

SOUHRNNÁ ZPRÁVA ZE SOCIODEMOGRAFICKÉHO VÝZKUMU

Dílčí část hlavního výstupu TK02010048-V1



Energeticky aktivní spotřebitelé

Příležitost pro využití lokálních zdrojů energie



Projekt TK02010048 „Energeticky aktivní spotřebitelé – příležitost pro využití lokálních zdrojů energie“ je spolufinancován se státní podporou Technologické agentury ČR v rámci Programu THÉTA.

Obsah

Obsah	2
Úvod	4
1. Přesvědčení veřejnosti o OZE ve spojitosti s klimatem	7
1.1 Jak veřejnost vnímá změnu klimatu? A kdo ji má řešit?	7
1.2 Jak vnímá podíl klasické energetiky na změně klimatu?	9
1.3 Srovnání postojů české veřejnosti a vybraných států EU	10
2. Jak nejlépe o OZE mluvit?	12
2.1 Jaké pojmenování energie z obnovitelných zdrojů působí na lidi nejlépe?	12
2.2 Jak na lidi působí jednotlivé typy elektráren?	13
2.3 Co si s energií z obnovitelných zdrojů spojují?	14
2.4 Jakým veřejným narativům o OZE lidé věří?	17
2.4.1 Sdílené funkční přesvědčení o OZE	18
2.4.2 Soběstačnost a decentralizace díky OZE	19
2.4.3 Skepse k OZE	19
3. Jaké jsou současné potřeby lidí od dodavatele energie?	22
3.1 Potřeby lidí od dodavatele energie	22
3.2 Faktory volby dodavatele energie	24
4. Zájem o přechod na energeticky aktivní spotřebitele	28
Přehled zájmu podle typu vlastnictví	29
4.1 Jak na lidi působí obecní řešení OZE?	30
4.1.1 V jaké podobě by chtěli obecní řešení?	31
4.1.2 Kde mají být obecní OZE podle lidí umístěny?	32
4.1.3 Jak má být obecní řešení financováno?	34
4.1.4 Detail: Kdo má zájem se zapojit do obecního řešení?	36
4.2 Jak na lidi působí vlastní zdroj OZE?	38
4.2.1 Jakou roli hrají v pořízení vlastního zdroje finance?	39
4.2.2 Detail: Kdo má zájem si pořídit vlastní zdroj OZE?	40
4.3 Jak na lidi působí společný zdroj se sousedy?	42
4.3.1 Jakou roli hrají v řešení se sousedy finance?	43
4.3.2 Detail: Kdo má zájem si pořídit řešení OZE se sousedy?	44
5. Solární panely	47
5.1 Jaké jsou bariéry solárních panelů?	47

5.2 Jaké argumenty pro solární panely fungují?	47
Závěr a klíčová doporučení pro komunikaci OZE	51
Metodologie	54
Seznam použitých zdrojů	55
Přílohy	57

Úvod

V této zprávě pracujeme primárně s unikátními daty sebranými a zpracovanými výzkumnou agenturou Behaviolabs na reprezentativním vzorku české online populace (vzorek byl kvótně reprezentativní z hlediska pohlaví, věku, vzdělání, kraje, velikosti obce, výše příjmu, ekonomické aktivity a volebního chování). Dotazování probíhalo online metodou CAWI ve třech vlnách na profesionálně ověřeném panelu respondentů.¹ Dotazníky jsme spolunavrhovali a konzultovali na základě rešerše současných výzkumů na téma OZE - s ohledem na současně dostupná data zjištění i slepá místa. V dalších fázích výzkumu jsme se postupně opírali o samotné průběžné výsledky, abychom naše nová zjištění prohloubili a upřesnili ke komplexnímu zhodnocení. K němu jsme naše unikátní data podrobili hlubším analýzám a hypotézám v kontextu celého vlastního výzkumu i rešerše a syntetizovali do závěrů.

V jádru našeho socio-demografického výzkumu stojí veřejnosti k možnostem využití příležitosti přechodu na energeticky aktivní spotřebitele jsou tři oblasti: 1) postoje veřejnosti k obnovitelným zdrojům energie (OZE), 2) potřeby spotřebitele vůči dodavateli energie a 3) hybatele k aktivizaci přechodu k OZE. K nalezení možností aktivizaci veřejnosti přistupujeme skrz zmapování motivací a bariér spojených s OZE a na základě jejich analýzy následně navrhujeme a testujeme způsoby komunikace, které mají největší potenciál.

Výzkumy veřejného mínění zpravidla řeší deklarativními vyjádřeními důležitost ochrany klimatu, ale my se snažíme dostat k reálnému rozhodování lidí. V našem výzkumu nás zajímá, jak postoje jedinců proměnit v jejich činy; jak podnítit a podpořit reálnou ochotu lidí něco pro ochranu klimatu dělat. Hledáme, jaké potřeby může OZE naplnit a jak o nich nejlépe mluvit, aby se lidé dostali z čistě pasivního vyjádření zájmu k činům: z pasivních na aktivní spotřebitele energie.

V našem socio-demografickém výzkumu na reprezentativním vzorku online populace ČR se zaměřujeme na nastavení a vyladění optimálních komunikačních konceptů na míru cílových skupin tak, abychom je přiměli jednat a abychom jim proces rozhodování i jednání co nejvíce usnadnili. Tato naše komplexní analýza potenciálu přechodu na energeticky aktivní spotřebitele (tzv. prosumers) se tedy zakládá na zjištěních současného stavu postojů veřejnosti k obnovitelným zdrojům: na mapování bariér, očekávání a motivátorů při zvažování vstupu na energetický trh; a na potřebách od dodavatele energie obecně. Postupným prohlubováním zjištění o funkčních komunikačních rámcích a motivátorech směřujeme k doporučení o

¹ Blíže se metodologii a specifikaci výzkumu věnujeme v kapitole Metodologie.

optimálních komunikačních nastavených na míru jednotlivým zásadním segmentům tak, abychom je přiměli jednat.

K ponoření se do tématu nejprve v první kapitole nahlédneme na přesvědčení české veřejnosti o OZE ve spojitosti s klimatem a energetikou. Odrazíme se od vnímání globální změny klimatu, roli energetiky a podporovaných opatření. Osvětlíme si, za jak závažné téma vůbec klimatickou změnu Češi považují a jaké konkrétně jsou jejich postoje k problematice odpovědnosti za její řešení a jakou míru iniciativy jsou ochotni přebírat a přebírají oni sami. Zvlášť se podíváme na jejich postoje ke klasické a alternativní energetické cestě.

Ve druhé kapitole se blíže zaměříme na to, jak o OZE mluvit. Začneme u vnímání různých pojmenování energie z obnovitelných zdrojů a vnímání různých typů elektráren: tím zjistíme preferované zdroje energie. Na toto navážeme měřením asociací spojených s OZE a jejich funkční analýzou hlavních pilířů pro komunikační rámce - určíme, které asociace OZE prospívají a které jim naopak škodí. Tím identifikujeme které z asociací používat a kterým se raději vyhnout nebo je vyvrátit. Na takto vyplynulé motivace a bariéry z asociací navážeme motivacemi a bariérami z veřejných narativů o OZE: skrze to, kterým lidé věří a kterým ne vykrystalizujeme opět ty, o které se lze dál opřít a ty, které je třeba vyvrátit nebo nezmiňovat.

Ve třetí kapitole se podíváme na současné požadavky od dodavatelů energie. Tyto požadavky totiž bude nezbytné uspokojit i nadále při přechodu na energeticky aktivní spotřebitele. Nejprve změříme, jaké potřeby jsou pro lidi klíčové při pořizování elektrické energie na energetickém trhu obecně: takže budeme vědět, které potřeby musí splňovat i úspěšné řešení OZE. V další části se budeme zabývat ochotou lidí dodavatele změnit, resp. energeticky se osamostatnit: ověříme si to na tom, jak respondenti při výběru dodavatele postupují a jaké jsou hlavní motivátory k jeho volbě.

Ve čtvrté kapitole si posvítime na zájem o přechod na energeticky aktivní spotřebitele. Nejprve se budeme zabývat potenciály zájmu o řešení podle typu vlastnictví OZE - vyhodnotíme zájem o obecní, vlastní a komunitní řešení a to, jak na veřejnost působí. Detailněji se podíváme na lidi, kteří mají největší potenciál k přechodu na aktivní spotřebitele v těchto třech typech řešení. Potom si budeme blíže specifikovat, jak mají jednotlivá řešení vypadat - jaké jsou podmínky, za jakých lidí k řešení přikročí. U obecního řešení budeme podrobněji zkoumat, jak by mělo vypadat: jaká jsou nejvhodnější umístění obecních solárních a větrných elektráren; a jestli by veřejnost byla raději, kdyby obecní řešení bylo skutečně v rukou obce a oni by měli možnost aktivně se zapojit skrze možnost koupit si podíl; nebo kdyby OZE vlastnila externí firma a obci vyplácela roční příspěvky do jejího rozpočtu. Pak se blíže podíváme na to, jaké finanční rámce hrají roli při pořizování FVE na vlastní střeche a do energetické komunity se sousedy.

V poslední kapitole o solárních panelech si představíme bariéry vůči nim a otestujeme si jejich možná překonání vyvrácením. Validujeme tím to, že vnímání OZE lze jednoduchou edukací zlepšit.

Závěrem si shrneme klíčová zjištění postojů české veřejnosti k OZE a doporučení pro optimální komunikaci o OZE s českou veřejností k možnostem využití příležitosti přechodu na energeticky aktivní spotřebitele nebo energetickou komunitu.

1. Přesvědčení veřejnosti o OZE ve spojitosti s klimatem

Postoje veřejnosti k obnovitelným zdrojům energie jsou součástí větší problematiky - postojů ke klimatické změně, míře vlivu člověka na ni a k boji proti ní (nebo k jejímu utlumování). Nejdříve nás proto zajímá, jestli česká veřejnost považuje klimatickou změnu za závažný problém současnosti a jestli v tomto problému vidí zásadní roli současného stavu energetiky. Následně zjistíme, kdo by podle ní měl převzít zodpovědnost za řešení problému, jak by řešení mělo vypadat a jak ochotni jsou jedinci sami se na řešení aktivně podílet.

1.1 Jak veřejnost vnímá změnu klimatu? A kdo ji má řešit?

Ze speciálních výzkumů Eurobarometru z posledních let vyplývá, že veřejnost považuje klimatickou změnu za velmi závažný problém současnosti. A toto přesvědčení během posledních let sílí. Podle speciálního výzkumu Eurobarometr (2019) si to myslí 79 % Evropanů, přičemž v předchozí vlně měření o dva roky dříve to bylo 74 % (Eurobarometr, 2017). Česká veřejnost je o něco málo skeptičtější než celoevropská, ale za velmi vážný problém klimatickou změnu označuje 71 % (Eurobarometr, 2019), zatímco o dva roky dříve to bylo 58 % (Eurobarometr, 2017). Takže u Čechů můžeme sledovat dokonce ještě větší posun ve vnímání závažnosti otázky klimatu, než jaký je posun u občanů EU.

Z posledních dostupných dat ESS (2018 a) vyplývá, že si 89 % Čechů myslí, že se klima pravděpodobně nebo určitě mění. 90 % Čechů je přesvědčeno, že je klimatická změna alespoň zčásti zapříčiněna lidskou aktivitou. Ovšem oproti tomu si jen 68 % Čechů myslí, že dopady klimatické změny budou špatné (ESS, 2018 a). Veřejné mínění se ale i v tomto ohledu mění a podle novějšího výzkumu STEM (2020) považuje klimatickou změnu a její důsledky za závažnější - 84 % české společnosti souhlasí, že člověkem způsobené klimatické změny zásadně ohrožují naši budoucnost.

Zároveň podotkněme, že orientace české veřejnosti v problematice klimatické změny a jejích aspektech má svá omezení. S termínem uhlíková neutralita se vůbec nesetkala polovina populace. A dokonce ani třetina těch, kteří říkají, že se jinak o klimatickou změnu velmi zajímají. Čeho se uhlíková neutralita přesně týká, ví 5 % Čechů. Pokud se ale veřejnosti uhlíková neutralita zjednodušeně představí (jako vyprodukování jen tolika skleníkových plynů, kolik jich jsme schopni neutralizovat), většina (79 %) souhlasí s tím, že by se jí ČR měla snažit dosáhnout co nejdříve - 28 % Čechů je dokonce přesvědčenější jádro, které s takovým cílem zcela souhlasí (STEM, 2020).

Už v roce 2017 66 % české veřejnosti podporovalo, aby český stát aktivně řešil změny klimatu. Podle 61 % Čechů to měly být právě vlády států, kdo má být zodpovědný za řešení změny klimatu. A rozvoj výzkumu a vývoje OZE byl s 60 % druhým nejpodporovanějším vládním opatřením, na pátém místě bylo zavedení grantové podpory úsporám energie a OZE (pro bylo 52 % veřejnosti). (Eurobarometr, 2017). Tři čtvrtiny (74 %) Čechů si myslí, že by na přechod k čisté energetice mělo být vyhrazeno více financí. To samé si myslí 84 % Evropanů (Eurobarometer, 2019). Že by stát měl finančně zvýhodňovat využívání OZE potvrzuje i další rozsáhlá česká studie Krajhanzla a kol. (2018): rozhodně a spíše souhlasí 68 % Čechů. Češi jsou tedy pro, aby stát finančně podporoval OZE a to jak jejich vývoj, tak jejich využívání.

Že Češi raději nechávají odpovědnost na vládních než individuálních opatřeních (viz Eurobarometr, 2019) potvrzuje i fakt, že při řešení klimatické změny více věří v účinnost institucionální (39 %), než kolektivní akce (19 %) (ESS, 2018 b). Převzít zodpovědnost by za řešení klimatické změny měly vlády států podle 56 % Čechů, podle 54 % by to měl být byznys a 19 % si myslí, že by měli zodpovědnost převzít oni osobně. Zatímco v ostatních postojích o zodpovědnosti za řešení se ČR podstatně neliší od průměru EU, v osobní angažovanosti je česká veřejnost zdrženlivější, protože ochotných převzít zodpovědnost osobně je 36 % Evropanů, ale 19 % Čechů. Kopíruje to i deklarace jejich chování: necelá polovina (45 %) Čechů říká, že se za poslední půlrok sama zapojila do boje proti klimatické změně; 52 % říká, že se nezapojili. V EU je přitom tento poměr obrácený: 60 % se zapojilo, 37 % ne (Eurobarometr, 2019).

V péči o životní prostředí obecně český stát podle veřejnosti pokulhává: 45 % veřejnosti si myslí, že se ČR o životní prostředí stará nedostatečně, polovina (přesně 48 %) si myslí, že se stát stará přiměřeně (CVVM, 2019 a). Nejhuře přitom lidé hodnotí konkrétně činnost vlády (56 % ji vnímá negativně, 29 % pozitivně).

Polovina veřejnosti vidí mezery v nedostatečném využívání OZE. Současnou situaci využívání obnovitelných zdrojů energie hodnotí 52 % veřejnosti jako špatnou a 31 % jako dobrou. Došlo zejména ke skoku oproti poměrně stabilnímu hodnocení v posledních pěti letech. Oproti předchozímu roku 2018 vidí lidé využívání OZE jako nedostatečnější - situaci hodnotilo tehdy špatně 47 % a dobře 37 % lidí (CVVM, 2019 a). Tento trend potvrzuje i jiný rozsáhlý výzkum Krajhanzla a kol. (2018), podle kterého si dokonce 75 % populace myslí, že jsou OZE využívány nedostatečně.

Za posledních pět let se navíc názory české veřejnosti na míru ochrany životního prostředí i na ekologičnost chování občanů, institucí a vlastní domácnosti naklonily více k negativnímu hodnocení (CVVM, 2019 a). To může poukazovat na vážnější vnímání situace, které vyplývá ze speciálních výzkumů Eurobarometru (2017, 2019). Nejlépe je naopak hodnoceno chování občanů - úspornost spotřeby surovin a energií občany, chování občanů k životnímu prostředí a využívání obnovitelných zdrojů. Lidé mají pocit, že dělají dostatek.

1.2 Jak vnímá podíl klasické energetiky na změně klimatu?

Z dalších výzkumů také vyplývá, že si česká veřejnost spojuje znečišťování ovzduší s uhelnými elektrárnami a že by místo nich do budoucnosti preferovala OZE. Znečišťování ovzduší, na kterém se prokazatelně značnou měrou podílí uhelné elektrárny, považuje česká veřejnost za třetí nejzávažnější globální problém po hromadění odpadů a znečišťování a nedostatku pitné vody. Jako závažný problém vidí znečišťování ovzduší 90 % lidí (50 % ho dokonce vidí jako velmi závažný); hromadění odpadů je závažný problém podle 92 % lidí a znečišťování a nedostatek pitné vody 91 % lidí (CVVM, 2018).

V souvislosti se zájmem o stav ovzduší, vody a krajiny nejdříve doplníme, že zajímá více Čechů než abstraktněji uchopitelná změna klimatu samotná (78 % a 62 %, STEM, 2020), takže se právě zaměření pozornosti na lokální problémy a jejich řešení jeví jako správný směr v diskurzu o klimatu. Současně začíná vážným tématem pro českou veřejnost být sucho a nedostatek vody v krajině. To podporuje i zjištění, že 87 % Čechů souhlasí, že *snížování emisí je nezbytné k ochraně naší krajiny před suchem, smogem a usycháním lesů* (STEM, 2020).

Vraťme se nyní zpátky k energetické otázce a OZE jako jejímu možnému řešení místo uhlených elektráren. Že veřejnost vnímá uhelné elektrárny jako problematické a OZE jako preferované východisko, ukazují i výsledky výzkumu agentury Median z prosince 2019 (Median, 2019). Podle něj česká veřejnost podporuje ukončování těžby uhlí a provozu uhelných elektráren. Většina (71 %) si přeje, aby došlo k ukončení provozu všech uhelných elektráren. Pětina by si to přála už do roku 2030 (a 10 % do roku 2040, 6 % do roku 2050); 35 % Čechů by časový limit nestanovovalo. Podle 59 % lidí by se uhlí mělo těžit i nadále, ale v mezích tzv. těžebních limitů. Podle 18 % lidí by těžba uhlí měla skončit co nejdříve (CVVM, 2018). Přímo proti prolomení limitů je 45 % Čechů (Krajhanzl a kol., 2018).

Co se týče dalšího směřování v oblasti energetiky, 43 % lidí preferuje, aby do budoucna ČR získávala energii především z OZE. 33 % preferuje jadernou energii a jen 10 % lidí by zůstalo u současného modelu uhelných a jaderných elektráren s obnovitelnými zdroji jako doplňkem (CVVM, 2018). Zároveň je pravda, že Češi jsou v evropském měřítku po Islandanech nejméně znepokojení v otázce závislosti na fosilních palivech: extrémně a velmi znepokojených je 23 %, dalších 31 % je trochu znepokojených. Evropský průměr je přitom 32 % více znepokojených a 40 % méně znepokojených (ESS, 2018 b).

Také si Češi nejsou jistí, že dokáže energie z obnovitelných zdrojů nahradit energii z klasických zdrojů: 45 % rozhodně nebo spíše nesouhlasí, 45 % rozhodně nebo spíše souhlasí (Krajhanzl a kol., 2018).

Tato obecná část nám slouží k určení východisek, které se následně promítly do designu zjišťování, zda Češi budou preferovat vlastní využití OZE a za jakých podmínek by se do vlastních projektů OZE pustili.

Výše zmíněné výzkumy nám poukazují na deklarativní vyjádření důležitosti ochrany klimatu. Vidíme, že většina Čechů považuje klimatickou změnu za závažný problém, který je potřeba řešit, zároveň ale vidíme, že nejsou už tolik ochotní to podpořit i reálně svým chováním. V našem vlastním výzkumu nás ale zajímá reálná ochota lidí něco pro ochranu klimatu dělat. Hledáme, jaké potřeby může OZE naplnit, a jak o nich nejlépe mluvit, aby se lidé dostali z čistě pasivního vyjádření zájmu k činům - něco pro změnu udělali.

1.3 Srovnání postojů české veřejnosti a vybraných států EU

V porovnání s Německem (DE), Rakouskem (AT), Polskem (PL), Nizozemím (NL) a celkově EU je Česká republika (CZ) stále lehce méně znepokojená klimatickou změnou, ale tento rozdíl se v posledních letech zmenšuje. A v případě celkově zneklidněných závislostí na fosilních palivech bylo v ČR sice méně, než ve srovnávaných zemích, ale zato velmi znepokojených bylo touto situací více než v Rakousku nebo Polsku (ESS, 2018 b). Nicméně z nejnovějších dat Eurobarometru (2019) je vidět, že v pokládání klimatické změny za závažný problém česká veřejnost dohnala veřejnost z Rakouska, Polska a téměř i Nizozemí. Německo bere situaci klimatické změny vážněji.

