történő fűtés.

10.3.5. Hulladékégetés

10.3.6. Atomenergia hasznosítás

11. Távhő

11.1. Mit gondolnak a megkérdezettek a távhőről?

11.2. Ajánlanák-e ismerőseiknek, hogy házában / lakásában távhővel biztosítsa a fűtést?

11.3. Amennyiben nem, akkor miért?

Kutatási módszertan

Személyes megkérdezésen alapuló kérdőíves felmérés.

Kérdőív: 100 db. kérdés + demográfiai adatok

Mintanagyság: 5000 fő

100 db próbalekérdezés a kérdőívek tesztelése és finomhangolása céljából.

Költségbecslés

A kutatás becsült teljes költsége 24 990 000 Ft + ÁFA

Ami magában foglalja:

- a kérdőív elkészítését,
- a címjegyzék biztosítását és a lekérdezési módszertan meghatározását,
- az interjúk lebonyolítását,
- az eredmények feldolgozását,
- valamint a javaslatokat tartalmazó tanulmány megírását.

Kis- és közepes vállalkozások

A kutatási célsokaság meghatározása

1-250 alkalmazottal rendelkező kis- és közepes vállalatok vezetői

Kutatási kérdések az online kérdőíves felméréshez

1. Vállalat demográfiai kérdések

2. A vállalatvezetők informáltsága és véleménye a környezet- és energiatudatosságról

- 2.1. A vállalatvezetők szerint kell-e a vállalatoknak tenniük saját maguk energia- és környezettudatossága érdekében?
- 2.2. A vállalatvezetők szerint kell-e a vállalatoknak tenniük a vállalattal kapcsolatban álló érintettek energia- és környezettudatossága érdekében?
- 2.3. A vállalatvezetők szerint milyen célja és hatása lehet annak, ha a vállalat növeli energia- és környezettudatosságát?
- 2.4. Van-e zöld politikája a vállalatnak? Kihasználható-e piaci előny a zöld vállalatpolitika kialakításával?

3. A szervezetre és a mindennapi gyakorlatra vonatkozó kérdések

- 3.1. A vállalatok mekkora részénél működik tanúsított energia- és/vagy környezetmenedzsment rendszer?
- 3.2. A vállalatok mekkora része vizsgálta korábban a bevezetés lehetőségét?
- 3.3. Mi a vállalatvezetők véleménye az energia- és környezetmenedzsment rendszerekről?
- 3.4. A vállalatok mekkora részénél elvárás a munkavállalók felé az energia- és környezettudatosság? Mik az elvárások?
- 3.5. Hogyan ösztönzik a munkavállalókat a környezet- és energiatudatosságra? Meg vannak-e az ehhez szükséges eszközök?
- 3.6. Mi a vállalatvezetők véleménye a munkavállalók (beleértve a beosztottakat és vezetőket egyaránt) kerékpárral történő munkába járásáról? Támogatják a kerékpárral való munkába járást?
- 3.7. Mi a vállalatvezetők véleménye a munkavállalók (beleértve a beosztottakat és vezetőket egyaránt) tömegközlekedési eszközökkel történő munkába járásáról?

4. Az épület és a berendezések energiahatékonyságára vonatkozó kérdések

- 4.1. A vállalatok mekkora részénél szempont a termékek / szolgáltatások beszerzése során az energiahatékonyság? (pl. irodai berendezések, technológiai berendezések, zöldiroda program, stb.)
- 4.2. A vállalatok mekkora része végeztetett már energiaauditot?
- 4.3. Mi a vállalatvezetők véleménye az energiaauditról, annak hatékonyságáról?
- 4.4. A vállalatok mekkora része végeztetett már épületenergetikai felújítást a vállalat ingatlanján?
- 4.5. A vállalatok mekkora része végeztetett már valaha technológiafejlesztés jellegű beruházást, kifejezetten energetikai célból?
- 4.6. Mit gondolnak a vállalatvezetők a vállalat energiahatékonyságáról, környezeti teljesítményéről?
- 4.7. Mi a vállalatvezetők véleménye az energiahatékonysági / megújuló energia hasznosítási korszerűsítésekről, intelligens villamosenergia-rendszer szolgáltatásokról? (szempontok: gazdaságosság, technológia érettsége, pozitív/negatív hatása az üzleti tevékenységre, marketing érték, környezetvédelmi érték, a technológia haszna/értéke összességében)