	CZ	DE	AT	PL	NL	EU
Znepokojenost závislostí na fosilních palivech* (velmi + spíše znepokojení)	23 % + 31 %	38 % + 41 %	15 % + 40 %	18 % + 44 %	31 % + 43 %	32 % + 40 %
Znepokojenost klimatickou změnou* (velmi + spíše znepokojení)	23 % + 34 %	44 % + 42 %	31 % + 41 %	15 % + 51 %	23 % + 53 %	24 % + 52 %
Klimatická změna je velmi závažný problém**	71 %	81 %	71 %	70 %	74 %	79 %

Zdroj dat:* ESS, 2018 b;

**Eurobarometr, 2019

Česká veřejnost věří v to, že klimatickou změnu by měla řešit spíše institucionální akce než kolektivní akce jedinců. O institucionální akci je přesvědčenější než Rakousko, Polsko, Německo nebo průměr EU (ESS, 2018 b).

Pomocí čeho by měla být řešena klimatická krize?

	CZ	DE	AT	PL	NL	EU
<i>Kolektivní akce</i>	19 %	17 %	26 %	23 %	29 %	24 %
<i>Institucionální akce</i>	39 %	20 %	27 %	36 %	43 %	31 %

Zdroj dat: ESS, 2018 b

Toto přesvědčení o vhodnosti institucionální akce se potvrdilo i v nejnovějších datech Eurobarometru (2019), ze kterých vyplývá, že za řešení klimatické krize by měla převzít zodpovědnost hlavně vláda, obchod a průmysl a až potom občané sami. Podobně opatrní z hlediska vlastní akce jsou i v Polsku, kde ale zároveň přenáší i menší zodpovědnost na obchod a průmysl.

Kdo má podle respondentů převzít zodpovědnost za řešení klimatické krize?

	CZ	DE	AT	PL	NL	EU
<i>vláda</i>	56 %	51 %	41 %	50 %	71 %	55 %
<i>obchod a průmysl</i>	54 %	62 %	48 %	32 %	68 %	51 %
<i>oni sami</i>	19 %	48 %	33 %	17 %	60 %	36 %

Zdroj dat: Eurobarometr, 2019

2. Jak nejlépe o OZE mluvit?

Při současném obrazu OZE u veřejnosti si uvědomujeme také důležitost způsobu komunikace o nich. Proto se nyní budeme soustředit na to, jak s veřejností nejlépe mluvit o OZE - tak, aby se zlepšilo její vnímání OZE a tím i ochota lidí si OZE pořídit a tím se stát aktivními spotřebiteli. Prvním krokem při řešení otázky OZE musí být zmapování současných postojů lidí. Jak bylo zmíněno výše, naším cílem je dostat se za racionalizované deklarace postojů. Z tohoto pohledu proto téma rozdělujeme do několika částí:

1. Pojmenování OZE a konotace, které si tato pojmenování v mysli lidí nesou. Cílem je snaha zjistit, jestli nějaké synonymní pojmenování energie z obnovitelných zdrojů není vnímáno negativně.
2. Asociace, které si lidé s OZE spojují. Které OZE pomáhají a které naopak ubližují? Co způsobuje pozitivní pohled na OZE? Zlepšuje jejich image efektivita? A kazí ji něco? Tyto aspekty jsou důležité pro formulaci doporučení, jak o OZE s veřejností komunikovat.
3. Narativy spojené s OZE. OZE jako téma fungují ve veřejném prostoru, hlavně prostřednictvím sdělovacích prostředků a šíří se o nich různé nepravdy i polopravdy. Čemu lidé věří? Co si myslí, že o OZE ví? Opět jde o důležitý prvek pro pochopení toho, jak o OZE mluvit - na jakých již silných narativech lze stavět a jaké je naopak potřeba překonat.

2.1 Jaké pojmenování energie z obnovitelných zdrojů působí na lidi nejlépe?

Nejprve jsme prostřednictvím získaných dat ověřovali, jakou variantu pojmenování OZE zvolit do dalších částí výzkumu. Pokud by byla nějaká varianta spojena s negativnější emocí a více negativními konotacemi, je třeba se jí v další komunikaci vyhýbat a nahradit jí variantou, která je spojená s lepšími emocemi i asociacemi. Proto jsme měřili, jakou emoci v lidech jednotlivá pojmenování celkově vyvolávají a proč (spontánní důvod). Pozitivní emoce je totiž jemnější ukazatel (prediktor) skutečného chování lidí na trhu (Sharp, 2010). Lidé, kteří mají ke konceptu silnou pozitivní emoci, ho v nákupní situaci pravděpodobně zvolí.

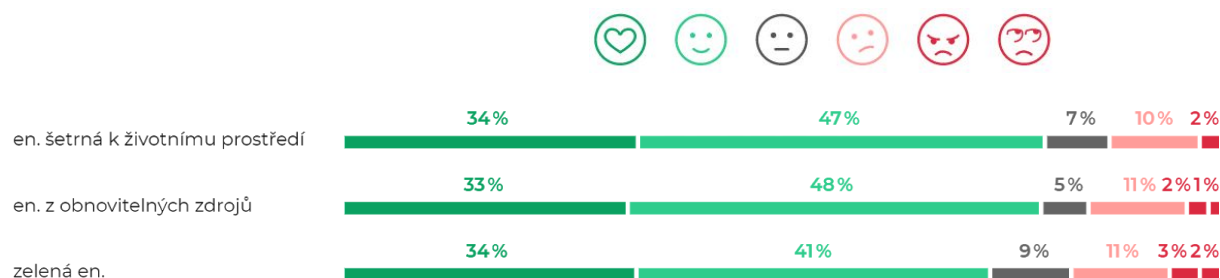
Pro porovnání dojmů z různých pojmenování OZE jsme se zeptali ve třech variantách otázky; respondenty jsme náhodně rozřadili do tří skupin a každá skupina odpovídala jen na jedinou variantu otázky:

Jaký máte pocit z energie z obnovitelných zdrojů (třeba vodní, solární nebo větrné)?

Jaký máte pocit z energie šetrné k životnímu prostředí (třeba vodní, solární nebo větrné)?

Jaký máte pocit ze zelené energie (třeba vodní, solární nebo větrné)?

Pojmenování *zelená energie* působí dobře na 75 % lidí, lépe působí ostatní dvě testované varianty. Pojmenování *energie z obnovitelných zdrojů* vyvolává pozitivní emoci u 81 % lidí. Pojmenování *energie šetrná k životnímu prostředí* vyvolává pozitivní emoci u 82 % lidí. Tato dvě pojmenování tedy vyvolávají u lidí podobnou míru pozitivních emocí, ale liší se u některých věkových skupin. Pojmenování *energie z obnovitelných zdrojů* působí lépe na lidi do 54 let (85 % z toho má dobrý pocit, z kategorie 35-44 let je to 91 %). Naopak na lidi nad 55 let lépe působí *energie šetrná k životnímu prostředí* (pozitivně ji vnímá 81 %, en. z OZE 68 %). Dobře by tedy mohla působit i kombinace “Energie z obnovitelných zdrojů šetrná k životnímu prostředí”.



Báze: Všichni

Pozn: en. = energie

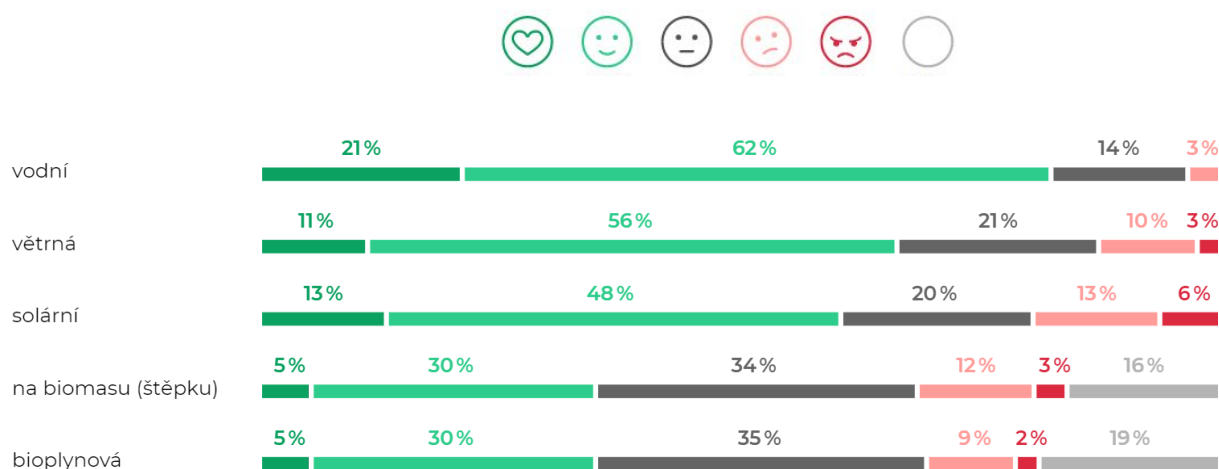
Pozn 2: Tmavě zelená značí silnou pozitivní emoci, společně se světlejší zelenou jde pak o celkovou pozitivní emoci.

2.2 Jak na lidi působí jednotlivé typy elektráren?

Oblíbenost ekologických elektráren měřil v průzkumu European Social Survey (2016), kde respondenti hodnotili, z jakých typů elektráren by se mělo v ČR získávat jaké množství elektřiny. Vyhrávaly to vodní, solární a větrné elektrárny: hodně velké nebo velké množství elektřiny by se mělo vyrábět z vodní energie podle 55 % Čechů (podle 28 % středně velké, podle 14 % malé a podle 3 % žádné množství), ze slunce nebo solární energie podle 50 % (27 % středně velké, 15 % malé, 4 % žádné množství), z větrné energie podle 47 % (27 % středně velké, 17 % malé a 5 % žádné množství) a z biomasy podle 33 % (26 % středně velké, 24 % malé a 8 % žádné množství).

I z našeho výzkumu vychází nejlépe vodní elektrárny: k nim mají respondenti nejvíce pozitivních emocí celkově (83 %), i nejvíce nejsilnějších pozitivních emocí², a jen 3 % lidí se nelíbí, ale silné negativní emoce nevyvolávají u nikoho. Druhé nejoblíbenější jsou větrné elektrárny: působí dobře na 67 %, špatně na 13 %. Solární elektrárny působí pozitivně na 61 % lidí a negativně na 19 % lidí. Nejhůře na veřejnost působí elektrárny na biomasu (štěpku) a bioplyn: silnou pozitivní emoci má ke každé z nich jen 5 %, celkově pozitivní 35 % lidí.

Dále v naměřených datech vidíme celkově větší oblíbenost větrných a solárních elektráren mezi mladší generací, než mezi starší: lépe je vnímají pozitivněji lidé do 34 let, negativněji lidé nad 45 let. Větrné elektrárny působí dobře (tzn. celková pozitivní emoce) na 68 % lidí do 34 let a 51 % lidí nad 45 let. Solární elektrárny se líbí 78 % z mladších lidí a 58 % ze starších.



Báze: Všichni

Pozn: Světle šedá znamená, že daný typ elektrárny neznají.

Tmavě zelená značí silnou pozitivní emoci, společně se světlejší zelenou jde pak o celkovou pozitivní emoci.

2.3 Co si s energií z obnovitelných zdrojů spojují?

Jedním z hlavních pilířů pro vhodnou komunikaci o OZE s veřejností bylo zjistit s jakými asociacemi si lidé OZE spojují, jestli si je příliš nespojují s negativními. Analyzovali jsme, které asociace OZE prospívají (a posilují pozitivní emoci z nich) a je tedy dobré je používat více a které asociace naopak neprospívají a je třeba se jich zbavit nebo je případně vyvracet.

Jak už jsme viděli z jiných výzkumů v první kapitole, spojuje si veřejnost OZE s řešením klimatické změny (Median, 2019; CVVM 2018), na druhou stranu má pochybnosti, jestli jsou OZE schopny energii z klasických zdrojů nahradit (Krajhanzl a

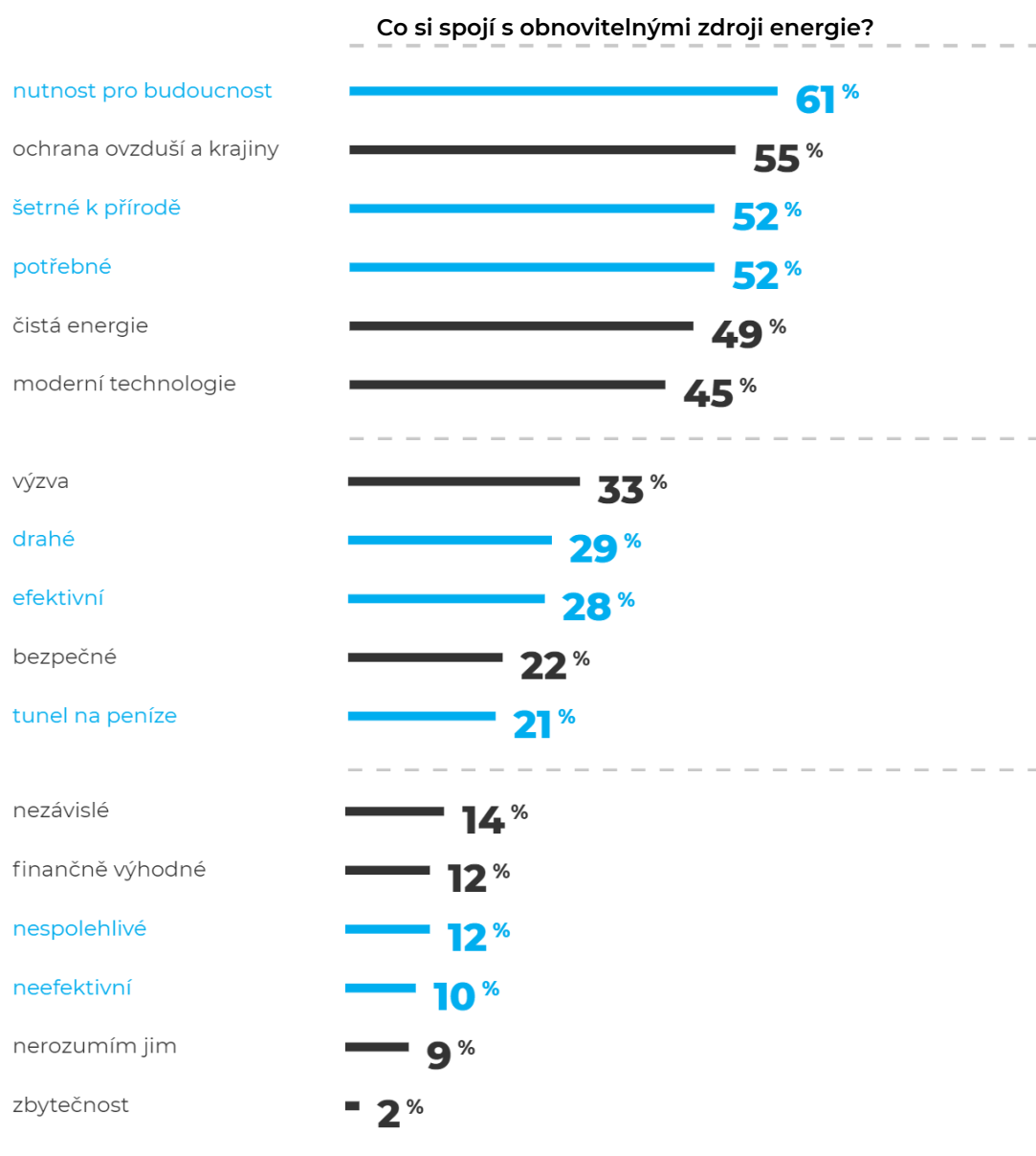
² v grafu jsou nejsilnější pozitivní emoce zobrazeny tmavě zeleně

kol., 2018).

I z našich dat vnímání nezbytnosti OZE vyplývá: pro 61 % jsou obnovitelné zdroje nutností pro budoucnost. Naopak jako zbytečnost je vidí jen 2 % lidí. Opět je vysledovatelné lepší vnímání OZE u mladších generací: pozitivněji vnímají OZE lidé do 34 let, negativněji lidé nad 45 let a zejména nad 55 let. Také platí, že čím vyšší vzdělání, tím pozitivněji OZE lidé vnímají.

S ochranou ovzduší a krajiny si je spojuje 55 % české veřejnosti. Dále si o OZE myslí, že jsou šetrné k přírodě (52 %), potřebné (52 %), zdrojem čisté energie (49 %), a že jsou to moderní technologie (45 %). Efektivní jsou podle 28 %. Naopak neefektivní jsou podle 10 % a nespolehlivé podle 12 %. Pro třetinu představují výzvu, podle 29 % jsou drahé, bezpečné podle 22 %. Jako finančně výhodné je vnímá jen 12 %.

Pětina (21 %) si je spojuje s tunelem na peníze, naopak finančně nezávislé jsou podle 14 % lidí. 9 % říká, že OZE nerozumí.

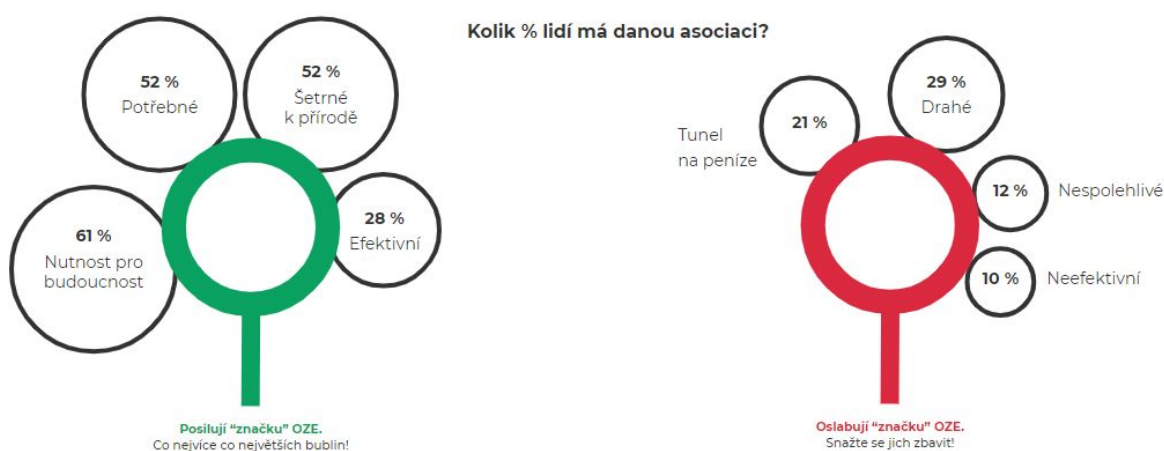


Báze: Všichni

Pozn: Modře jsou zvýrazněné drivery z následující analýzy

Na asociace s OZE jsme se podívali hlouběji v souvislosti s emocemi. Abychom rozeznali, které asociace jsou klíčovými motivátory a bariérami, zkoumali jsme naše sebraná data skrze regresní analýzu mezi emocemi k OZE a asociacemi, které si s nimi jednotliví respondenti spojují. Na základě regresních koeficientů vykrytalizoval vliv asociací na dobré nebo špatné jméno OZE.

Nejvíce OZE pomáhá spojení s nutností, potřebností a šetrností k životnímu prostředí. Asociace, které sytí pozitivní emoci z OZE a posilují tak “dobré jméno” OZE, jsou: nutnost pro budoucnost, potřebné, šetrné a efektivní. Naopak asociace, které oslabují OZE, jsou: drahé, tunel na peníze, nespolehlivé a neefektivní. Lidé, kteří mají tyto asociace, mají negativnější emoci z OZE než ostatní (ti, kteří tyto asociace s OZE nemají). Ostatní asociace nemají na emoci z OZE zásadní vliv.



Báze: Všichni

Pokud to tedy shrneme: po komunikační stránce je zapotřebí zbavit OZE nálepky “tunelu na peníze” a také pocitu, že jde o drahou záležitost. O efektivitu je ještě třeba zabojovat - vidíme ji totiž jako driver obou emocí, jak pozitivních, tak negativních. Stavět je naopak možné na apelu na budoucnost, na šetrnosti i potřebnosti OZE. Pokud posílíme tyto pozitivní asociace (zvětšíme počet lidí, kteří je mají), s vysokou pravděpodobností též zvedneme pozitivní emoci k OZE jako takovým.

2.4 Jakým veřejným narativům o OZE lidé věří?

Jak veřejnost hodnotí OZE se odvíjí i od toho, jak vnímá veřejné narativy o nich v mediálním prostoru. Měřili jsme míru souhlasu s tvrzeními týkajícími se: 1) nahrazení uhlí, které ničí klima; 2) náhradní zdroje kvůli limitům těžby uhlí pro ochranu krajiny a obcí; 3) šetrné zdroje kvůli změně klimatu; 4) energetickou soběstačnost, decentralizaci sítě, ekologičnost OZE při započítání výroby a životnosti, efektivitu a spolehlivost, spojení s korupcí.

Přehled měřených přesvědčení o OZE:

Náhradní zdroje

Zdroje energie, jako je uhlí nebo zemní plyn, rychle docházejí. Další doly by musely vzniknout na úkor krajiny nebo měst a obcí. Potřebujeme jiné zdroje, které je nahradí.

Šetrné zdroje (klima)

Kvůli klimatické změně potřebujeme šetrnější zdroje energie, které zároveň nepřispívají k dalšímu oteplování planety. Je to klíčové pro budoucnost lidstva.

Ne uhlí

Je potřeba zbavit se závislosti na uhelných elektrárnách - těžba ničí krajinu, spalování uhlí znečišťuje ovzduší a narušuje klima.

Soběstačnost

Obnovitelné zdroje jsou cestou k energetické soběstačnosti - snižují naši závislost na dovozu energie ze zahraničí.

Decentralizace

Obnovitelné zdroje umožní decentralizovat energetickou síť - to znamená, že nebude tak závislá na činnosti několika elektráren.

Ne-eko

Když vezmeme v úvahu výrobu a životnost zařízení, nejsou solární, větrné nebo vodní elektrárny ekologičtější než uhelné.

Neefektivní

Obnovitelné zdroje nedokážou nahradit energii z uhlí nebo jádra - oproti tomu jsou neefektivní a nespolehlivé.

Jen tunel na peníze

Obnovitelné zdroje jsou jenom způsob, jak si někteří podnikatelé chtějí nahrabat, reálně je nepotřebujeme.

Když se na přesvědčení o platnosti jednotlivých tvrzení podíváme zvlášť, vidíme v narativech tři skupiny: 1) funkční ekologické přesvědčení 2) přesvědčení o nezávislosti díky OZE a 3) skepsi k OZE.

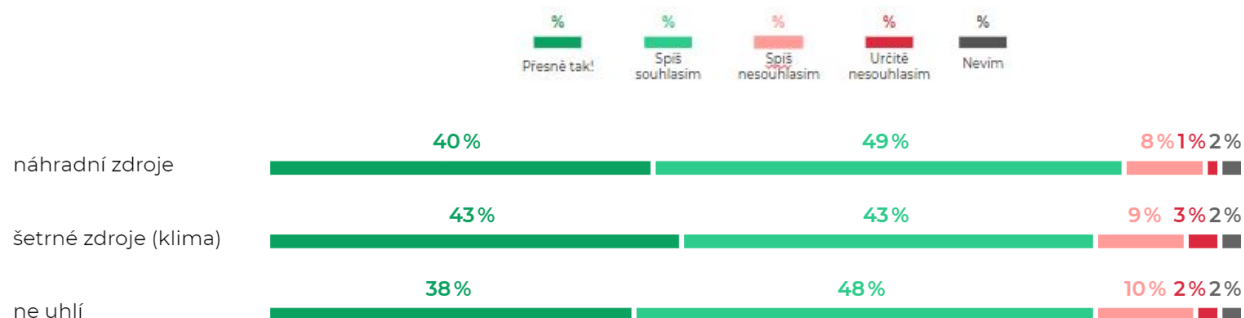
2.4.1 Sdílené funkční přesvědčení o OZE

Nejdříve se podíváme na **sdílená funkční přesvědčení o OZE**, které spolu úzce souvisí: **náhradní zdroje, šetrné zdroje a zbavení se uhelných elektráren**. Na těchto třech přesvědčeních se většina lidí shodne. Alespoň s jednou z těchto narací souhlasí 96 % lidí, se všemi třemi 74 % lidí.

Nejvíce jsou Češi přesvědčení o tom, že je potřeba zajistit náhradní zdroje, protože současná naleziště při neprolomení limitů docházejí (s tím souhlasí celkem 89 % lidí). Dále lidé věří, že je potřeba šetrných zdrojů energie, které dále nepřispívají k oteplování planety (s tím souhlasí 86 %); a že je potřeba zbavit se závislosti na uhlí, protože jeho těžba ničí krajinu a jeho spalování znečišťuje ovzduší a narušuje klima (s tím souhlasí 86 % lidí).

Tyto tři narativy o OZE jsou nejvíce přijímané širokou veřejností. Je to nejjistější způsob, jak vyprávět o obnovitelných zdrojích a neškodit jim. Na všech se veskrze shodnou. Lidé s nimi souhlasí, ať už se chtějí nebo nechtějí stát aktivními spotřebiteli s vlastním nebo sdíleným řešením OZE. Proto doporučujeme tuhle argumentaci používat při komunikaci s širokou veřejností pro zlepšení obrazu OZE.

A ti, kteří si nějaké OZE chtějí pořídit, s těmito narativy souhlasí ještě silněji (s náhradními zdroji silně souhlasí 52 % z nich a dalších 40 % spíš souhlasí; se šetrnějšími zdroji kvůli změně klimatu silně souhlasí 55 % z nich a dalších 36 % spíš souhlasí; se zbavením se závislosti na uhelných elektrárnách silně souhlasí 50 % z nich a dalších 39 % spíš souhlasí).

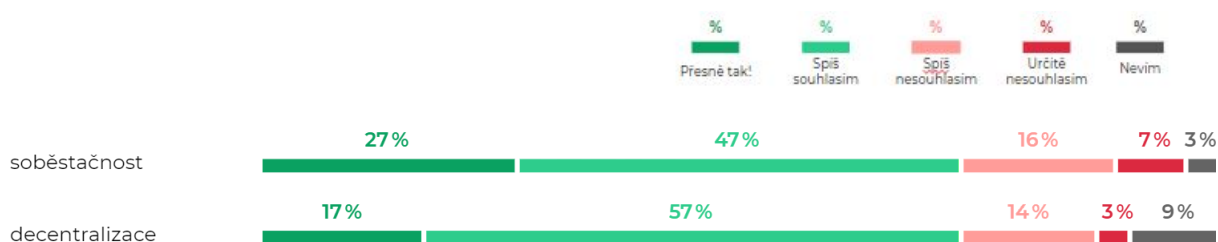


Báze: Všichni

Je tedy patrné, že je podle veřejnosti důležité zbavit se závislosti na uhelných elektrárnách, protože jejich provoz prohlubuje klimatické změny a je důležité neprolamovat těžební limity, protože další těžba uhlí je nešetrná ke krajině i k obcím. Tato zjištění potvrzují a prohlubují postoje o neoblíbenosti uhlí zmiňované v první kapitole (CVVM, 2018; Median, 2019; Krajhanzl a kol., 2018).

2.4.2 Soběstačnost a decentralizace díky OZE

Dále je v narativech přítomný argument soběstačnosti a decentralizace díky OZE, které spolu opět hodně souvisí. Pro veřejnost jsou zajímavé, ale už jen pro menší část lidí. S oběma souhlasí 20 % lidí, s některou z nich 87 % lidí. Ti, kdo si nějaké OZE chtějí pořídit, jsou o soběstačnosti a decentralizaci díky OZE opět silněji přesvědčení než celková online populace (o energetické soběstačnosti díky OZE je silně přesvědčeno 38 % z nich a dalších 41 % spíše souhlasí; o decentralizaci energetické sítě díky OZE je silně přesvědčeno 28 % z nich a dalších 55 % spíše souhlasí). Pro další komunikaci o OZE ale nejsou ale tyto dva narativy tak zajímavé a důležité, jako předchozí tři a následující tři narativy.



Báze: Všichni

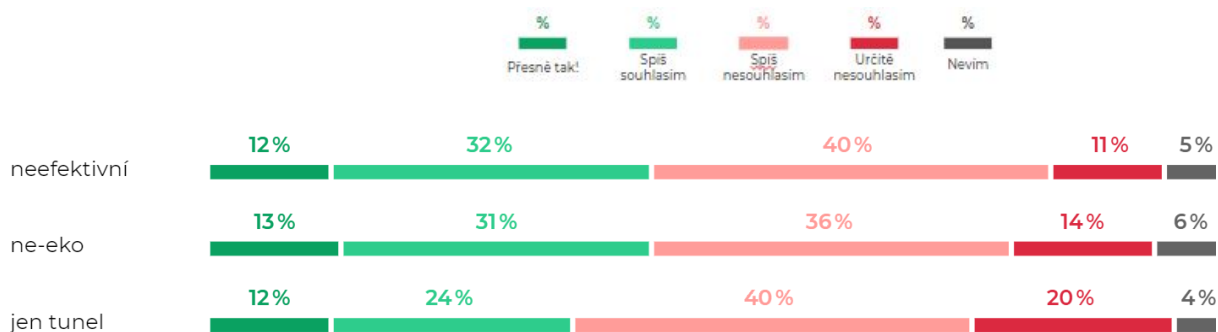
2.4.3 Skepse k OZE

Třetím blokem narací o OZE jsou skeptická tvrzení o jejich neefektivitě, neekologičnosti a o tom, že jsou jen finančním tunelem. Alespoň s jednou z těchto narací souhlasí 66 % lidí, se všemi třemi 20 % lidí. Přestože se většina lidí shodne, že se potřebujeme zbavit závislosti na uhlí a řešit šetrné zdroje energie, tak dvě třetiny lidí vidí na OZE něco skepticky.

Lidé mají pochybnosti, jestli jsou OZE dostatečně výkonné a jestli dokážou nahradit uhelné nebo jaderné elektrárny (že na to nejsou dostatečně efektivní a spolehlivé si myslí 44 % lidí). Také lidé pochybují, jestli jsou doopravdy ekologické po přihlédnutí na jejich výrobu a životnost (44 % lidí si myslí, že vzhledem k výrobě a likvidaci ve výsledku nejsou ekologičtější).³ Navíc lidem zastiňuje hodnocení OZE i korupce, kterou si s nimi spojují: u 36 % lidí je spojení s korupcí natolik silné, že zastiňuje potřebnost OZE (a OZE jsou podle této třetiny lidí jen „tunel na peníze“). **Hlavní tři bariéry ve vnímání OZE jsou tedy pochybnosti o: 1) jejich efektivitě a spolehlivosti, 2) celkové ekologičnosti a 3) spojení OZE s korupcí.**

³ I na základě těchto zjištění jsme výzkum prohloubili o pohled na solární panely s konkretizovanými fakty o recyklovatelnosti nebo životnosti solárních panelů.

Právě proto je důležité se skeptickými naracemi o OZE pracovat, pochybnosti má totiž i řada lidí, kteří jsou přesvědčení o pro-OZE narativech a kteří mají zájem stát se aktivními spotřebiteli, řada z nich má problém s efektivitou a ekologickou stránkou OZE. Proto je potřeba vyvracet tyto rozšířené obavy opačnými symboly - hledat symboly efektivnosti a ekologičnosti a ty systematicky s veřejností komunikovat.



Báze: Všichni

Když to shrneme: v narativech jsou tři provázané skupiny tvrzení o OZE: 1) funkční ekologické přesvědčení - to má 74 % lidí 2) přesvědčení o nezávislosti díky OZE - to má 22 % a 3) skepse k OZE - tu má 20 % lidí.⁴

Obecně česká veřejnost věří, že šetrnější zdroje energie, které nepřispívají k dalšímu oteplování planety, jsou klíčové pro budoucnost lidstva. Stejně tak věří, že je potřeba zbavit se závislosti na uhelných elektrárnách, protože narušují klima. A že je důležité mít náhradní zdroje energie, protože dosavadní zdroje uhlí docházejí a prolomení limitů jejich těžby by bylo na úkor krajiny nebo měst a obcí. **O tyto narativy je dobré se opřít v komunikaci o OZE s širokou veřejností.**

Na druhé straně je hlavní bariéra: skepse vůči OZE, které je třeba se zbavit: a to vyvracením přesvědčení o tom, že ekologické zdroje nejsou o tolik ekologičtější než uhelné elektrárny; že jsou finančním tunelem a že nedokážou nahradit energii z uhlí nebo jádra, protože oproti tomu jsou neefektivní a nespolehlivé. **Je klíčové OZE těchto negativních nálepek zbavit. To lze udělat skrze komunikaci symbolů k efektivitě a ekologičnosti řešení⁵, např. v porovnání s uhelnými elektrárnami.** Čím konkrétnější a představitelnější tyto symboly budou, tím lépe - např. je dobré vyčíslit ušetřené tuny spáleného uhlí nebo vypuštěných splodin do ovzduší, ukázat efektivitu FVE panelů na pokrytí běžné spotřeby běžné domácnosti atd.

Ekologický pohled na OZE je rozšířený: většina společnosti vidí OZE jako cestu k ochraně klimatu, krajiny a ovzduší - jako šetrné zdroje ke zbavení se a nahrazení uhlí. Je potřeba ale lidi zbavit obav o nedostatečnou funkčnost OZE. I výsledků

⁴ Někteří lidé mohou být přesvědčeni o pravdivosti více než jedné skupiny narativů. Také měli respondenti možnost říct, že neví.

⁵ V našem výzkumu jsme některé symboly efektivity a ekologičnosti testovali specificky u solárních panelů, blíže se tímto zabýváme v poslední kapitole.

analýzy narativů i určujících asociací (tzv. driverů asociací z předchozí podkapitoly) je patrné, že hlavní výzvou při komunikaci o OZE směrem k veřejnosti je překonat skepsi o nedostatečné efektivitě, celkové neekologičnosti a “tunelu na peníze”. Zároveň je patrné pnutí mezi v první kapitole uvedenými deklaracemi významnosti ekologických postojů (viz CVVM, 2019 a; Median, 2019, Eurobarometr 2019) a tím, jak lidé OZE reálně vidí. Pokud chtějí být OZE populárnější a rozšířenější, musí se nejprve zbavit skeptických nálepek. Možné cesty shrneme také v závěru.

3. Jaké jsou současné potřeby lidí od dodavatele energie?

Pro zkoumání možností přechodu z běžných spotřebitelů elektrické energie na aktivní spotřebitele potřebujeme vědět, jaké nároky na dodavatele energie v současnosti veřejnost má. Lidé totiž obecně svoje nové volby poměřují skrze svůj současný stav a nechtějí se vzdát toho, co už mají (v mysli je přirozeně zakódovaná tzv. averze ke ztrátě - viz. Ariely, 2009). Můžeme si je tedy spíše získat něčím navíc: v našem případě ekologickým řešením energie.

3.1 Potřeby lidí od dodavatele energie

Potřeby lidí nám - na rozdíl od racionalizovaných postojů - umožní pochopit, jaké požadavky musí OZE splňovat, aby je lidé brali v potaz v reálné rozhodovací situaci, a určit, u jak velkého segmentu lidí je vůbec možnost, že OZE naplní jejich potřeby.

Přehled testovaných potřeb od dodavatele energie:⁶

Transparentnost

Pro Jirku je důležité, aby byl dodavatel transparentní a jednal narovinu. Chce mít jasné smluvní podmínky a přehled, kolik zhruba utratí.

Nízká a stabilní cena

Adamovi záleží primárně na tom, aby ušetřil peníze a věděl, že cena elektřiny bude i výhledově stabilní.

Spolehlivost

Petr chce mít hlavně jistotu, že nedojde k žádnému výpadku nebo nedostatku energie. Chce dodavatele, na kterého se může spolehnout.

Bez starostí

Pro Honzu je klíčové, aby se při odběru energií nemusel o nic moc starat. Nic neřešit, ať už jde o administrativu, nebo údržbu.

Čistá energie (pro zdraví)

Josef chce čistou energii, která nebude škodit jeho zdraví nebo zdraví lidí v místě, kde se vyrábí. Je pro něj důležité mít energii bez vypouštění zplodin a tvorby nebezpečného odpadu.

⁶ Metodologická poznámka:

Abychom potřeby od dodavatele co nejlépe respondentům představili, představili jsme je jako klíčové přes konkrétní modelové lidi. Respondenti potom odpovídali jak to mají oni osobně na čtyřbodové škále míry důležitosti pro ně.

Šetrnost k planetě

Pro Vojtu je klíčové nezatěžovat životní prostředí a odebírat energii z obnovitelných zdrojů, která je k šetrná k planetě.

Soběstačnost

Pro Ondru je zásadní být energeticky soběstačný - nebýt závislý na velkých dodavatelích energie, nebýt ohrožený výpadky v jejích síti.

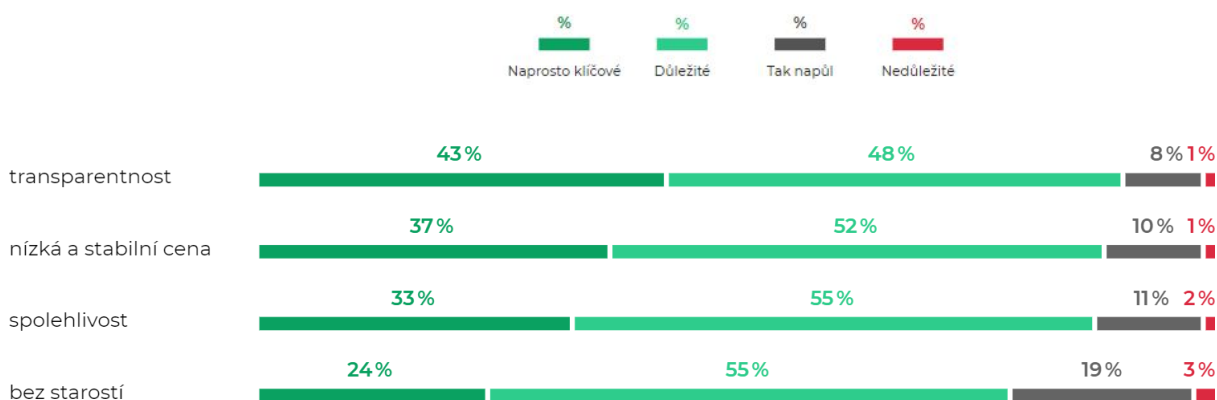
Lokálně

Láďa chce odebírat energii od lokálních dodavatelů - vědět, od koho je a jak ji vyrobil. Přesně tak bude vědět, komu platí, a bude ho těšit, že peníze zůstanou v komunitě.

Moderní technologie

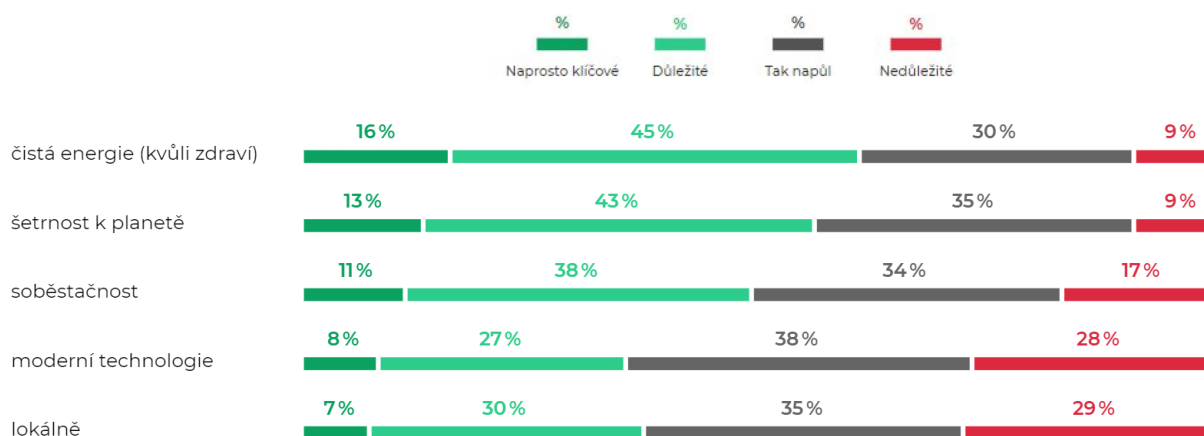
Jarda je nadšenec do nových technologií. Rád zkouší, jak fungují a rád je tím podporuje.

Nejdůležitější potřeby lidí vzhledem k energiím nesouvisí s ekologií a technologií. Jsou jimi transparentnost (klíčová je pro 43 % lidí, celkem na ní záleží 91 % lidí), nízká a stabilní cena (záleží na ní 89 % lidí) a spolehlivost (záleží na ní 87 % lidí). Protože pro značnou část lidí jsou naprosto klíčové, jsou to potřeby, které musí splňovat jakýkoliv dodavatel, pokud chce být úspěšný na trhu.



Báze: Všichni

Šetrnost k přírodě a moderní technologie jsou pro respondenty druhotné. Klíčové jsou pro omezený počet lidí, především pro nejmladší věkovou skupinu 18-24 let. Naopak méně důležité jsou pro lidi nad 55 let. Všechny tyto “eko” potřeby viditelné v následujícím grafu jsou klíčové pro 2 % online populace, alespoň jedna z nich pro 27 %.