5. Kommunikációs csatornákhöz való viszony feltérképezése

- 5.1. A vállalatvezetők szerint szükség van-e rendszeres információra a legújabb energiahatékonysági technológiákról és megoldásokról?
- 5.2. Amennyiben igen, akkor mennyire értékelik hatékonyak / hasznosnak az egyes kommunikációs csatornákat?
- 5.3. A vállalatvezetők milyen ösztönző programokban vennének részt?
- 5.4. Együttműködnek-e a környezet- és energiatudatos folyamatok kialakításában járatos civil szervezetekkel?

Kutatási módszertan

Online kérdőíves felmérés.

Mintanagyság: 1000 db. vállalkozás

Az 1000 db. eredményesen kitöltött kérdőívhez körülbelül 9000 – 10 000 email címből álló címlista szükséges.

A szükséges címlista valószínűleg a megrendelő közreműködésével beszerezhető a Magyar Kereskedelmi és Iparkamarától.

Amennyiben ez nem lehetséges, akkor címlista vásárlása szükséges.

Kérdőív: 50 db. kérdés + alapadatok

Költségbecslés

A kutatás becsült teljes költsége 4 150 000 Ft + ÁFA

Ami magában foglalja:

- a kérdőív elkészítését,
- a kérdőív programozását és tesztelését,
- címlista biztosítását,
- a kutatásra felkérő levél és az emlékeztetők előkészítését,
- az adatbázis tisztítását és az eredmények feldolgozását,
- valamint a javaslatokat tartalmazó tanulmány megírását.

Nagyvállalatok

A kutatási célsokaság meghatározása

Nagyvállalatok vezetői és energiahatékonyságért felelős vezetői és környezettudatosságért felelős vezetői, valamint kommunikációs vezetői.

Mivel a nagyvállalatok felsővezetőit meglehetősen nehéz elérni és egy mélyinterjúba bevonni, ezért javaslatunk, hogy a kutatási célsokaság kiterjesztésre kerüljön a nagyvállalatok energiahatékonyságért felelős vezetőivel, a környezettudatosságért felelős vezetőkkel, valamint a kommunikációért felelős vezetőkkel. Emellett szól az az érv is, hogy nagyvállalatok esetében az energiatudatossági- valamint környezettudatossági kérdésekben a legfelső vezető nem feltétlenül kompetens, ráadásul ez a feladatkör az egyes vállalatok esetében különböző funkcionális egységekhez tartozhat. Ezért célszerű a mélyinterjú alanyainak meghívása során a vállalatra hagyni azt a döntést, hogy mely vezetőt delegálja a mélyinterjú elkészítéséhez.

Kutatási kérdések

A nagyvállalatok hozzáállása a klíma- és energiatudatossághoz

- Milyen a vállalat hozzáállása a klíma- és energiatudatossághoz? Mennyire hangsúlyos ez a terület a vállalat működésében?
- Van-e a vállalatnak alkalmazott környezetpolitikája (CSR, környezeti jelentés, stb.)?
- A vállalatvezetők szerint kell-e a vállalatoknak tenniük saját maguk energia- és klímatudatossága érdekében?
- A vállalatvezetők szerint kell-e a vállalatoknak tenniük a vállalattal kapcsolatban álló érintettek energia- és klímatudatossága érdekében?
- A vállalatvezetők szerint milyen célja lehet annak, ha a vállalat növeli energia- és klímatudatosságát?
 - Megfelelés az üzleti partnerek elvárásainak
 - Költséghatékonyság növelése
 - Reklám (vevők irányába)
 - PR, vállalati image (pl. munkavállalók irányába)
 - Kedvező hatás a munkavállalók elkötelezettségére

- Alapvető vállalati érték, ezért mindenképpen foglalkozni kell vele
- Mit gondolnak a vállalatvezetők a magyarországi nagyvállalatok energiahatékonyságáról, klímatudatosságáról? Megfelel a kor technológiai színvonalának, vagy lenne még mit fejlődni ezen a területen?
- Mik azok a tényezők, amik gátolják azt, hogy a nagyvállalatok még inkább energia- és klímatudatosak legyenek?
- Hogyan lehetne azt elérni, hogy a magyarországi nagyvállalatok még inkább klíma- és energiatudatosak legyenek? Mit tehetne az állam ennek érdekében?