Báze: Všichni

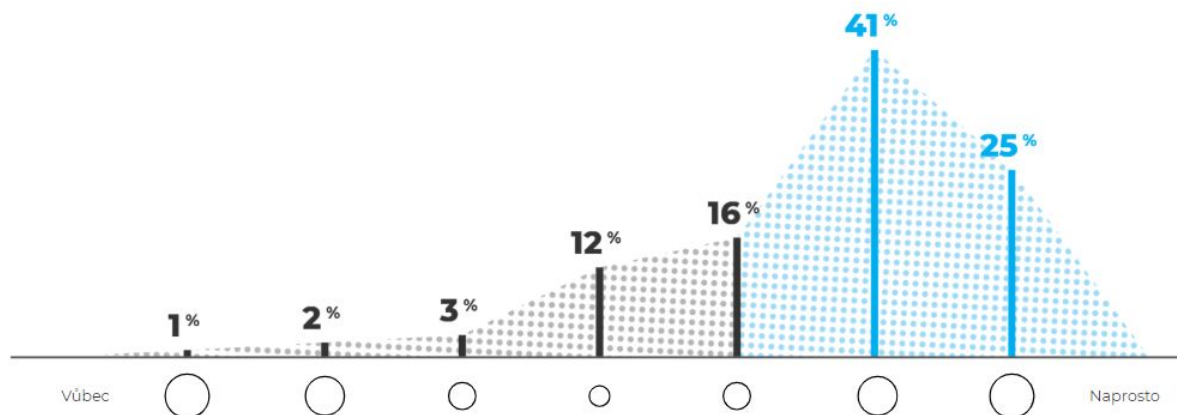
Současný stav ukazuje, že nejdůležitější potřeby lidí od dodavatele energie nesouvisí s ekologií, technologií, nebo nezávislostí (příp. lokálností). Zásadní je pro veřejnost hlavně transparentnost podmínek, nízká cena (a její garance) a spolehlivost. To platí i pro ty, které zaujalo nějaké řešení OZE - ať už vlastní, komunitní se sousedy nebo obecní (viz následující kapitola 4). Navíc ještě důležitější jsou tyto potřeby i pro lidi do 34 let, kteří mají také větší zájem o OZE. Z toho vyplývá, že je potřeba si veřejnost pro přechod na energeticky aktivní spotřebitele získat uspokojením všech těchto důležitých potřeb i v ekologické variantě. Je potřeba transparentně vyjasnit podmínky, zajistit finanční atraktivitu a zajistit spolehlivost dodávek bez náhlého výpadku nebo nedostatku.

3.2 Faktory volby dodavatele energie

Také jsme sledovali faktory změny dodavatele a to ze dvou důvodů: 1) protože změna dodavatele je nyní hlavní proces, při kterém mohou odběratelé elektrické energie projevit preference k určitému ekologickému přístupu (např. rozhodnout se podle podílu energie z OZE v síti dodavatele) a 2) je ve změně viditelná ochota a akceschopnost udělat aktivní krok. To se pak může také promítnout do ochoty, příp. neochoty k větším systémovým změnám - směrem k aktivnější roli na energetickém trhu - tedy k pořízení vlastního OZE, nebo vstupu do energetické komunity apod.

O dodavateli v domácnosti rozhodují dvě třetiny populace (celkem 66 % populace). Ochota lidí změnit dodavatele se do určité míry zakládá na spokojenosti se současným dodavatelem. Dvě třetiny lidí (66 %) jsou se svým dodavatelem velmi spokojené. Naopak velmi nespokojených je jen minimum (3 %). Spokojené spotřebitele je ke změně potřeba podnítit něčím navíc - a tím může být i dobrý pocit z aktivní podpory přechodu na OZE místo energie z uhlí.

Jak spokojení jsou se svým současným dodavatelem energie?



Báze: Rozhodují o dodavateli energie

Dále se ochota lidí změnit dodavatele odvíjí i od toho, jestli už v minulosti dodavatele měnili a jestli to pro ně bylo něco, co se jim řešilo snadno. Polovina lidí je svého dodavatele ochotná občas změnit: alespoň jednou řešilo změnu dodavatele v posledních deseti letech 48 % lidí. 3 % lidí ho dokonce mění skoro každý rok. Mění ho častěji lidé s vyšším čistým měsíčním příjmem nad 20 tisíc Kč (změnilo ho 56 % z nich) a lidé s ukončeným vysokoškolským vzděláním (změnilo ho 55 % z nich). Navíc častěji mění dodavatele také ti, kdo mají zájem o vlastní nebo komunitní řešení OZE - skoro každý rok dodavatele řeší 11 % a 10 % z nich.

Samotný proces změny dodavatele není bariérou, protože změna byla pro většinu jednoduchá a zvládnou ji zase (86 % z těch, co s ní mají zkušenosti). Tady se nabízí potenciální příležitost pro přechod na energeticky aktivní spotřebitele.

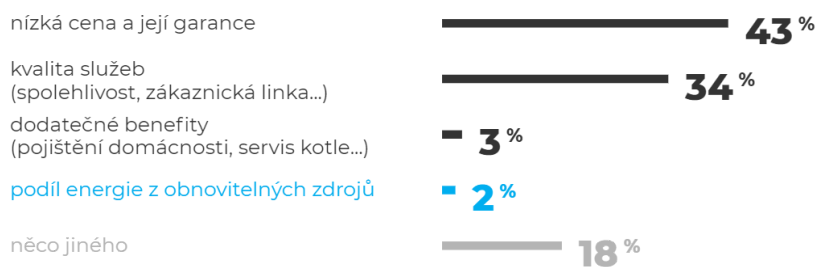
Kolikrát v posledních 10 letech řešili změnu dodavatele?



Báze: Rozhodují o dodavateli energie

Při výběru dodavatele elektřiny se lidé řídí cenou a spolehlivostí dodavatele. Hlavním důvodem pro změnu byla pro 43 % lidí nízká cena a její garance a pro 34 % to byla kvalita služeb (spolehlivost, zákaznická linka...). Podíl energie z obnovitelných zdrojů byl důvodem pro změnu dodavatele pro 2 % dotázaných. Na tomto místě je nicméně potřeba myslet na odlišení motivace jedinců pro pořízení dodavatele s vyšším podílem energie v síti z obnovitelných zdrojů od motivace k pořízení svého vlastního zdroje, což souvisí i s důvěrou v dodavatele.

Hlavní důvod výběru dodavatele energie:

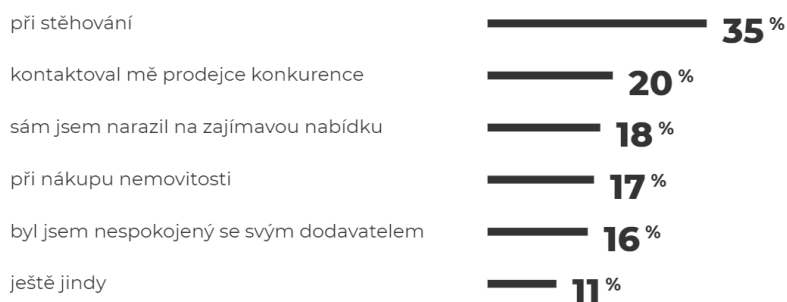


Báze: Rozhodují o dodavateli energie

Cena za energie, které je pro většinu hlavním rozhodovacím faktorem, je nejméně důležitá pro mladé lidi ve věku 18 - 24 let: hlavním důvodem pro volbu dodavatele je cena pro 23 % z nich (oproti 43 % v populaci). Mladí lidé se naopak nejvíce ze všech věkových kategorií rozhodují hlavně podle podílu energie z obnovitelných zdrojů (10 % z nich oproti 2 % z populace).

Třetina lidí změnila dodavatele energie při stěhování. Pětina změní dodavatele, když sama narazí na lepší nabídku (18 %). Pětina (20 %), když je kontaktuje prodejce konkurence. Příležitostí pro přechod na energeticky aktivní spotřebitele může tedy být jak ve zviditelňování nabídky, aby na ni mohli sami narazit (ať už přes inzerci, nebo v různých webových interaktivních srovnávačích), případně i přímé telefonické oslovování cílových skupin.

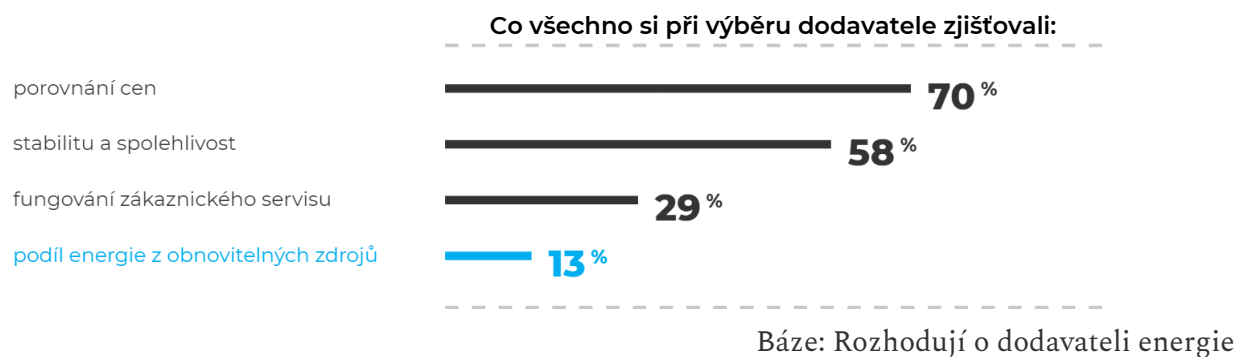
Při jaké příležitosti naposledy řešili výběr dodavatele energie?



Báze: Rozhodují o dodavateli energie

Nejčastěji si při výběru dodavatele zjišťují porovnání cen (to zjišťuje 70 % lidí), stabilitu a spolehlivost dodavatele (58 %) a s odstupem také fungování zákaznického servisu (29 %). 13 % lidí si zjišťuje podíl obnovitelné energie v síti dodavatele. Nejvíce podíl eko-energie v síti zajímá mladé lidi ve věku 18-24 let (zajímá 32 % z nich), kteří si o dodavateli obecně zjišťují víc (porovnání cen sledovalo 77 % z nich a stabilitu a spolehlivost 71 %). O podíl eko-energie v síti dodavatele se také více zajímají ti, kteří mají zájem se zapojit do nějakého řešení OZE: z těch, co mají zájem si pořídit

komunitní OZE se o to zajímá 26 %; se zájmem o ovlastní 21 %; a o obecní 19 %.⁷



Vzhledem k možnosti přechodu na aktivní spotřebitele tedy z naměřených dat vyplývá, že 1) o podíl OZE v síti dodavatele se nejvíce zajímá nejmladší generace - a je v ní tedy potenciál pro přechod na aktivní spotřebitele a 2) udělat aktivní krok je schopná polovina lidí - je ochotná a akceschopná občas změnit svého dodavatele. Navíc jde častěji o lidi s vyšším čistým měsíčním příjmem nad 20 tisíc Kč a lidi s ukončeným vysokoškolským vzděláním, a tyto dvě skupiny obecně lépe vnímají OZE oproti obecné populaci. Tito lidé jsou tedy nakloněni změnám a je zde potenciál této akceschopnosti využít k přesvědčení pro pořízení vlastního OZE, nebo vstup do energetické komunity.

⁷ Ve zjišťování podílu eko-energií v síti dodavatele se naopak neliší lidé podle toho, jestli bydlí v rodinném domě (14 % z nich si podíl eko-energie zjišťuje), nebo bytě (zjišťuje si 12 % z nich); ani podle výše čistého příjmu domácnosti (s nejvyšším příjmem si zjišťuje 14 %, s nejnižším 10 % zjišťuje).

4. Zájem o přechod na energeticky aktivní spotřebitele

Z předchozích kapitol víme, jaké jsou postoje lidí k OZE a jejich potřeby a spotřebitelské chování na trhu s energiemi. Nyní se dostáváme k otázce přechodu na OZE: k ochotě lidí tuto změnu udělat a k podmínkám, za jakých k tomu přikročí.

Testovali jsme nejprve tři varianty řešení podle typu vlastnictví: vlastní, se sousedy (vytvoření energetické komunity) a obecní (možnost zapojit se do energetické komunity bez starostí); a následně jejich specifikace.

Metodologická poznámka:

Na detaily řešení jsme se dále doptávali jen těch, které určité řešení zaujalo - tzn. odpověděli buď "přesně pro mě", nebo "zajímá mě to". To je nejširší cílová skupina. Nicméně realistickou cílovou skupinou a tím pádem pro nás více určující jsou ti, kteří vyjádřili pouze nejsilnější zájem "přesně pro mě": ty chápeme tak, že mají zájem si řešení pořídit. Na ty se budeme dívat detailněji i dále.

V našem výzkumu jsme testovali zájem o tyto varianty řešení:

Obecní řešení

Vaše obec zařizuje zdroj obnovitelné energie podle svého uvážení a dává vám jako svým občanům možnost zapojit se do systému, nebo zůstat u jiného dodavatele. Vy platíte stejné peníze jako předtím, akorát jdou do obce a nikoli dodavateli. Zavedení energie finančně podpoří stát a o údržbu se stará obec.

Řešení se sousedy

OZE v rámci bytového domu, družstva nebo se sousedy. Společně se dohodneme na parametrech i na tom, kdo a jak se o zdroj bude starat. Zároveň si rozdělíme náklady na zavedení a část zaplatíme z finanční podpory od státu, který nabízí i případnou technickou podporu.

Vlastní řešení

Sám si vyberu, jaký typ obnovitelné energie (např. solární panel, kotel na biomasu...) se mi domů hodí a za jakých podmínek ji budu užívat. Zároveň se o svůj zdroj energie budu sám starat. Dostanu ale na svoje řešení finanční podporu od státu a případnou technickou podporu.

Přehled zájmu podle typu vlastnictví

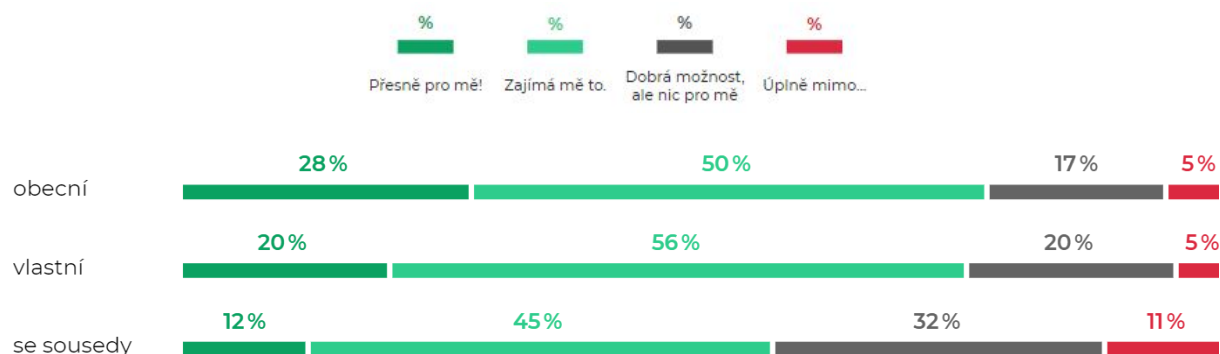
Nejprve si shrňme úspěch jednotlivých řešení a pak se na ně podíváme blíže.

Nejvíce lidí zaujalo obecní řešení OZE. Protože se obec o vše postará za ně, vidí je také jako nejvýhodnější a nejjednodušší. Odpadají zde totiž obavy, že to nezvládnou a že jim to zabere příliš času. Toto řešení je populárnější u lidí do 34 let.⁸

Na druhém místě z hlediska zájmu je vlastní zdroj. O vše se sice musí starat sami, ale technicky to vnímají podobně náročné jako obecní řešení. Toto řešení je populárnější u lidí ve věku 25-34 let.⁹

Nejmenší zájem vyvolalo řešení se sousedy. Vytvořit energetickou komunitu ať už v bytovém domě nebo v sousedství rodinných domů vidí jako nejnáročnější jako technicky, tak časově. Toto řešení je také populárnější u lidí ve věku 25-34 let, i tak má ale silný zájem o něj sotva pětina z nich.¹⁰

Zájem o jednotlivé typy řešení OZE vidíme v následujícím grafu:



Báze: Všichni

Nejlákavější je pro veřejnost obecní řešení - má nejsilnější potenciál zájmu: 28 % lidí říká, že je *přesně pro ně* a dalších 50 % lidí zajímá, takže obecní řešení celkově zaujalo 78 % respondentů. Navíc je vnímáno jako nejvýhodnější a nejjednodušší - polovina ho považuje za *výhodné* (53 %) a čtvrtina za *jednoduché* (24 %).

Druhý nejsilnější potenciál zájmu má vlastní zdroj FVE: 20 % lidí se cítí, že je to něco *přesně pro ně* a u dalších 56 % vzbuzuje zájem, takže celkově 76 % respondentů zaujala možnost mít svůj vlastní zdroj energie.

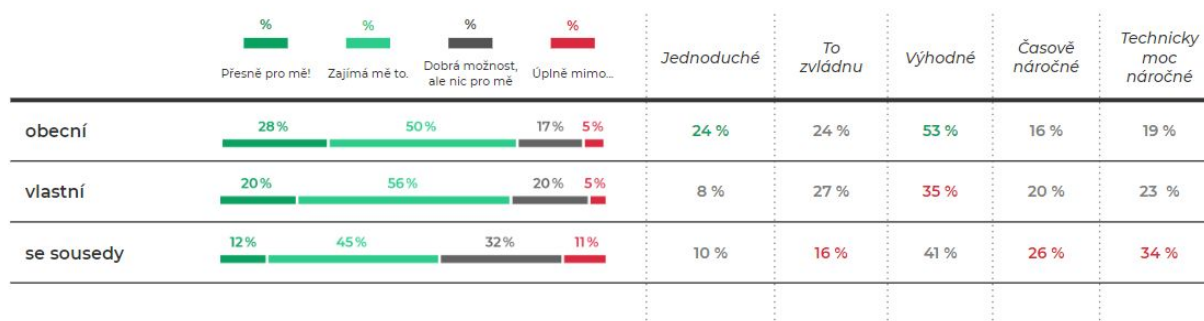
Nejslabší potenciál uspět má řešení fotovoltaiky společné se sousedy: přesně pasuje jen 12 % lidí a zajímá dalších 45 %, takže zaujalo celkově 57 % lidí. 32 % si cení nápadu, ale není nic pro ně - lidé ho vnímají jako technicky a časově nejnáročnější (pro 34 % je moc technicky náročné a pro 26 % moc časově náročné).

⁸ Do obecního řešení se chce zapojit 35 % z lidí ve věku 18-24 let a 33 % z lidí ve věku 25-34 let.

⁹ 27 % z nich projevilo silný zájem si vlastní řešení pořídit.

¹⁰ 18 % z nich projevilo silný zájem si řešení se sousedy pořídit.

Srovnání jednotlivých typů řešení OZE:



Báze: Všichni

Silný zájem o jednotlivá řešení mají více mladší lidé. Zájem se zapojit do obecního řešení OZE vyjadřuje 34 % lidí do 34 let (konkrétně se do něj chce zapojit 35 % z lidí ve věku 18-24 let a 33 % z lidí ve věku 25-34 let). I další řešení měla největší úspěch u lidí ve věku 25-34 let: vlastní řešení chce 27 % z nich, komunitní chce 18 % z nich.

Dále mají větší zájem stát se energeticky aktivními spotřebiteli lidé s vyšším měsíčním příjmem:¹¹ do obecního řešení se chce zapojit 36 % z nich, do řešení se sousedy 19 % z nich. Lze říct, že zájem o zapojení se do řešení OZE (ať už obecního nebo se sousedy) roste s příjmem.¹²

Z hlediska velikosti obce, ve které respondenti žijí, je obecní řešení populární u všech bez statisticky významného rozdílu, u řešení se sousedy zájem mírně roste spolu s velikostí sídla: zatímco v nejmenších obcích do 2 tis. obyvatel má zájem 7 % lidí, v největších obcích nad 50 tis. obyvatel je to 17 % lidí.¹³

Slabinou všech konceptů je složitost - málo lidí je považuje za jednoduché a myslí si, že to zvládne. Jako řešení se proto nabízí zjednodušení celého procesu - srozumitelně ho vysvětlit a nabídnout rady - a to jak při administrativě (např. při řešení finanční podpory od státu), tak prakticky (srozumitelně navrhnout modelové řešení vlastního zdroje se všemi zásadními informacemi) včetně schopnosti technicky poradit.

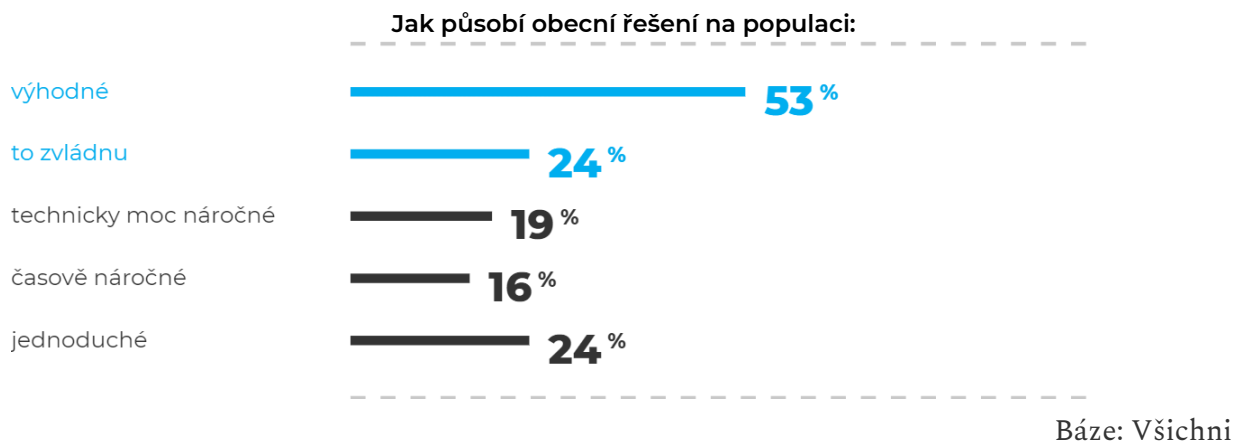
4.1 Jak na lidi působí obecní řešení OZE?

Obecní řešení vidí veřejnost jako nejvýhodnější (pro 53 % je výhodné) a nejjednodušší (pro 24 % je jednoduché - obec se o vše postará za ně, a oni proto nepotřebují ani počáteční finance, ani vše domlouvat a zařizovat.

¹¹ tzn. lidé s čistým měsíčním příjmem domácnosti, ve které žijí, nad 20 tis. Kč

¹² podrobné tabulky viz příloha č. 1

¹³ podrobná tabulka viz příloha č. 2



Lidé s nejsilnějším zájmem o obecní řešení hlavně vnímají, že je to *výhodné* (74 % z nich), že *to zvládnou* (33 % z nich). Náročné jim to nepřijde technicky (tak to připadá 9 % z nich), ani časově (tak to připadá 9 % z nich).

4.1.1 V jaké podobě by chtěli obecní řešení?

Vzhledem k popularitě obecního řešení jsme blíže zjišťovali zájem veřejnosti o energetickou soběstačnost měst a obcí: tedy jestli by mělo vedení měst a obcí usilovat o pořízení vlastních obnovitelných zdrojů energie a jaká kritéria by měla mít hlavní váhu v komunikaci s veřejností - jestli ekonomická spojená s výhodností investice, nebo nezávislost na dodávkách energie od velkých firem, resp. lokálnost a to, že zisky zůstanou v komunitě. Mělo by město připravit projekty obnovitelných zdrojů, do kterých by mohli také investovat jeho obyvatelé? Z minulých kol výzkumu víme, jaký obnovitelný zdroj veřejnost preferuje (vodní, větrné a solární elektrárny), doptali jsme se proto na konkrétní umístění solárních a větrných elektráren.

V následující vlně měření jsme se proto soustředili na tyto specifikace obecního řešení:

1. Kde mají být obecní OZE podle lidí umístěny? (Kde solární a kde větrné elektrárny?)
2. O jakou formu financování obecního řešení mají lidé největší zájem? (Chtěli by se na projektu finančně podílet, nebo by měl patřit externí firmě?)

4.1.2 Kde mají být obecní OZE podle lidí umístěny?

Nejprve se detailně podíváme na to, kde mají být podle veřejnosti umístěny obecní FVE, a potom na to, kde větrné elektrárny.

Kam se solárními elektrárnami?

Z předchozí fáze výzkumu ze spontánně zmiňovaných emocí na různé typy elektráren víme, že lidem není jedno, kde jsou solární panely umístěné a že některým vadí, když např. zabírají volné plochy v přírodě. Změřili jsme proto postoje k více možným umístěním FVE. Abychom respondenty postavili do co nejpřirozenější a zároveň zodpovědné rozhodovací situace, nechali jsme je představit si, že se jedná o okolí jejich obce. Respondenti pak návrhy hodnotili a posléze i vybírali za ně nejlepší možnost.

Jaká možná umístění FVE jsme měřili:

Skládky (a doly)

Představte si, že blízko vaší obce je bývalá skládka nebo povrchový důl. Co říkáte na vybudování solární elektrárny na nich?

Jezera po dolech

Představte si, že blízko vaší obce je jezero po bývalých uhelných dolech. Obec uvažuje o vybudování solární elektrárny na vodní hladině.

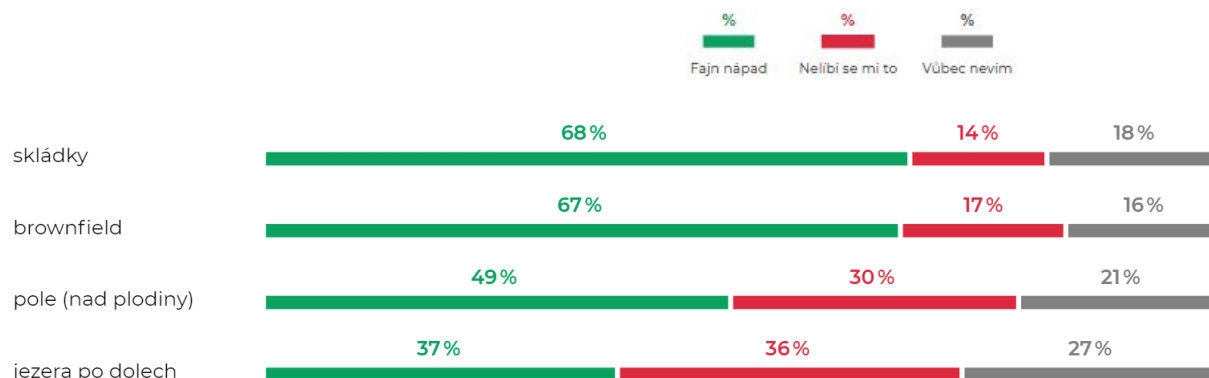
Brownfield

Představte si, že blízko vaší obce je bývalá továrna nebo nevyužívaný zemědělský areál. Co kdyby místo nich vaše obec zařídila solární elektrárnu?

Pole (FVE nad plodiny)

Představte si, že blízko vaší obce jsou pole. Na speciální konstrukce nad ně jde umístit solární panely, které propouští část světla, takže se pod nimi dál pěstují zemědělské plodiny.

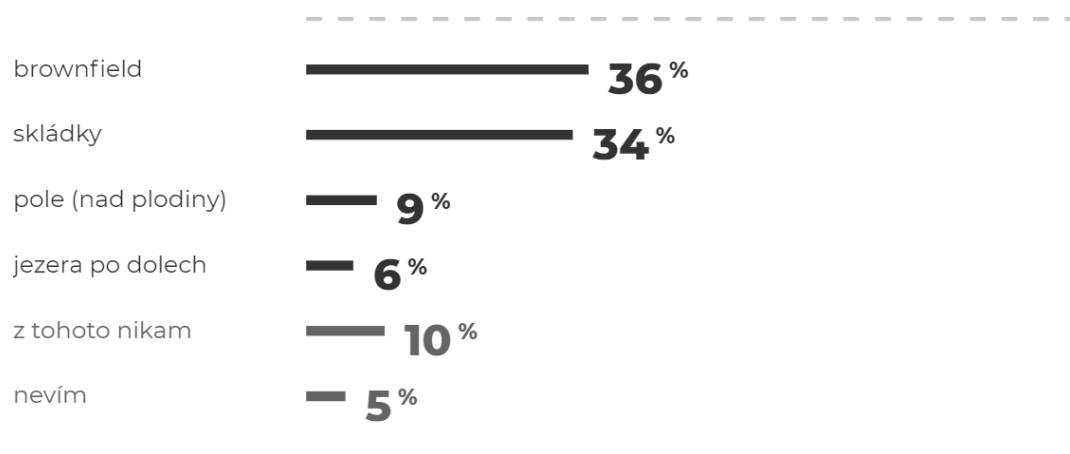
Když lidé hodnotili jednotlivé nápady zvlášť, tak se jim nejvíce zamlouvalo umístění solárních elektráren na místech po skládkách nebo povrchových dolech (68 % se takový nápad líbí) a v brownfieldech (67 % takový nápad líbí).



Báze: Všichni

Ještě zřetelnější výhru brownfieldů a skládek mezi veřejností vidíme v prioritizaci řešení, kde mají jednoznačný náskok nad všemi ostatními variantami. Kdyby si respondenti mohli vybrat jen jedinou z možností, umístili by FVE do nevyužívaných brownfieldů (36 %) nebo na místo bývalých skládek či povrchových dolů (34 %). Umístit FVE nad pole využívané současně pro pěstování plodin by vybralo 9 % lidí, na jezera po bývalých dolech 6 % lidí.

Kde by se lidem nejvíce zamlouvalo umístit solární elektrárnu?



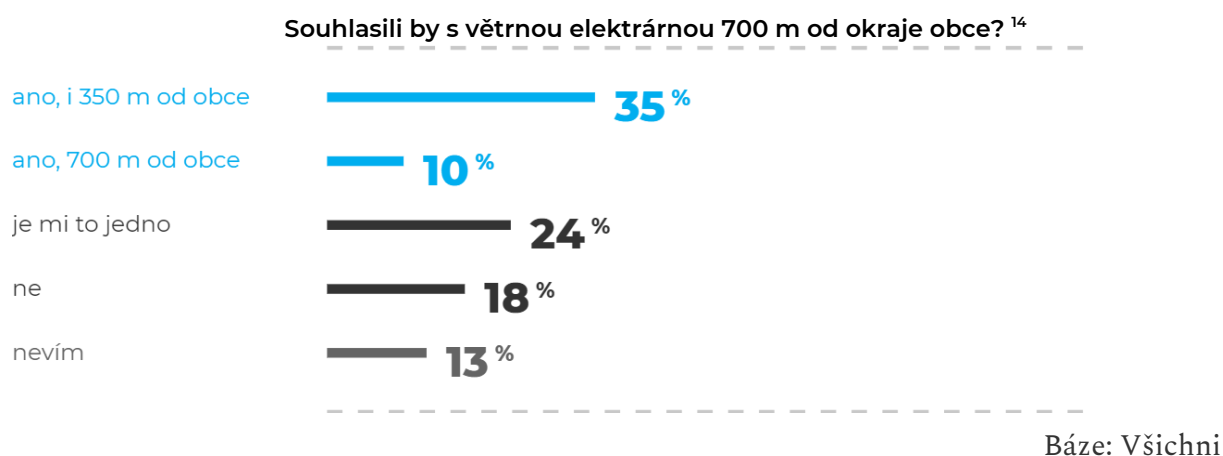
Báze: Všichni

Pokud to shrneme, lze doporučit umístit FVE do už nevyužívaných industriálních míst, jako jsou bývalé továrny nebo zemědělské areály a bývalé skládky nebo povrchové doly. Tato řešení veřejnost uvítá.

Kam s větrnými elektrárnami?

Kromě umístění solárních elektráren jsme měřili umístění větrných elektráren, které v předchozích částech výzkumu vycházely jako druhý nejpopulárnější typ OZE. Konkrétně nás zajímalo, jestli by lidé souhlasili s umístěním větrných elektráren v blízkosti obce. Abychom rovnou odpověděli na hlavní bariéru, upřesnili jsme, jak hlučná běžná větrná elektrárna je - pro lepší představitelnost jsme uvedli porovnání s frekventovanou cestou.

Téměř polovina (45 %) veřejnosti by souhlasila s umístěním větrné elektrárny 700 metrů od obce; třetina (35 %) lidí souhlasí i se vzdáleností 350 metrů od posledního domu obce. Další čtvrtině (24 %) veřejnosti je to jedno. Naopak proti umístění elektrárny do vzdálenosti 700 metrů od obce je pětina (18 %) lidí.



4.1.3 Jak má být obecní řešení financováno?

Protože z předchozích fází výzkumu víme, že lidé mají největší zájem o obecní řešení OZE, zjišťovali jsme, jak velký zájem mají zapojit se do projektu i finančně. Abychom opět uvedli respondenty do rozhodovací situace a možnost by pro ně byla uchopitelnější, konkretizovali jsme představu na příklad s větrnými elektrárnami, které jsou podle předchozí části výzkumu u veřejnosti oblíbenějším typem než solární.

¹⁴ Respondentů jsme se ptali postupně: Nejdříve otázkou: *Představte si, že vaše obec zvažuje zřídit větrnou elektrárnu ve vzdálenosti 350 metrů od posledního domu obce. V této vzdálenosti je slyšet o polovinu méně než frekventovaná cesta. Co vy na to?* Těch, co odpověděli, že “v žádném případě”, jsme se doptali na vzdálenost 700 metrů.

Co jsme měřili:

Obec dostane roční příspěvek

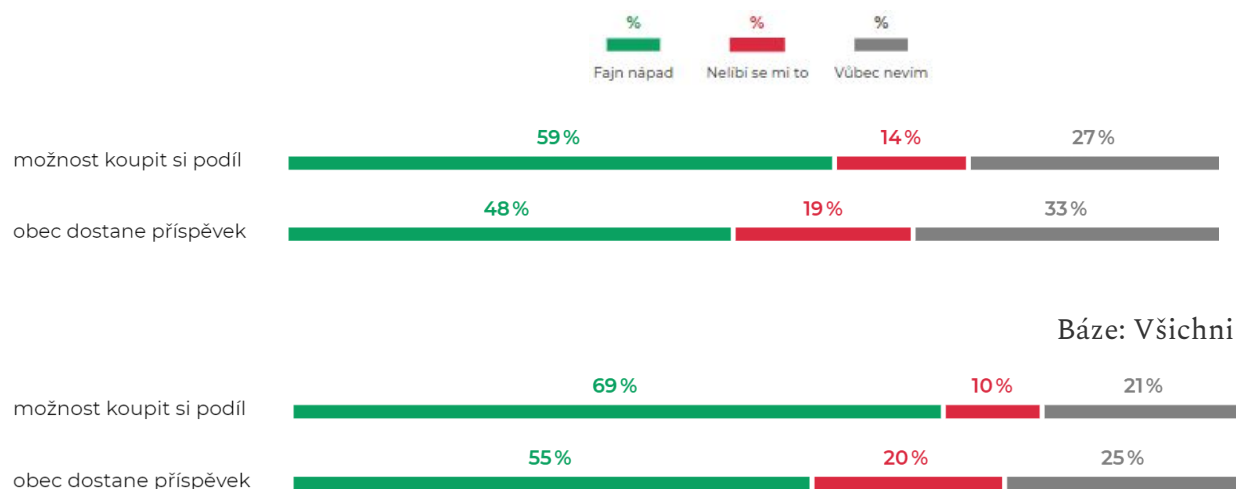
Společnost, která větrnou elektrárnu postaví, nabídne obci roční příspěvek 130 000 Kč za jednu větrnou turbínu.

Možnost koupit si svůj podíl

Do větrné elektrárny investuje přímo vaše obec a nabídne vám možnost koupit si v projektu svůj podíl. Za ten pak získáte odpovídající část zisku za prodej elektřiny do sítě.

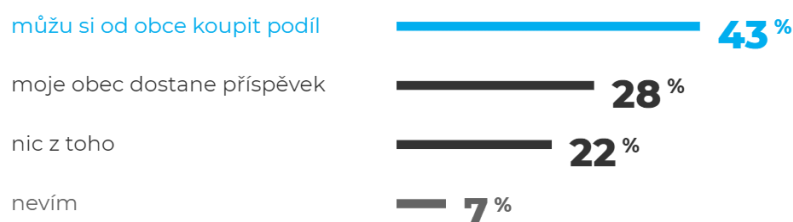
Opět jsem se nejprve ptali na zhodnocení konkrétních nápadů zvlášť a pak na to, který z nich by si vybrali raději. Při představení nápadů zvlášť vedla mezi respondenty možnost koupit si v obecním řešení vlastní podíl - to se líbilo 59 % z nich, zatímco to, že by obecní řešení vlastnila externí firma a obci odváděla roční příspěvek, se líbilo 48 % a 19 % se to nelíbilo.

Navíc z těch, kteří vyjádřili zájem se zapojit do obecního řešení FVE, se možnost koupit si podíl líbila 69 %. Pro srovnání: že by obec dostala příspěvek, se líbilo 55 % z nich. Možnost koupit si podíl se také více líbí lidem ve velkých městech nad 50 tis. obyvatel (líbí se 65 % z nich).



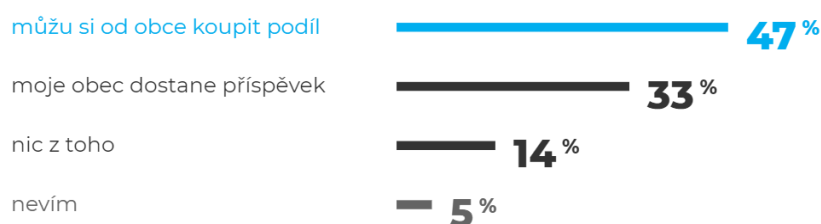
Když si mohli vybrat, jaké z těchto řešení by preferovali, raději si zvolí možnost koupit si na obecní elektrárně podíl (43 %), než aby obec jen dostávala roční příspěvek od externího majitele elektrárny (28 %).

Jaké řešení se vám nejvíce zamlouvá?



Báze: Všichni

Ti, kteří mají zájem se zapojit do obecního řešení OZE, byli rozhodnější - jednu ze dvou možností si vybralo 80 % z nich. Téměř polovina z nich by chtěla mít možnost koupit si podíl, třetina upřednostní příspěvek pro obec od externího majitele FVE.



Báze: Chtějí se zapojit do obecního řešení OZE

4.1.4 Detail: Kdo má zájem se zapojit do obecního řešení?

Metodologická poznámka:

Pro segmentaci trhu byla data z výzkumů propojena s rozsáhlými daty, které o respondentech ze svého panelu Behaviolabs ví, a které se týkají jejich bydlení, stylu života, finanční a pracovní situace i nákupního chování.

Jde o 28 % online populace.

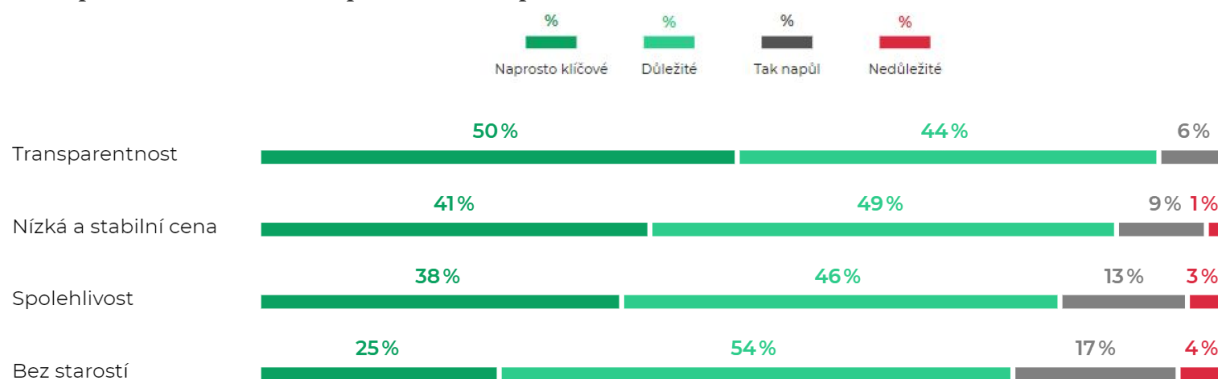
Jaké jsou jejich osobní charakteristiky a lifestyle, ve kterých se významně liší od celku online populace?