A mindennapi gyakorlatra vonatkozó kérdések

- Működik a vállalatnál tanúsított energia- és/vagy környezetmenedzsment rendszer?
- Ha igen, akkor mi a véleményük róla?
- Ha nem, akkor mi ennek az oka? Mi segíthetne abban, hogy bevezetésre kerüljön?
- Szempont a termékek / szolgáltatások beszerzése során az energiahatékonyság? (pl. irodai berendezések, technológiai berendezések, stb.) Milyen súllyal kerül figyelembe vételre? Szabályzatokban is rögzítésre kerültek ilyen jellegű kritériumok?
- Milyen gyakran végeztet a vállalat energiaauditot? Mi a vállalatvezetők véleménye az energiaauditról, annak hatékonyságáról?
- Elvárás a munkavállalók felé az energia- és környezettudatosság? Mi ennek az oka?
- Milyen intézkedések révén érik ezt el? Mik az ösztönző eszközök? Szabályzatokban is rögzítik ezeket? Biztosítanak ehhez szükséges eszközöket (például kerékpártároló)?
- Mi a vállalatvezetők véleménye a munkavállalók (beleértve a beosztottakat és vezetőket egyaránt) kerékpárral, illetve tömegközlekedéssel történő munkába járásáról? Hogyan támogatják ezt? Ha nem támogatják, akkor miért nem?

A környezet- és energiatudatosságért felelős személyek / szervezeti egységek helye a szervezeti struktúrában?

- A környezet- és energiatudatosságért, energiagazdálkodásért felelős személyek hol helyezkednek el a vállalati struktúrában? Mely funkcionális terület(ek) / igazgatóság(ok) felelősségi körébe tartoznak ezek a kompetenciák?
- Milyen feladatkörök tartoznak még hozzájuk? Ezek között mekkora súlyt képvisel a környezet- és energiatudatossággal kapcsolatos feladatkör?
- A vállalaton belül mely szereplők, vagy mely szervezeti egységek játszanak kulcsszerepet a környezet- és energiatudatosság fejlesztésével, valamint

energiagazdálkodással kapcsolatos döntésekben? Nekik milyen a hozzáállásuk a témához?

- Nyitott-e a menedzsment a környezettudatossággal, energiahatékonysággal, valamint megújuló energiahasznosítással kapcsolatos beruházási javaslatok iránt? Ha igen, akkor elsősorban milyen célból? (pl. költségcsökkentési lehetőséget látnak benne, jó marketingeszköznek tartják, stb.)

Kutatási módszertan

Mélyinterjúk.

4 db mélyinterjú budapesti székhelyű nagyvállalatok vezetőivel.

2 db mélyinterjú vidéki nagyvállalatok vezetőivel.

Költségbecslés

A kutatás becsült teljes költsége 1 736 000 Ft + ÁFA

Ami magában foglalja:

- a vezérfonalak elkészítését,
- az interjúalanyok kijelölését és meghívását,
- az interjúk lebonyolítását,
- az eredmények feldolgozását,
- valamint a javaslatokat tartalmazó tanulmány megírását.

Önkormányzatok és közintézmények

A kutatási célsokaság meghatározása

Polgármesterek.

Intézményvezetők.

Javasolt kritériumok az interjúalanyok kiválasztásához:

Az interjúalanyok megválasztása során körülbelül egyenlő arányban kell interjúkat készíteni a fentebb felsorolt célsokaságok szereplőivel.

Az intézményvezetők között egyaránt legyenek olyanok, akik állami tulajdonban lévő, és olyanok, akik önkormányzati tulajdonban lévő intézményt igazgatnak, így közigazgatási háttérintézmények-, illetve egyéb szociális intézmények vezetői is.