- Oproti online populaci více z nich plánuje stavbu domu (16 % oproti 11 %) a má stavební spoření. A chtějí stavět energeticky šetrně (30 % oproti 21 %). Podobně jako populace jich 52 % bydlí v bytě, 45 % v rodinném domě.
- Jsou spokojenější se svým životem a se svou prací.
- Myslí si, že mohou přispět k řešení problémů své obce, země i světa a aktivně se o to snaží.
- Pro budoucnost ČR je důležitější věnovat se více problémům naší země než mezinárodní politice.
- Více z nich pracuje hlavou ("bílé límečky"), jako OSVČ a podnikatelé. Práci si raději řídí sami, než že by byli řízeni. V práci chtějí výzvy. Rutina je pro ně horší

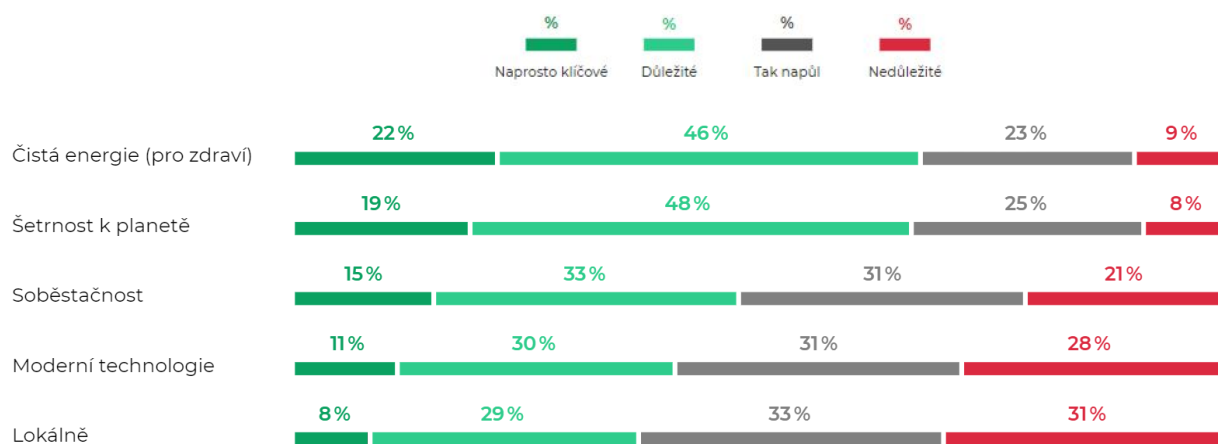
než stres.

Jaké jsou jejich potřeby vzhledem k dodavateli energie?

Obecně se ale ve svých potřebách od dodavatele energie příliš neliší od online populace, o něco klíčovější je pro ně mít čistou energii (vzhledem ke zdraví) a z šetrných zdrojů. Podobně jako pro online populaci je pro ně naprosto klíčová transparentnost - jasně znát podmínky (pro 50 % z nich), nízká a výhledově stabilní cena (pro 41 % z nich) a spolehlivost (pro 38 % z nich).



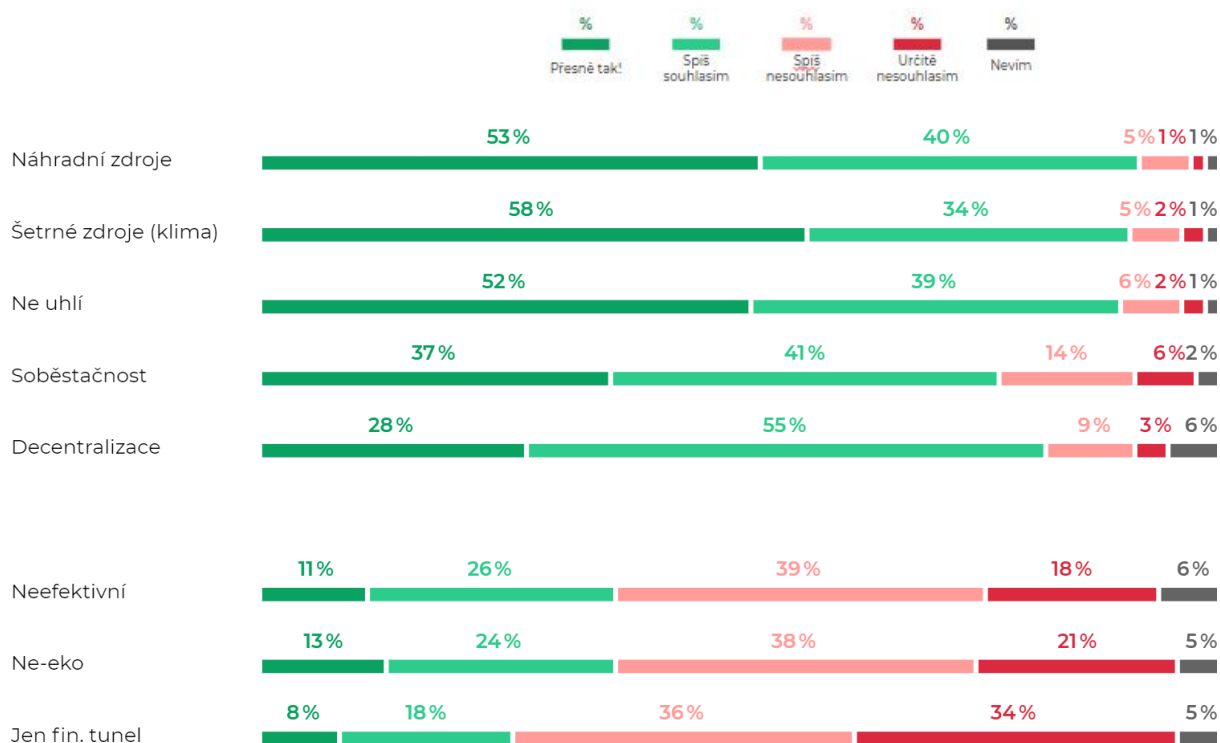
Z ekologických potřeb je pro ně nejsilnější potřeba čisté energie kvůli zdraví vlastního a zdraví lidí v místě elektrárny a šetrnost k planetě - nezatěžování životního prostředí. Soběstačnost, moderní technologie ani lokálně získaná elektřina pro ně nejsou tolik určující.



Báze: Chtějí se zapojit do obecního řešení OZE

Jakým naracím o OZE věří?

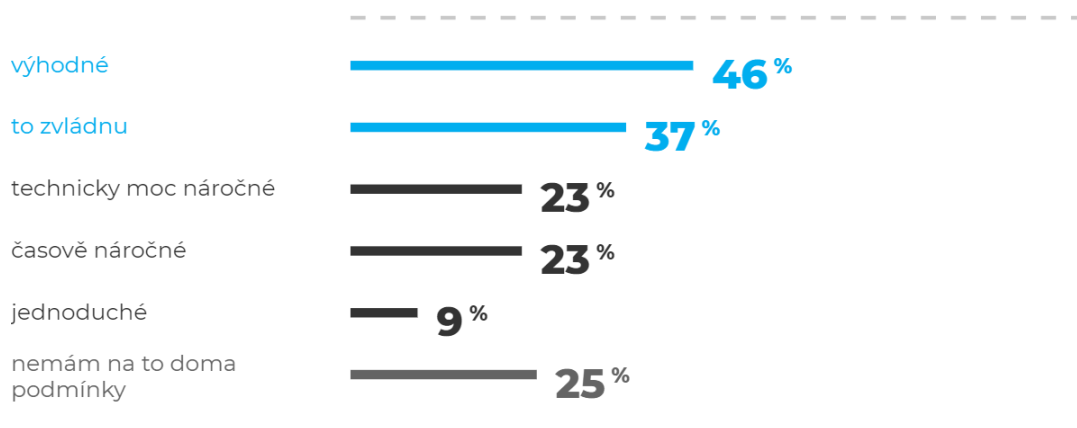
V přesvědčení o platnosti narácí o OZE se oproti online populaci téměř neliší. Zcela souhlasí, že potřebujeme šetrnější zdroje energie, které nepřispívají k dalšímu oteplování planety - jsou klíčové pro budoucnost lidstva (58 % z nich); náhradní zdroje za uhlí nebo zemní plyn, protože dochází (53 % z nich); a že je potřeba zbavit se závislosti na uhelných elektrárnách (51 % z nich).



Báze: Chtějí se zapojit do obecního řešení OZE

Navíc pětina z nich (19 % oproti 13 % online populace) si už nyní při volbě dodavatele energie zjišťuje podíl energie z obnovitelných zdrojů v síti dodavatele.

Jak na ně působí obecní řešení OZE?

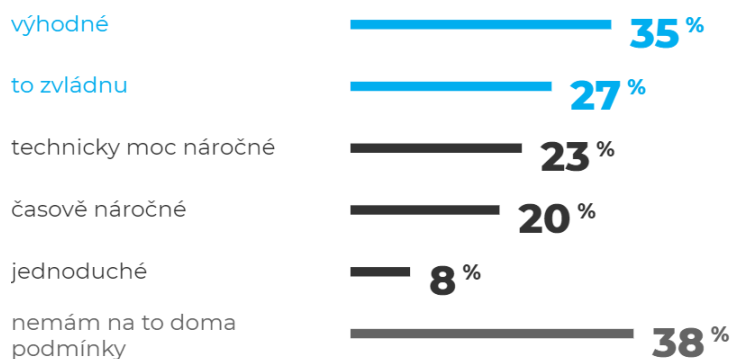


Báze: Chtějí se zapojit do obecního řešení OZE

4.2 Jak na lidi působí vlastní zdroj OZE?

Druhé nejatraktivnější řešení OZE je mít vlastní zdroj: třetina (35 %) české populace to vnímá jako výhodné a čtvrtina (27 %) tak, že to zvládne. A ti, kteří vyjádřili zájem pořídit si vlastní solární panely, hlavně vnímají, že je to výhodné (55 %) a že to zvládnou (51 %).

Jak působí vlastní řešení na populaci:

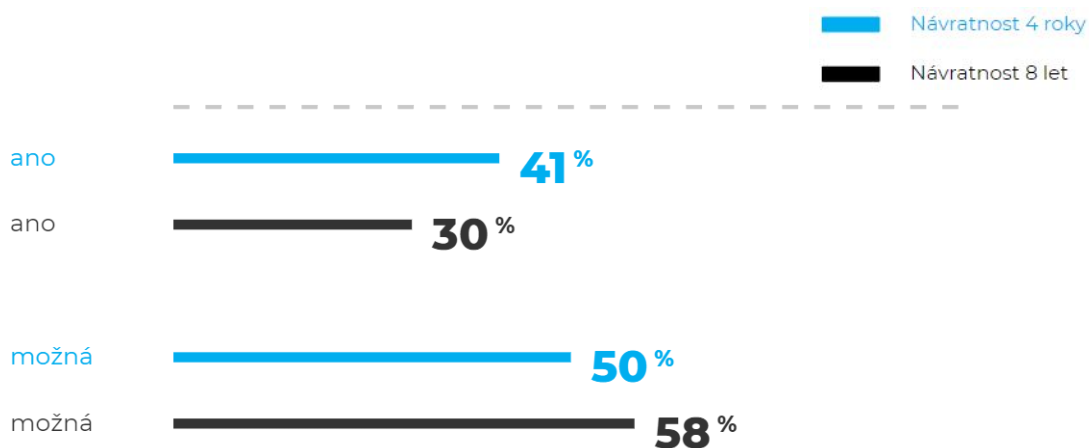


Báze: Všichni

4.2.1 Jakou roli hrají v pořízení vlastního zdroje finance?

Další otázkou byla preference řešení podle návratnosti investice. Testovali jsme, jak zájem o pořízení FVE ovlivňuje očekávaná návratnost řešení. Ptali jsme jen těch, které možnost pořídit si vlastní FVE zaujala (tedy 76 % online populace). Polovině u z nich jsme ukázali nabídku na FVE s návratností čtyř let, polovině s návratností osm let. Počáteční investice byla stejná, ale výše finanční podpory od státu nebyla konkretizovaná. Lépe vyšlo řešení s kratší návratností: zájem o koupi řešení s návratností 4 roky projevilo 41 %, zájem o koupi řešení s návratností 8 let 30 %.

Představte si, že investice do solární elektrárny pro rodinný dům je 340 tis. Kč včetně baterie. Z toho část přispěje stát. Návratnost vychází na 4 roky (*8 let). Měl byste o to zájem?



Báze: Zaujalo je vlastní řešení OZE

Z těch, mají zájem si pořídit vlastní zdroj FVE, by si 65 % pořídló panely s návratností 4 roky (a dalších 32 % by si je možná pořídló). Panely s návratností 8 let by si pořídló 45 % z nich, a dalších 44 % možná.

4.2.2 Detail: Kdo má zájem si pořídit vlastní zdroj OZE?

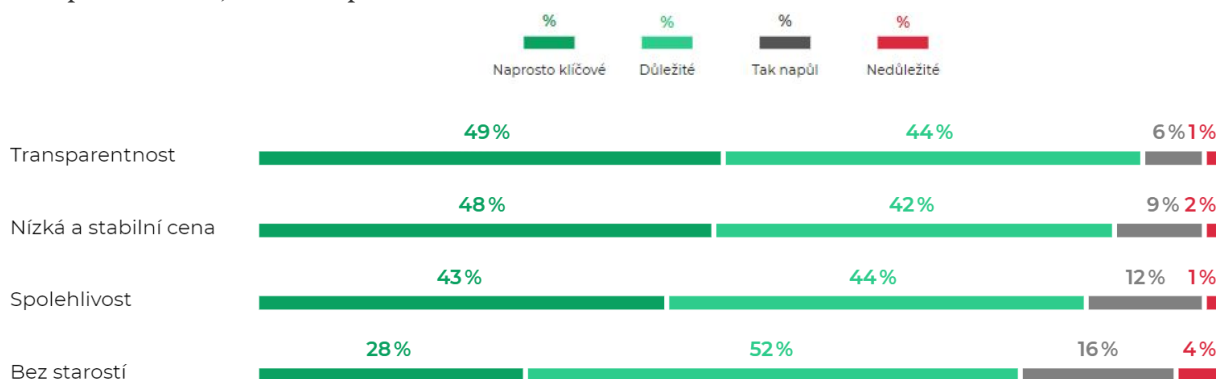
Jde o 20 % online populace.

Jaké jsou jejich osobní charakteristiky a lifestyle, ve kterých se významně liší od celku online populace?

- Spíše šetří, než utrácí (54 % z nich oproti 41 % online populace). Mají stavební spoření a investují. Plánují rekonstrukci (40 % z nich oproti 34 % populace), stavbu domu (18 % oproti 11 % populace), nebo koupi nemovitosti (24 % z nich oproti 17 % populace). A chtějí stavět energeticky šetrně (37 % z nich, oproti 21 % populace).
- Podobně jako česká online populace jich 49 % bydlí v bytě, 47 % v rodinném domě. Častěji bydlí v širším centru velkého města (28 % z nich, oproti 18 % populace).
- Častěji jsou to lidé do 44 let, spíše bezdětní, žijící v nesezdaném soužití.
- Myslí si, že mohou přispět k řešení problémů své obce, této země i světa.
- Kladou důraz na mezinárodní politiku. V práci chtějí výzvy. Rutina je pro ně horší než stres.

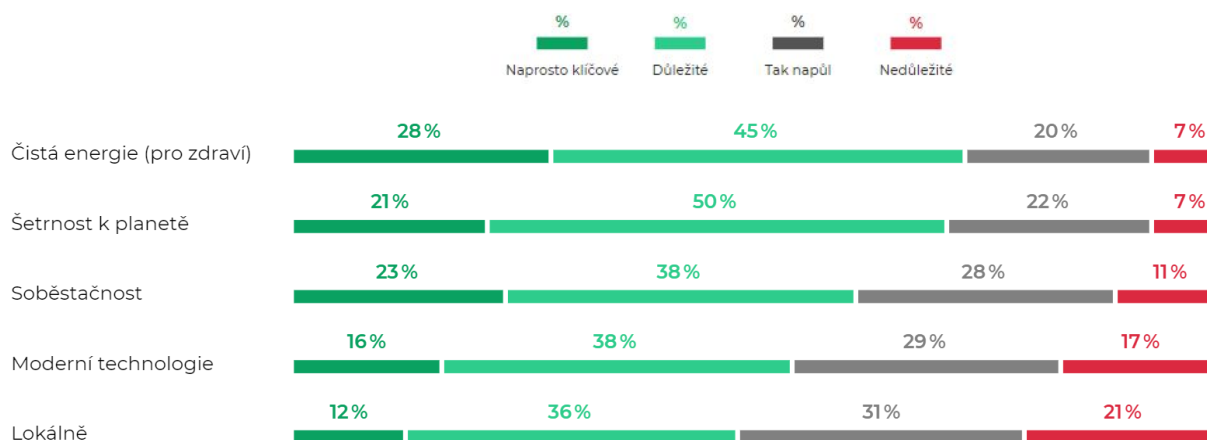
Jaké jsou jejich potřeby vzhledem k dodavateli energie?

Podobně jako pro obecnou online populaci je pro ně u dodavatele hlavní transparentnost, cena a spolehlivost.



Báze: Mají zájem si pořídit vlastní solární panely

Z ekologických potřeb je nejsilnější potřeba čisté energie kvůli zdraví vlastnímu a zdraví lidí v místě elektrárny a šetrnost k planetě - nezatěžování životního prostředí.

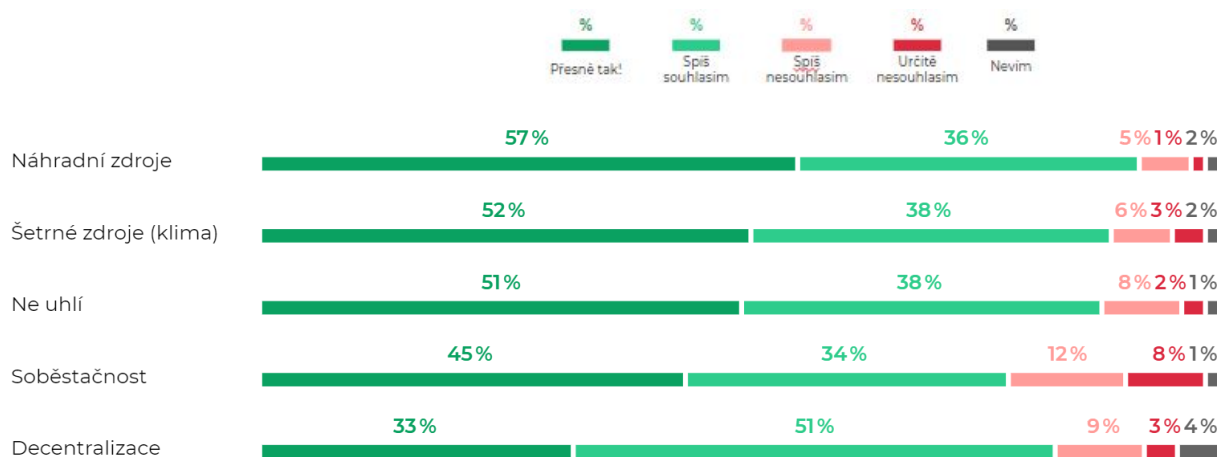


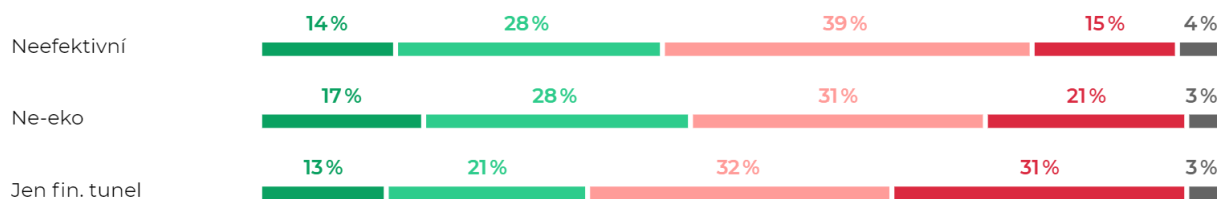
Báze: Mají zájem si pořídit vlastní solární panely

Jakým naracím o OZE věří?

Oproti obecné online populaci jsou vyhraněněji přesvědčení o platnosti pro-OZE pozitivních narací a o neplatnosti anti-OZE narací s výjimkou celkové neekologčnosti zařízení (když vezmeme v úvahu i jejich výrobu i likvidaci) a neefektivity OZE (že nedokážou nahradit energii z uhlí nebo jádra) - v postojích k těmto dvěma naracím se tolik neliší od online populace.

Jinak zcela souhlasí, že potřebujeme náhradní zdroje za uhlí nebo zemní plyn, protože dochází (57 % z nich); šetrnější zdroje energie, které nepřispívají k dalšímu oteplování planety - jsou klíčové pro budoucnost lidstva (52 %) z nich a že je potřeba zbavit se závislosti na uhelných elektrárnách (51 % z nich).

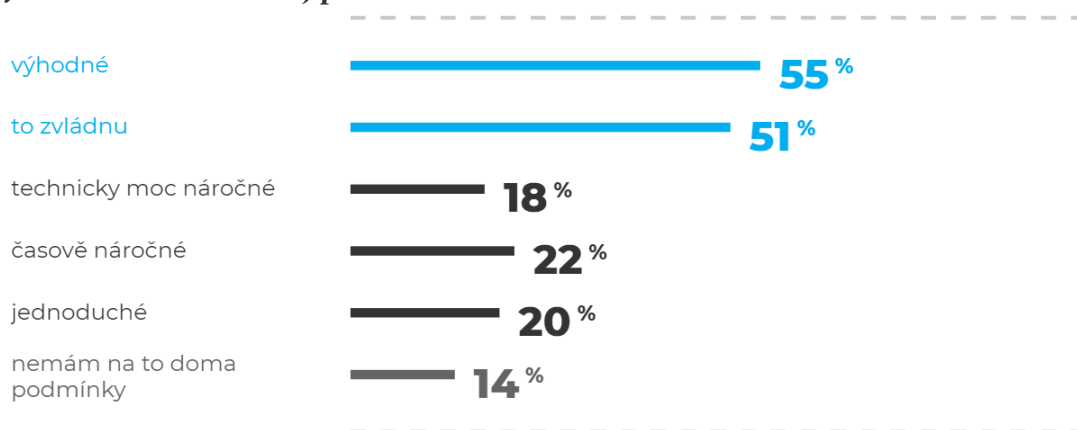




Báze: Mají zájem si pořídit vlastní solární panely

Pětina z nich (21 % oproti 13 % online populace) si při volbě dodavatele energie zjišťuje podíl energie z obnovitelných zdrojů v síti dodavatele.

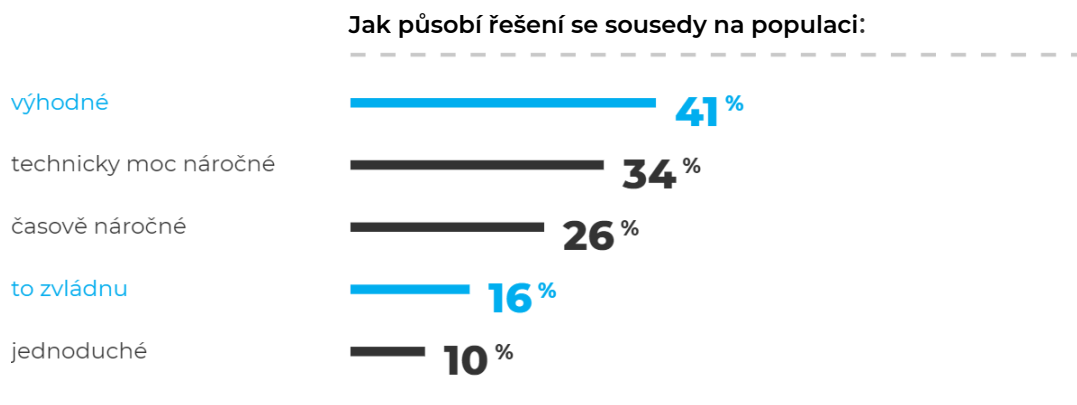
Jak na ně vlastní zdroj působí?



Báze: Mají zájem si pořídit vlastní solární panely

4.3 Jak na lidi působí společný zdroj se sousedy?

Vytvoření energetické komunity se sousedy vyvolalo mezi respondenty nejmenší zájem. Nejméně lidí má pocit, že ho zvládne.



Báze: Všichni

Ti, kteří by měli zájem si se sousedy OZE pořídit (12 % populace), hlavně vnímají, že je to výhodné (podle 74 %) že to zvládnou (41 %). Oproti jiným řešením OZE se sousedy nevnímají jako tak náročné technicky (tak to vidí 18 % veřejnosti), ani časově (tak to

vidí 15 %).

4.3.1 Jakou roli hrají v řešení se sousedy finance?

Měřili jsme jak zájem o vytvoření energetické komunity se sousedy v bytovém domě a v rodinných domech ovlivní výše počáteční investice - jestli zvolí nákladnější, ale výkonnější zařízení FVE; nebo levnější, méně výkonnější panely bez baterie.

Zjistili jsme, že při rozhodování o pořizování společných panelů se sousedy v bytovém domě nehraje pořizovací cena tak distinktivní roli, je-li opodstatněna výkonností panelů. Ti, kteří mají zájem o řešení se sousedy, by si se stejnou pravděpodobností vybrali menší nebo větší řešení s baterií (obojí 43 %, viz graf níže). Slabý rozdíl v rozhodování je vidět u těch, kdo mají silnější zájem si řešení se sousedy pořídit - o něco více z nich by si vybralo panely menší (50 %), než větší s baterií (46 %).



Báze: Zaujalo je řešení OZE se sousedy

Podobně ani v rozhodovací situaci o pořízení společných panelů se sousedy v rodinných domech nejsou pořizovací ceny jediným zásadním rozhodovacím faktorem. Pokud jsou pořizovací cena a návratnost solárních panelů adekvátně vyváženy jejich výkonem a baterií, lidé radantně neupřednostňují levnější řešení. Mezi těmi, kteří mají zájem o řešení se sousedy, byla o málo oblíbenější levnější varianta panelů bez baterie (vybralo by si ji 44 %). Ale mezi těmi, podle nichž je řešení se sousedy *přesně pro ně*, dopadlo rozhodování ještě těsněji - 47 % z nich by si z takové nabídky vybralo větší panely s baterií a téměř stejné množství lidí (46 %) by si vybralo panely menší a méně nákladné, bez baterie.



Báze: Zaujalo je řešení OZE se sousedy

4.3.2 Detail: Kdo má zájem si pořídit řešení OZE se sousedy?

Jde o 12 % online populace.

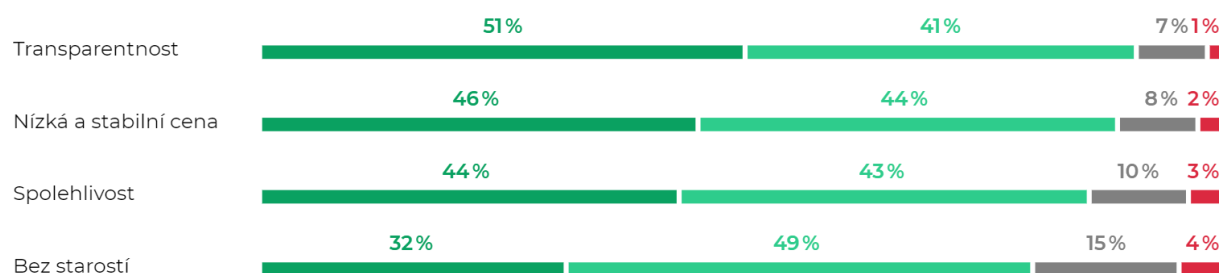
Jaké jsou jejich osobní charakteristiky a lifestyle, ve kterých se významně liší od celku online populace?

- Častěji jsou to svobodní (36 % oproti 24 % populace) mladí bezdětní (30 % z nich oproti 22 % online populace), často do 29 let (28 % z nich). Častěji bydlí se spolubydlícím (16 % z nich oproti 11 % online populace).
- Spíše šetří, než utrácí. Mají stavební spoření a investují. Plánují rekonstrukci (38 % z nich, podobně jako 34 % populace), stavbu domu (19 % oproti 11 % populace), nebo koupi nemovitosti (27 % oproti 17 % populace). A chtějí stavět energeticky šetrně (38 % z nich oproti 28 % populace).
- Častěji bydlí v bytě (69 % z nich oproti 54 % populace), v širším centru velkého města (28 % z nich, oproti 18 % populace), v obci nad 50 tis. obyvatel (40 % z nich, oproti 30 % populace). V rodinném domě jich bydlí 27 %.
- Myslí si, že mohou přispět k řešení problémům své obce, této země i světa.
- Kladou důraz na mezinárodní politiku.
- Více z nich je spokojených se svou prací. Chtějí v ní výzvy. Rutina je pro ně horší než stres.

Jaké jsou jejich potřeby vzhledem k dodavateli energie?

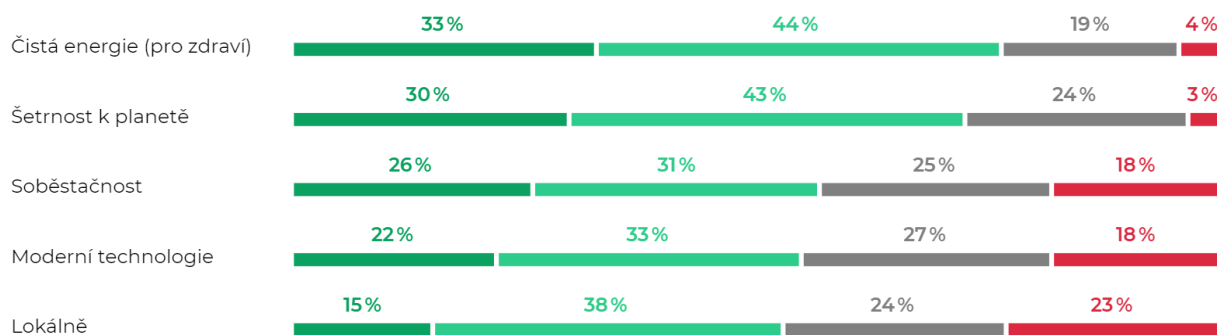
Podobně jako pro obecnou online populaci je pro ně u dodavatele hlavní transparentnost, cena a spolehlivost.

Naprosto klíčová je pro ně: transparentnost - jasně znát podmínky (pro 51 % z nich), nízká výhledově stabilní cena (pro 46 %), spolehlivost (pro 44 % z nich), čistá energie neškodící zdraví (pro 33 % z nich), šetrná k planetě (pro 30 % z nich) a nemuset se o nic starat (klíčové pro 32 % z nich).



Báze: Mají zájem si pořídit OZE se sousedy

Z ekologických potřeb je nejsilnější potřeba čisté energie kvůli zdraví vlastnímu a zdraví lidí v místě elektrárny a šetrnost k planetě - nezatěžování životního prostředí.

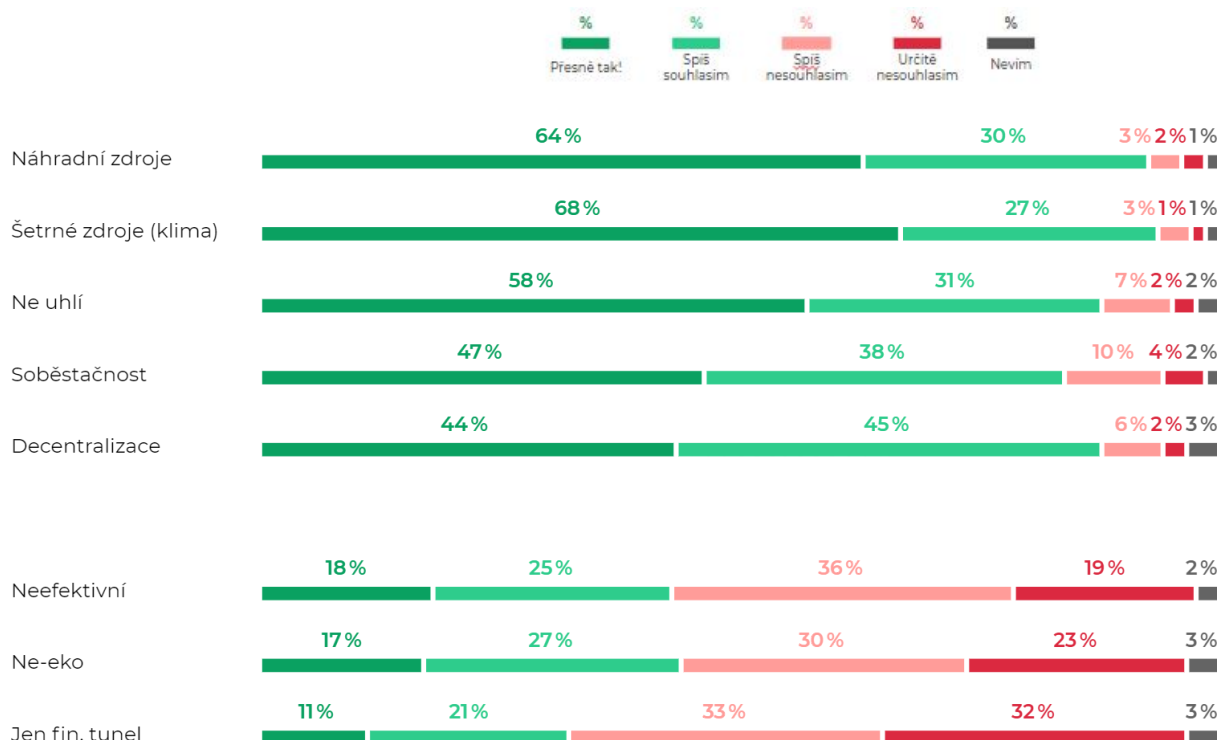


Báze: Mají zájem si pořídit OZE se sousedy

Jakým naracím o OZE věří?

Opět podobně jako ti, kteří mají zájem o vlastní řešení OZE jsou oproti obecné online populaci vyhraněněji přesvědčení o platnosti pro-OZE pozitivních narací a o neplatnosti anti-OZE narací s výjimkou celkové neekologčnosti zařízení (když vezmeme v úvahu i jejich výrobu i likvidaci) a neefektivity OZE (že nedokážou nahradit energii z uhlí nebo jádra).

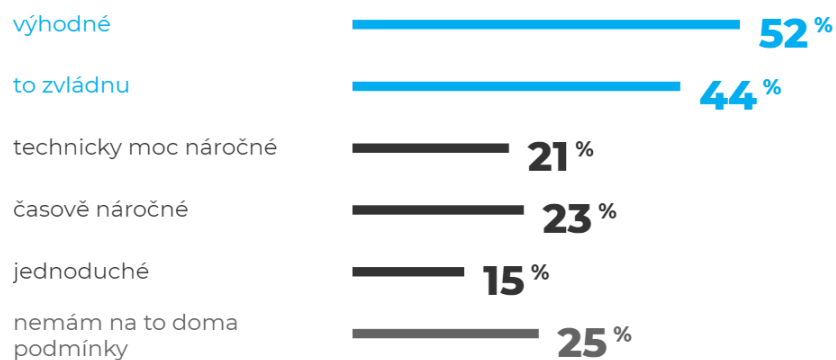
Jinak zcela souhlasí, že šetrnější zdroje energie, které nepřispívají k dalšímu oteplování planety, jsou klíčové pro budoucnost lidstva (68 % z nich); potřebujeme náhradní zdroje za uhlí nebo zemní plyn, protože dochází (64 % z nich); a že je potřeba zbavit se závislosti na uhelných elektrárnách (58 % z nich).



Báze: Mají zájem si pořídit OZE se sousedy

Čtvrtina z nich (26 % oproti 13 % online populace) si při volbě dodavatele energie zjišťuje podíl energie z obnovitelných zdrojů v síti dodavatele.

Jak na ně zdroj se sousedy působí?



Báze: Mají zájem si pořídit OZE se sousedy

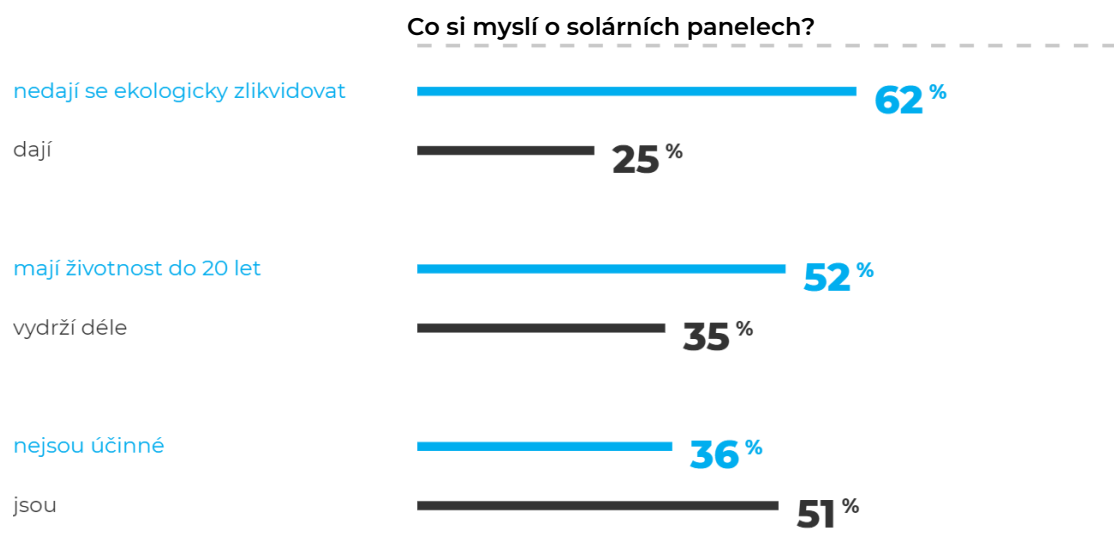
5. Solární panely

Ve výzkumu jsme se také zaměřili specificky na solární panely - na bariéry lidí vůči nim a také na nejprůchodnější řešení. Na základě předchozích výsledků jsme téma rozdělili do několika okruhů a validovali předchozí data:

1. Jaké jsou bariéry FVE? Čemu lidé nedůvěřují a zhoršuje to emoci z FVE?
2. jak funguje vyvrácení bariér racionálními argumenty?

5.1 Jaké jsou bariéry solárních panelů?

Z emocí z různých typů OZE jsme zjistili, že vůči solárním panelům mají lidé nejvíce negativních emocí - má je 19 % veřejnosti (viz podkapitola 2.2). Testovali jsme proto dále, co si myslí o třech tvrzeních o solárních panelech týkajících se jejich ekologické likvidace, životnosti a účinnosti. Ukazuje se, že většina (62 %) nevěří, že se dají ekologicky zlikvidovat, naopak že to jde si myslí jen čtvrtina. Polovina lidí se obává, že životnost panelů je kratší než 20 let a 36 % je přesvědčeno, že nejsou dostatečně účinné.



Báze: Všichni

5.2 Jaké argumenty pro solární panely fungují?

Protože jsme z předchozích fází výzkumu viděli, že lidé jsou vůči recyklovatelnosti, efektivitě a výdrži solárních panelů skeptičtí (i podle hodnocení samotných tvrzení FVE i hlouběji podle narativů o OZE; viz podkapitola 2.4), testovali jsme reakce na komunikační argumenty, které tyto problémy FVE vyvracejí. Cílíme tím na uspokojení potřeby transparentnosti a na ověření, jakou roli v reakci na panely hraje vyjasňování podmínek.

Jaké argumenty pro solární panely jsme měřili:

Záruka

Solární panel, který dlouho vydrží.

Výrobce garantuje výkon panelu po dobu 25 let.

Recyklovatelnost

Solární panel, který nezatěžuje životní prostředí

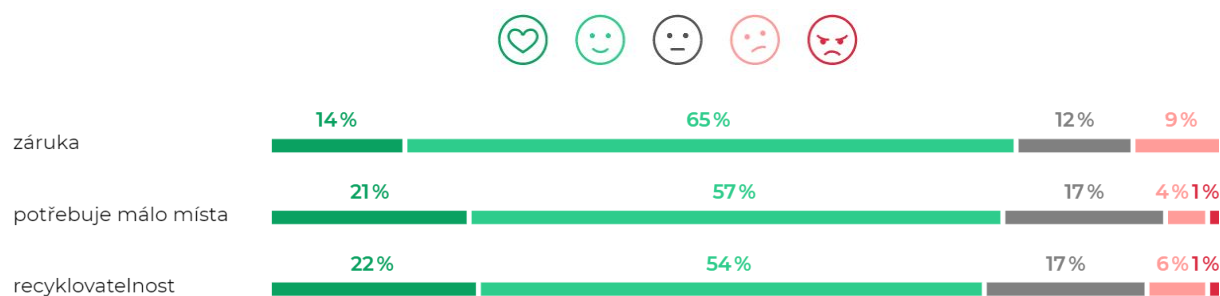
Je plně recyklovatelný - je tvořen sklem, hliníkem, křemíkovou vrstvou a plasty.

Efektivita (nezabírá místo)

Solární panel, který nezabírá místo

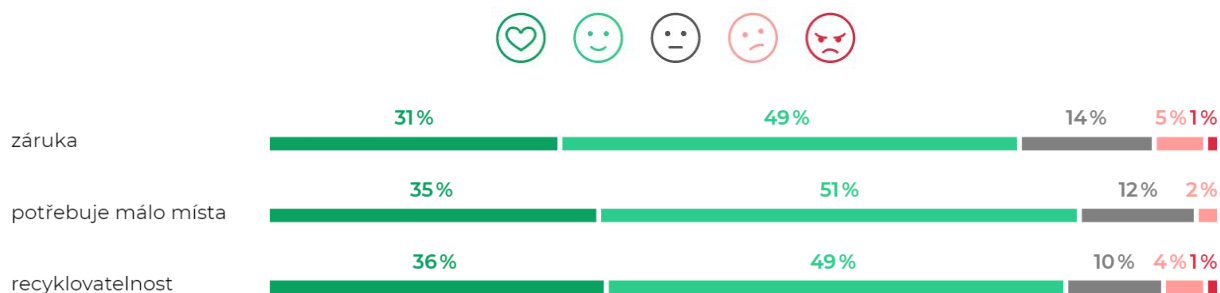
Běžný rodinný domek na sobě může mít tolik panelů, kolik pohodlně stačí k pokrytí většiny jeho roční spotřeby elektřiny. (1 kilowatt instalovaného výkonu zabere zhruba 6 m² šikmé střechy.)