Az interjúalanyok lehetőleg az ország különböző területeiről kerüljenek kiválasztásra.

Hátrányos helyzetű településről érkező interjúalany is legyen a kiválasztottak között.

Környezettudatos és kevésbé környezettudatos települések / intézmények polgármesterei / vezetői egyaránt legyenek a kiválasztott interjúalanyok között.

Kutatási kérdések

Kérdések az összes interjúalanyhoz

- Az intézmények hozzáállása a környezet- és energiatudatossághoz
 - Mi a szerepe és célja a környezet- és energiatudatosságnak az önkormányzatok és intézmények életében? Kell, hogy egy önkormányzat / intézmény ezzel foglalkozzon? Ha igen, akkor miért?
 - Mennyire hangsúlyos terület a környezet- és energiatudatosság jelenleg a települések / intézmények életében? Van-e ilyen jellegű programja az intézménynek, önkormányzatnak? Megfelelő ez így, vagy változtatni kellene rajta?
 - Mi motiválhat egy környezet- és energiatudatos polgármestert / intézményvezetőt?

- Mik lehetnek a legfőbb gátló tényezők a kevésbé környezet- és energiatudatos polgármesterek / intézményvezetők esetében?
- Mi az oka annak, hogy meglehetősen nagyok a különbségek az egyes önkormányzatok / intézmények között klíma- és energiatudatosság terén. Mik a siker kulcstényezői?
- Hogyan lehetne azt elérni, hogy a magyarországi önkormányzatok / intézmények még inkább környezet- és energiatudatosak legyenek?
- Fogékonynak érzi-e a lakosságot a környezet- és energiatudatosságot fejlesztő programokban való részvétel terén? Mi motiválhatná őket a részvételre?
- A környezet- és energiatudatosságért felelős személyek / szervezeti egységek
 - Az intézményrendszeren / szervezeten belül ki felelős az energiagazdálkodásért? Milyen tevékenységeket foglal magában az energiagazdálkodás? Mik az előnyei és hátrányai a jelenlegi rendszernek? Hogyan lehetne növelni ennek a tevékenységnek az eredményességét?
 - Az intézményrendszeren / szervezeten belül ki felelős a környezet- és energiatudatosság fejlesztéséért? Milyen tevékenységeket végez? Mik az előnyei és hátrányai a jelenlegi rendszernek? Hogyan lehetne növelni ennek a tevékenységnek a súlyát?
- A mindennapi gyakorlatra vonatkozó kérdések
 - Elvárás a munkavállalók felé az energia- és környezettudatosság? Mi ennek az oka?
 - Milyen intézkedések révén érik ezt el? Szabályzatokban is rögzítik ezeket?
 - Hogyan lehetne ezt továbbfejleszteni? Mire lenne szükség ehhez? Milyen csatornákat lehetne kihasználni a hatékony elérésre?
 - Felhívják a munkavállalókon kívüli érintettek (pl. hivataloknál az ügyfelek, iskolák esetén a tanulók és szülők, kórházak esetén a betegek és látogatók, stb.) figyelmét is a környezet- és energiatudatosság fontosságára, illetve az önkormányzat / intézmény által alkalmazott jó gyakorlatokra?
 - Ha igen, akkor hogyan? Ha nem, akkor miért nem? Hogyan lehetne ezt továbbfejleszteni?
 - Szempont a termékek / szolgáltatások beszerzése során az energiahatékonyság? (pl. irodai berendezések, technológiai berendezések, stb.)

Milyen súllyal kerül figyelembe vételre? Szabályzatokban is rögzítésre kerültek ilyen jellegű kritériumok?