Všechny tři parametry zvyšují důvěru respondentů v technologii solárních panelů. Pokud jsou lidem představovány solární panely s prodlouženou zárukou, s vysvětlením efektivity panelu (přes pokrytí spotřeby domácnosti) a jeho recyklovatelnosti po dosloužení, je pozitivní emoce z panelů větší. Všechny testované argumenty pro solární panely u většiny uspěly: prodloužená záruka (79 % se líbí), efektivita na poměrně malé ploše (78 %), a recyklovatelnost (76 %).



Báze: Všichni

Záruka na panely navíc působí ještě lépe na lidi ve věku 65+. Těm, co už v předchozí fázi výzkumu vyjádřili zájem pořídit si vlastní solární panely, se líbí jejich efektivita (86 % z nich) a recyklovatelnost (líbí se 85 % z nich). S pozitivním ohlasem se setkala i prodloužená záruka na panely 25 let (pozitivní emoce vyvolala v 80 % z nich).



Báze: Mají zájem pořídit si vlastní solární panely

Průměrně pětina má o panely zájem. Větší zájem o panely mají lidé s vyšším příjmem (s čistým příjmem nad 21 tis. Kč měsíčně): o panely, které pokryjí spotřebu domácnosti a nepotřebují moc místa má zájem 36 % z nich, a o panely s prodlouženou zárukou má zájem 32 % z nich. Větší zájem o panely mají i podnikatelé: o efektivní panely nenáročné na místo má zájem 37 % z nich a o panely se zárukou má zájem 33 % z nich. Parametr velkého výkonu panelů na malé ploše a záruky funguje jako rozhodující element. Lidé nad 65 let hodnotí všechny tři vlastnosti panelů častěji jako *dobrou věc, ale nic pro ně*.

	Mám o to zájem	Dobrá věc, ale nic pro mě	Prospěšné	Unikátní	Nevěřím tomu
záruka	22 %	25 %	48 %	19 %	16 %
efektivita (nezabírá místo)	23 %	29 %	52 %	18 %	9 %
recyklovatelnost	19 %	22 %	53 %	22 %	13 %

Báze: Všichni

Mezi těmi, co v předchozí fázi výzkumu uvedli, že mají zájem o vlastní panely, vítězí jako argument záruka na panely: 45 % z nich má zájem panely se zárukou a 43 % má zájem o panely, které nezabírají moc místa a i na ploše střechy jim vyrobí dost energie. Dobré zjištění je, že takto prezentované panely nevzbuzují nedůvěru - nevěří tomu jen desetina dotázaných.

	<i>Mám o to zájem</i>	<i>Dobrá věc, ale nic pro mě</i>	<i>Prospěšné</i>	<i>Unikátní</i>	<i>Nevěřím tomu</i>
záruka	45 %	16 %	52 %	23 %	10 %
efektivita (nezabírá místo)	43 %	15 %	60 %	24 %	10 %
recyklovatelnost	39 %	15 %	62 %	31 %	9 %

Báze: Mají zájem pořídit si vlastní solární panely

Z tohoto vyplývá, že neinformovanost o nových typech efektivnějších recyklovatelných panelů s vyšší životností se dá překonat novou komunikační strategií se zaměřením na efektivitu panelů se vztahu k pokrytí spotřeby běžné domácnosti.

Závěr a klíčová doporučení pro komunikaci OZE

K přechodu na energeticky aktivní spotřebitele nahrává fakt, že česká veřejnost OZE podporuje a je pro ni nezbytné své životní chránit. Více ale věří v sílu institucionálních akcí než kolektivních individuálních akcí a chce, aby OZE řešil a zvýhodňoval stát. Obecně by byli raději, kdyby to někdo jiný vyřešil za ně. Češi mají tendenci chovat se ekologicky zodpovědně, když je to pro ně finančně výhodné. Sice považují za důležité nahradit uhelnou energii za energii z obnovitelných zdrojů a chtějí, aby vláda na podporu OZE vyhradila dostatek financí, protože jsou přesvědčeni, že je to pro budoucnost lidstva klíčové. Avšak na druhou stranu jsou vůči OZE skeptičtí. Nevěří, že je technologie dostatečně výkonná, odolná a ekologická a že finance na ní určené nejsou zneužívány.

Dobrá zpráva je, že mají Češi i pozitivní mínění o OZE, o které se jde opřít a že i hlavní bariéry vůči OZE lze překonat. OZE vnímá česká veřejnost jako potřebné a nutné pro ochranu klimatu, české krajiny a ovzduší. **Nejvíce OZE pomáhá spojení s nutností pro budoucnost, potřebností a šetrností k životnímu prostředí.** Důležitými hybateli ekologických nálad jsou ochrana krajiny a vlastního zdraví. Většina Čechů také věří, že šetrnější zdroje energie, které nepřispívají k dalšímu oteplování planety, jsou klíčové pro budoucnost lidstva. Stejně tak věří, že je potřeba zbavit se závislosti na uhelných elektrárnách, protože narušují klima. A že je důležité mít náhradní zdroje energie, protože dosavadní zdroje docházejí.

Tyto tři narativy o OZE jsou nejvíce přijímané širokou veřejností. Je to nejjistější způsob, jak vyprávět o obnovitelných zdrojích a neškodit jim. Na všech se veskrze shodnou. Proto doporučujeme tuhle argumentaci používat při komunikaci s širokou veřejností pro zlepšení obrazu OZE. Vhodná je i komunikace přes ochranu české krajiny.

Hlavní tři bariéry ve vnímání OZE jsou pochybnosti o: 1) jejich efektivitě a spolehlivosti, 2) celkové ekologičnosti a 3) spojení OZE s korupcí. Dobrá zpráva ale je, že hlavní bariéry vůči OZE lze překonat. Zaprvé je potřeba zbavit OZE spojení s tím, že jsou drahé, spojení s “tunelem na peníze” a vyvrátit pochybnosti o efektivitě a spolehlivosti i celkové ekologičnosti OZE. Finanční výhodnost lze zvýšit finanční podporou od státu, která bude dostupná a nesmí být jen dalším “tunelem na peníze” pro určité podnikatele. Že je třeba zabojovat o spojení OZE s efektivitou, životností a recyklovatelností je vidět i na rozšířenosti negativních narací ve veřejném prostoru. Pochybnosti o efektivitě, spolehlivosti a ekologičnosti řešení se více zakládají na malé informovanosti o OZE, takže je lze vyvrátit informační kampaní.

Ověřili jsme si to u vnímání solárních panelů. Původně se jasně ukázaly obavy z jejich neekologičnosti (vzhledem k efektivitě a nárokům na výrobu a likvidaci), nedostatečné efektivitě a krátké životnosti. Pokud jsou ale lidem představovány

solární panely s prodlouženou zárukou, s vysvětlením efektivity panelu (přes pokrytí spotřeby domácnosti) a se zárukou o recyklovatelnosti po dosloužení, je pozitivní emoce z panelů větší. Dobré zjištění je, že takto prezentované panely u většiny nevzbuzují nedůvěru. Neinformovanost o FVE zahrnuje i to, že lidé nemají příliš představu o tom, kolik by FVE mělo stát, kolik je adekvátní do něj investovat - proto pořizovací cena nemusí nezbytně být minimální, lidé hledí na výkonnost a návratnost panelů (to vidíme z vyjádření zájmu o specifikované solární panely). I toto doporučujeme lidem přehledně vyjasnit. Energetická nezávislost a decentralizace sítě díky OZE, lokálnost ani moderní technologie nejsou tak podstatnými tématy.

Cestou, jak zlepšit vnímání OZE je tedy z jedné strany větší zdůrazňování toho, co už funguje. Je dobré opřít se o drivery pozitivních emocí z OZE a o fungující přesvědčení o nich. Stavět je možné na tom, o čem už je veřejnost přesvědčena: že šetrnější zdroje energie jsou kvůli klimatu klíčové pro budoucnost lidstva a že závislosti na uhelných elektrárnách je třeba se zbavit, protože narušují klima i krajinu. Tyto momenty jsou též zdroje pozitivního dojmu z OZE. **Na druhou stranu je třeba se intenzivně věnovat bariérám - pochybám a obavám.** Je dobré s nimi systematicky pracovat, pochybnosti má totiž i řada lidí, kteří jsou jinak OZE naklonění a kteří zájem stát se aktivními spotřebiteli. Proto je potřeba vyvracet tyto rozšířené obavy opačnými symboly - hledat symboly efektivity a ekologičnosti a ty systematicky s veřejností komunikovat.

A základem pro přechod na energeticky aktivní spotřebitele je uspokojení potřeb od dodavatele energie. Pokud chtějí být OZE úspěšné na trhu, musí úspěšně soutěžit se zavedenějšími zdroji energie a jejími dodavateli. Kvůli tomu OZE musí naplnit potřeby, které jsou pro spotřebitelům vůči dodavateli energie zásadní. Nejdůležitější potřeby lidí od dodavatele energie nesouvisí s ekologií, technologií, nebo nezávislostí (příp. lokálností). Zásadní je pro veřejnost hlavně transparentnost podmínek, finanční výhodnost a spolehlivost. To platí i pro ty, které zaujalo nějaké řešení OZE - ať už vlastní, komunitní se sousedy nebo obecní (viz následující kapitola 4). Navíc ještě důležitější jsou tyto potřeby i pro lidi do 34 let, kteří mají také větší zájem o OZE. Z toho vyplývá, že je potřeba si veřejnost pro přechod na energeticky aktivní spotřebitele získat uspokojením všech těchto důležitých potřeb i v ekologické variantě. Je potřeba transparentně vyjasnit podmínky, zajistit finanční atraktivitu a zajistit spolehlivost dodávek bez náhlého výpadku nebo nedostatku.

Z možných forem řešení jak se aktivně podílet na trhu s energiemi je pro Čechy nejatraktivnějším řešením obecní OZE a vlastní zdroj. Naopak řešení se sousedy vzbuzuje nejmenší zájem, protože ho lidé považují za nejsložitější. Nicméně složitost je významnou bariérou u všech těchto možných řešení (kromě obecního). A právě protože Češi obecně preferují, aby někdo jiný OZE vyřešil za ně, vzbudilo obecní řešení OZE největší zájem. Pokud se tedy jde zapojit jednoduše a bez starostí a za finančně výhodných podmínek, rádi to udělají.

Slabinou všech konceptů je složitost - málo lidí je považuje za *jednoduché* a myslí si, že *to zvládne*. Jako řešení se proto nabízí zjednodušení celého procesu - srozumitelně ho vysvětlit a nabídnout rady - a to jak při administrativě (např. při řešení finanční podpory od státu), tak prakticky (srozumitelně navrhnout modelové řešení vlastního zdroje se všemi zásadními informacemi) včetně schopnosti technicky poradit.

Kromě toho emoci z OZE pomůže i jejich vhodné umístění ve veřejném prostoru: veřejnost je nejvíce uvítá v už nevyužívaných industriálních místech (v brownfieldech a na bývalých skládkách) a také nabídnout lidem možnost i finančně se na obecním řešení podílet.

Charakteristické pro největší zájemce o testované tři modely vlastnictví jsou: mladší věk, velká města, vyšší vzdělání a vyšší příjem. Častěji jde o mladší generace žijící ve velkých městech nad 50 tis. obyvatel, s vyšším příjmem, vyšším vzděláním a potřeby svobody a výzev v práci. Častěji než zbytek online populace plánují rekonstrukci, stavbu domu, nebo koupi nemovitosti.

Obnovitelné zdroje celkově nejlépe vnímají lidé mladí lidé do 34 let. Navíc zásadní dobrý potenciál do budoucnosti vidíme i v nejmladší generaci 18 - 24 let, která se o OZE zajímá už teď nejvíce, ale ještě zcela nevstoupila na energetický trh. Bude zajímavé sledovat, jak se s jejich plným nástupem na ekonomický trh v následujících letech posune i veřejné mínění o OZE a jak se tato šance odrazí na trhu s OZE.

Většinu lidí je tedy potřeba si pro OZE ještě získat, a to jak naplněním jejich potřeb, tak zbavením se všeho, co vnímání OZE poškozují - ať už skrze vyvrácení, nebo přebití funkčními argumenty - najděte funkční symboly a ty systematicky komunikujte. Zbavte OZE negativních nálepek, mluvte o české krajině, demystifikujte - najděte příklady a symboly, které budou představitelné a motivující pro změnu. Zjednodušte proces - lidé musí mít pocit, že si OZE zvládnou zařídit. A nezapomínejte, že vlastní OZE se lidem musí finančně vyplatit.

Metodologie

S výzkumnou agenturou Behaviolabs jsme navrhovali a konzultovali dotazníky na základě rešerše současných dostupných dat z výzkumů na téma OZE - jejich zjištění i slepá místa. V dalších fázích výzkumu jsme se postupně opírali o samotné průběžné výsledky, abychom naše nová zjištění prohloubili a upřesnili ke komplexnímu zhodnocení. K němu jsme naše unikátní data podrobili hlubším analýzám a hypotézám v kontextu celého vlastního výzkumu i rešerše a syntetizovali do závěrů.

Dotazování probíhalo online metodou CAWI na panelu Trendaro. V rámci výzkumu byly dodrženy profesní standardy CAWI výzkumu: u všech panelistů probíhá telefonické ověření identity, je prováděna kontrola e-mailových adres při registraci a dále konzistence odpovědí z dotazníků ověřována dalšími dotazníky.

V krátkých interaktivních dotaznících jsme využívali pokročilé randomizace (rotace nebo výběr otázek, odpovědí, částí dotazníků) a pokročilých filtrů (filtrační otázky v rámci jednoho i řady dotazníků s fokusem na vnitřní logiku odpovědí).

Dotazování probíhalo ve třech vlnách (první dvě proběhly v prosinci 2019, třetí v únoru 2020). Pro analýzu první a druhé vlny byl použit vzorek o velikosti 1000 respondentů, pro třetí vlnu byl vzorek zúžen na 750 respondentů vzhledem k zachování reprezentativity vzorku i přes, z výzkumné praxe normální, pokles vyplněných dotazníků. Výběrové vzorky byly vždy obecná online populace kvótně reprezentativní z hlediska pohlaví, věku, vzdělání, kraje, velikosti obce, výše příjmu, ekonomické aktivity a volebního chování. Vzhledem k velikosti vzorku se v textu věnujeme rozdílům 5 % a větším, které jsou zároveň statisticky odlišné od očekávaného neutrálního rozdělení v populaci (Pearsonův chí-kvadrát test na hladině významnosti 0,05).

Design a metodologie výzkumů byly opřeny o moderní behaviorální vědy, podle kterých je 95 % nákupních rozhodnutí podvědomých a ne racionálních (Zaltman, 2003). Proto je potřeba i v samotném výzkumu používat metody, které umí zachytit podvědomé motivace. Pro validitu odpovědí ve výzkumu je klíčové dotazování co nejvíce přiblížit reálné situaci. Proto firma Behaviolabs používala i v případě tohoto výzkumu interaktivní dotazníky zaměřené na rychlé myšlení, které blíže odpovídá rozhodovací situaci (Kahneman, 2012). Při tomto výzkumu v jeho následných třech vlnách bylo využito spíše simulací rozhodovacích situací, škál s emocemi a rychlých asociací; namísto deklarací skrze baterie otázek a škál. Baterie se škálami jsou pro respondenty kognitivně velmi náročné a jejich odpovědi mohou zkreslovat, protože mohou respondenty stavět do pozice, že se je někdo ptá na něco, na co neznají odpověď, nebo ji obtížně hledají v nabízeném spektru; a když jsou baterie otázek dlouhé, ztrácí respondenti pozornost a jejich odpovědi už také nejsou tolik pravdivé. Tomuto jsme se v našem výzkumu snažili co nejlépe vyhnout.

Seznam použitých zdrojů

Ariely, Dan. Jak drahé je zdarma: proč chytrí lidé přijímají špatná rozhodnutí: iracionální faktory v ekonomice i v životě. Praha: Práh. 2009.

Centrum pro výzkum veřejného mínění (CVVM), Sociologický ústav AV ČR. Tisková zpráva: Česká veřejnost o globálních problémech – květen 2018. Naše společnost - projekt kontinuálního výzkumu veřejného mínění CVVM SOÚ AV ČR, v18-05. 2018.

Centrum pro výzkum veřejného mínění (CVVM), Sociologický ústav AV ČR. Tisková zpráva: Hodnocení ochrany životního prostředí – květen 2019. Naše společnost - projekt kontinuálního výzkumu veřejného mínění CVVM SOÚ AV ČR v19-05. 2019 a.

Centrum pro výzkum veřejného mínění (CVVM), Sociologický ústav AV ČR. Tisková zpráva: Hodnocení stavu životního prostředí – květen 2019. Naše společnost - projekt kontinuálního výzkumu veřejného mínění CVVM SOÚ AV ČR v19-05. 2019 b.

European Social Survey (ESS). Topline Issue 9: European Attitudes to Climate Change and Energy: Topline Results from Round 8 of the European Social Survey. September 2018. (2018 a).

European Social Survey (ESS). Public Perceptions on Climate Change and Energy in Europe and Russia: Evidence from Round 8 of the European Social Survey Public attitudes to welfare, climate change and energy in the EU and Russia (PAWCER). November 2018. (2018 b).

European Union, European Commission. Special Eurobarometer 459 - Wave EB87.1. Climate change. Report. September 2017.

European Union, European Commission. Special Eurobarometer 490 – Wave EB91.3. Climate change. Report. April 2019.

Kahneman, Daniel. Myšlení: Rychlé a Pomalé. V Brně: Jan Melvil (Pod Povrchem). 2012.

Krajhanzl, Jan, Tomáš Chabada a Renata Svobodová. Vztah české veřejnosti k přírodě a životnímu prostředí: reprezentativní studie veřejného mínění. 1. vyd. Brno: Masarykova univerzita, 2018.

Median. Postoje české veřejnosti k energetické koncepci a těžbě uhlí. Výzkumná zpráva. 2019.

STEM, Češi se obávají změn klimatu a podporují uhlíkovou neutralitu. Mají ale strach z dopadů na českou ekonomiku [online]. 3.3.2020 [cit. 4.3.2020]. Dostupné z: <https://www.stem.cz/cesi-se-obavaji-zmen-klimatu-a-podporuji-uhlikovou-neutralitu-maji-ale-strach-z-dopadu-na-ceskou-ekonomiku/>.

Sharp, Byron. How brands grow: What marketers don't know. Oxford: Oxford University Press. 2010.

Zaltman, Gerald. How Customers Think: Essential Insights into the Mind of the Market. Harvard Business Review Press. 2003.

Přílohy

Příloha č. 1 - Přehled zájmu podle výše čistého příjmu domácnosti

Obecní řešení OZE:

	kvóta		do 10 tis		11-15 tis. Kč		16-20 tis. Kč		nad 20 tis. Kč	
Chci se zapojit!	280	28%	54	23%	103	26%	63	31%	60	36%
Zajímá mě to.	495	50%	110	47%	206	52%	99	49%	80	48%
Dobrá možnost, ale nic pro mě.	171	17%	47	20%	70	18%	35	17%	19	11%
Úplně mimo...	54	5%	23	10%	17	4%	7	3%	7	4%
Báze	1000	100%	234	100%	396	100%	204	100%	166	100%

Řešení OZE se sousedy:

	kvóta		do 10 tis		11-15 tis. Kč		16-20 tis. Kč		nad 20 tis. Kč	
Přesně pro mě!	124	12%	21	9%	47	12%	24	12%	32	19%
Zajímá mě to.	452	45%	96	41%	192	48%	98	48%	66	40%
Dobrá možnost, ale nic pro mě.	315	32%	82	35%	123	31%	58	28%	52	31%
Úplně mimo...	109	11%	35	15%	34	9%	24	12%	16	10%
Báze	1000	100%	234	100%	396	100%	204	100%	166	100%

Vlastní řešení OZE:

	kvóta		do 10 tis		11-15 tis. Kč		16-20 tis. Kč		nad 20 tis. Kč	
Přesně pro mě!	197	20%	39	17%	83	21%	35	17%	40	24%
Zajímá mě to.	555	56%	129	55%	217	55%	115	56%	94	57%
Dobrá možnost, ale nic pro mě.	203	20%	51	22%	83	21%	43	21%	26	16%
Úplně mimo...	45	5%	15	6%	13	3%	11	5%	6	4%
Báze	1000	100%	234	100%	396	100%	204	100%	166	100%

Příloha č. 2 - Přehled zájmu podle velikosti sídla

Řešení OZE se sousedy:

	kvóta		do 2 tis. ob.		2-10 tis. ob.		10-50 tis. ob.		nad 50 tis. ob.	
Přesně pro mě!	124	12%	18	7%	25	12%	31	14%	50	17%
Zajímá mě to.	452	45%	113	43%	98	45%	104	46%	137	46%
Dobrá možnost, ale nic pro mě.	315	32%	97	37%	68	31%	67	30%	83	28%
Úplně mimo...	109	11%	34	13%	26	12%	23	10%	26	9%
Báze	1000	100%	262	100%	217	100%	225	100%	296	100%