- Beruházásokra vonatkozó kérdések
 - Mi a véleményük az energiahatékonysági, megújulóenergia-hasznosítási beruházásokról, az intelligens villamosenergia-rendszerekről, valamint az azokhoz kapcsolódó lehetőségekről?
 - Vizsgálják-e folyamatosan az energiahatékonysági és megújulóenergia-hasznosítási beruházások megvalósításának lehetőségét? Ki felelős ezekért a tevékenységekért? (energiamenedzsment, energiaauditok, megvalósíthatósági tanulmányok, pályázatfigyelés, stb.)
 - Tisztában vannak-e az uniós finanszírozási lehetőségekkel?
 - Honnan kaphat szakmai segítséget a témában? Milyen információforrások állnak rendelkezésre?
 - Kik döntenek az energiahatékonysági és megújuló energia hasznosítási beruházások megvalósításáról? Mik a legfontosabb szempontok a döntés meghozatala során?
 - Mik a legfontosabb gátló tényezők abban, hogy több energiahatékonysági és megújuló energiahasznosítási beruházás valósuljon meg? Hogyan lehetne ezt elősegíteni?

Kérdések kizárólag polgármesterekkel készített interjúk esetén

- Próbálja-e jelenleg a városvezetés környezet- és energiatudatosságra nevelni / ösztönözni a helyi társadalmat?
 - Ha igen, akkor kiket, hogyan és milyen forrásból? A helyi közigazgatási struktúrában ki felelős ezekért a feladatokért?
 - Ha nem, akkor miért nem?
 - Hogyan lehetne ezt továbbfejleszteni? Mire lenne szükség ehhez?

Kutatási módszertan

Mélyinterjúk.

2 db budapesti mélyinterjú.

4 db vidéki mélyinterjú.

Költségbecslés

A kutatás becsült teljes költsége 1 756 000 Ft + ÁFA

Ami magában foglalja:

- a vezérfonalak elkészítését,
- az interjúalanyok kijelölését és meghívását,
- az interjúk lebonyolítását,
- az eredmények feldolgozását,
- valamint a javaslatokat tartalmazó tanulmány megírását.

Civil szervezetek

A kutatási célsokaság meghatározása

Energiahatékonysággal és környezetvédelemmel foglalkozó civil szervezetek vezetői.

Kutatási kérdések

- Milyen szemléletformáló programjaik / kampányaik voltak korábban és futnak jelenleg? Ezek milyen témákat ölelnek fel?
- Dolgoznak-e együtt a helyi intézményekkel egy-egy program kapcsán? Látják-e ennek lehetőségét és hasznosságát?
- Tapasztalataik szerint melyek a leghatékonyabb szemléletformáló technikák?
- Hogy ítélik meg, mennyire fogékonyak az egyes célcsoportok a környezet- és energiatudatossággal kapcsolatos üzenetekre?
- Milyen motívumokra, milyen üzenetekre a legfogékonyabbak az egyes célcsoportok?
- Milyen kommunikációs csatornákon keresztül lehet a leghatékonyabban elérni az egyes célcsoportokat?
- Milyen információ forrásokból merítenek?
- Hogyan teremtik meg a programjaikhoz szükséges forrásokat? Milyen nehézségekkel állnak szemben?
- Mire lenne szükségük a hatékonyabb működéshez?

Kutatási módszertan

Mélyinterjúk.

2 db mélyinterjú budapesti székhelyű civil szervezetek vezetőivel.

1 db mélyinterjú vidéki székhelyű civil szervezet vezetőjével.

Költségbecslés

A kutatás becsült teljes költsége 1 426 000 Ft + ÁFA

Ami magában foglalja:

- a vezérfonalak elkészítését,
- az interjúalanyok kijelölését és meghívását,
- az interjúk lebonyolítását,
- az eredmények feldolgozását,
- valamint a javaslatokat tartalmazó tanulmány megírását.

Médiatulajdonosok

A kutatási célsokaság meghatározása

Médiavállalatok vezetői.

Kutatási kérdések

- Véleményük szerint a célközönségük mennyire igényli jelenleg a környezet- és energiatudatossággal kapcsolatos tartalmú elemeket a közölt tartalomban? Véleményük szerint ez hogyan fog változni a jövőben?
- Amikor a célközönség igényét felmérő piackutatást végeznek, abban szerepelnek-e a környezet- és energiatudatossággal kapcsolatos témák népszerűségét mérő elemek?
- A szervezeten belül hol és hogyan születik a döntés arról, hogy milyen legyen a sugárzott / közölt tartalom összetétele?
- Hogyan lehetne elérni, hogy több környezet- és energiatudatossággal kapcsolatos elem kerüljön a kereskedelmi média által sugárzott / közölt tartalomba? Milyen szempontok figyelembe vételével születik a döntés?
- A közölt műsorok tartalmától függetlenül, hogyan jelenhetnének meg klíma- és környezettudatosságot szimbolizáló motívumok a műsorokban? (például egy szélerőmű lábánál készített élő műsor, koncert stb. függetlenül attól, hogy a műsor tartalma önmagában véve nem a környezet- és energiatudatosságról szól) Mire lenne szükség ennek megvalósításához?

Kutatási módszertan

3 db. budapesti mélyinterjú.

Költségbecslés

A kutatás becsült teljes költsége 1 416 000 Ft + ÁFA

Ami magában foglalja:

- a vezérfonalak elkészítését,
- az interjúalanyok kijelölését és meghívását,
- az interjúk lebonyolítását,
- az eredmények feldolgozását,
- valamint a javaslatokat tartalmazó tanulmány megírását.

A kutatás finanszírozására igénybe vehető források bemutatása

A kampány jellegű intézkedések várhatóan a 2014-2020 között rendelkezésre álló Európai Unió forrásokból lesznek finanszírozva. A megalapozó kutatás célja, hogy a kampány jellegű intézkedések hatékony végrehajtását megalapozza, ami végső soron az operatív programok keretében rendelkezésre álló Európai Unió források felhasználásának hatékonyságát is növeli. A megalapozó kutatás céljából adódóan, a kutatás finanszírozására a KEOP 2007-2013 Technical Assistance (KEOP TA) kerete tűnik a legalkalmasabbnak. Ennek célja ugyanis kifejezetten az, hogy olyan projekteket támogasson, melyek célja a 2014-2020-as operatív programok megvalósítási hatékonyságának növelése.

A KEOP TA források odaítéléséről formálisan a KEOP Irányító Hatóság (KEOP IH) dönt. A KEOP IH, a Nemzeti Fejlesztési Ügynökség 2014. eleji megszüntetése óta, a Nemzeti Fejlesztési Minisztérium része. Ebből adódóan tulajdonképpen házon belül van lehetőség az EU-s forrásszerzés intézésére.

A hivatalos ügymenet szerint ahhoz, hogy a szaktárca KEOP TA forráshoz juthasson, a KEOP IH-nak tervezési felhívást kell kiírnia. Erre a felhívásra a szaktárca kitölt és bead egy előre meghatározott formátumú adatlapot. Az adatlap tulajdonképpen a megvalósítani szándékozott tervezési projektek leírását kell, hogy tartalmazza (a projekt célja, tevékenységek, költségvetés, stb.). Érdemes egy eljárással egy nagyobb összeget lehívnia a szaktárcának (a bevett gyakorlat szerint minimum 100 Mft-ot hívnak le egy eljárással). Ehhez több témakörből származó projektcsomagot szükséges összeállítani. A forrás odaítéléséről formálisan a KEOP IH dönt, azonban a Miniszterelnökség ellenjegyzése is szükséges.

Amennyiben a keretösszeg odaítélésre kerül a szaktárca részére, akkor a szaktárca a forrással szabadon gazdálkodhat (természetesen kizárólag az adatlapon megjelölt célokra költetheti). A szaktárca feladata az alvállalkozók kiválasztása, a közbeszerzések lebonyolítása.

A tervezési keretösszeg odaítélése körülbelül 1,5 – 2 hónap alatt megtörténhet. A keretösszeget legkésőbb 2015 végéig fel kell használni. Ahhoz, hogy ez gond nélkül megtörténhessen, legkésőbb 2014 őszén le kellene bonyolítani a beszerzéseket. Ez pedig azt jelenti, hogy néhány héten belül célszerű lenne beadni a KEOP IH-nak az adatlapot.

Egyszerűsödhet és rövidülhet az eljárás, amennyiben az államtitkárságnak van korábban igényelt és jelenleg még a projekt megvalósításához elegendő szabad forrással rendelkező tervezési kerete. Ebben az esetben a keretből az államtitkárság megfinanszírozhatja a megalapozó kutatás elvégzését.