

ENERGOOSZCZĘDNOŚĆ

Raport badawczy

Styczeń 2022

MediaMarkt®

Spis treści

Metodologia badania.....	3
Podsumowanie wyników.....	4
Szczegółowe wyniki badania.....	5
Struktura demograficzna.....	14
Kontakt.....	16

Metodologia badania



Cel badania:

Głównym celem badania było sprawdzenie postaw dotyczących energooszczędności



Metoda badawcza::

Wywiady on-line (CAWI) na panelu internetowym SW Panel



Próba badawcza:

W ramach badania przeprowadzono 1023 ankiety z reprezentatywną próbą Polek i Polaków



Respondent:

Polki i Polacy powyżej 18 roku życia, zgodnie z rozkładem płci, wieku i klasy wielkości miejscowości



Termin realizacji badania : 25/01 – 26/01.2022

Metodologia badania

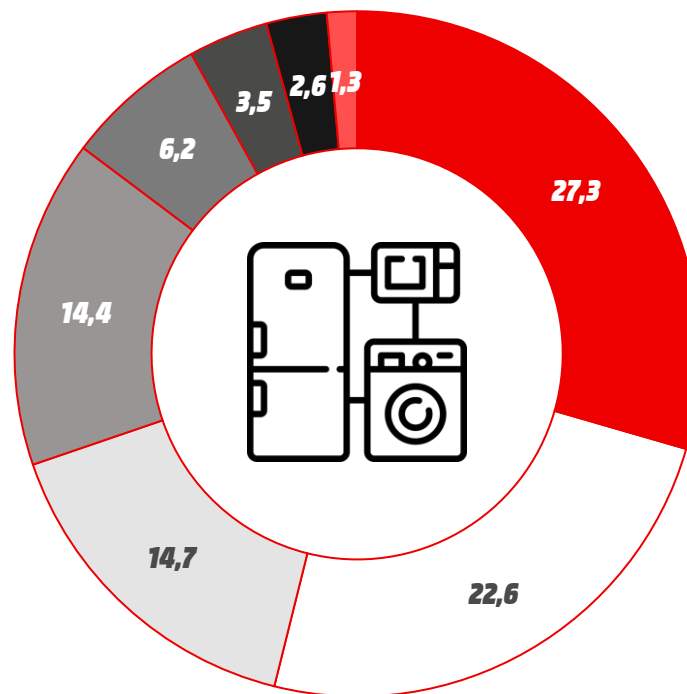
- Urządzenia uważane za te pobierające najwięcej energii to lodówka (27%) oraz czajnik elektryczny (23%). W dalszej kolejności respondenci wskazywali pralkę (15%) i telewizor (14%).
- 2 na 3 uczestników badania umiarkowanie ocenia swój poziom wiedzy na temat nowych etykiet energetycznych na urządzeniach AGD/RTV. 16% respondentów uważa, że poziom ten jest bardzo wysoki, niewiele większy odsetek badanych (17%) nisko ocenia swoją wiedzę o nowych oznaczeniach urządzeń AGD/RTV.
- Energooszczędność urządzenia w dużym stopniu wpływa na decyzję o zakupie w przypadku częściej niż co drugiej osoby (55%). 37% respondentów deklaruje, że ma ona umiarkowany wpływ na zakup, kolejne 6% badanych kieruje się energooszczędnością w niewielkim stopniu, a 2% deklaruje, że nie ma to w ogóle znaczenia.
- Częściej niż 3 na 4 osoby są skłonne zapłacić więcej za energooszczędne urządzenie, żeby zaoszczędzić na rachunkach za energię. Blisko co dziesiąta osoba nie zdecydowałaby się na droższy zakup, a 14% badanych nie wie jaką podjęłoby decyzję.
- Osoby uczestniczące w badaniu częściej przykładają wagę do energooszczędności głównie ze względu na własną sytuację finansową (44%) niż przez wzgląd na środowisko naturalne (16%). Częściej niż co trzecia osoba obie te kwestie uważa za jednakowo ważne (36%), w przypadku 3% badanych energooszczędność nie ma żadnego znaczenia.
- Blackout nie jest problemem, którego badani w najbliższym czasie obawiają się w dużym stopniu. Co czwarta osoba w ogóle się go nie boi, ponad połowa respondentów (54%) deklaruje, że nieco się go obawia. Braku prądu mocno obawia się 16% badanych, kolejne 6% odczuwa bardzo mocną obawę.
- Podwyżka cen energii zachęciła do większego przywiązywania uwagi do etykiety energetycznych umieszczonych na urządzeniach AGD/RTV $\frac{3}{4}$ badanych osób. W przypadku 12% respondentów wzrost cen nie będzie miał wpływu na czytanie przez nich oznaczeń, taki sam odsetek uczestników badania, nie wie jeszcze czy sytuacja ta wpłynie na sposób w jaki zapoznają się z oznaczeniami.
- 4 na 10 badanych jest zdania, że wzrost cen energii umiarkowanie wpłynął na ich domowy budżet, Blisko co trzecia osoba (31%) wpływ ten uważa za niewielki, a 7% za niezauważalny. Prawie co 4 osoba odczuła znaczące skutki podwyżki.

Szczegółowe wyniki badania

Urządzenie pobierające najwięcej energii

Jakie urządzenia w Twojej ocenie zużywają miesięcznie najwięcej energii elektrycznej w Twoim gospodarstwie domowym?

- lodówka
- czajnik elektryczny
- pralka
- telewizor
- zmywarka
- żelazko
- suszarka
- Inne, jakie?

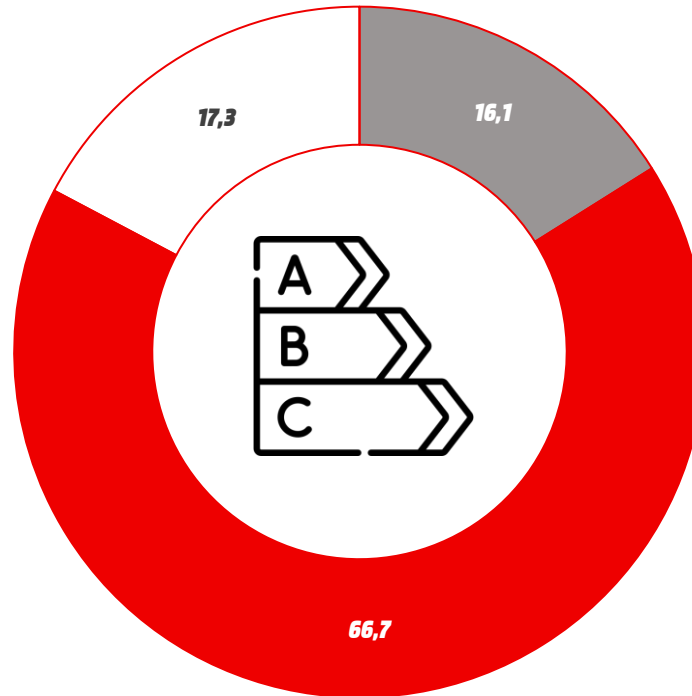


struktura demograficzna

Znajomość nowych oznaczeń na etykietach urządzeń AGD/RTV

Jak oceniasz swój poziom wiedzy na temat nowych etykiet energetycznych na urządzeniach AGD/RTV?

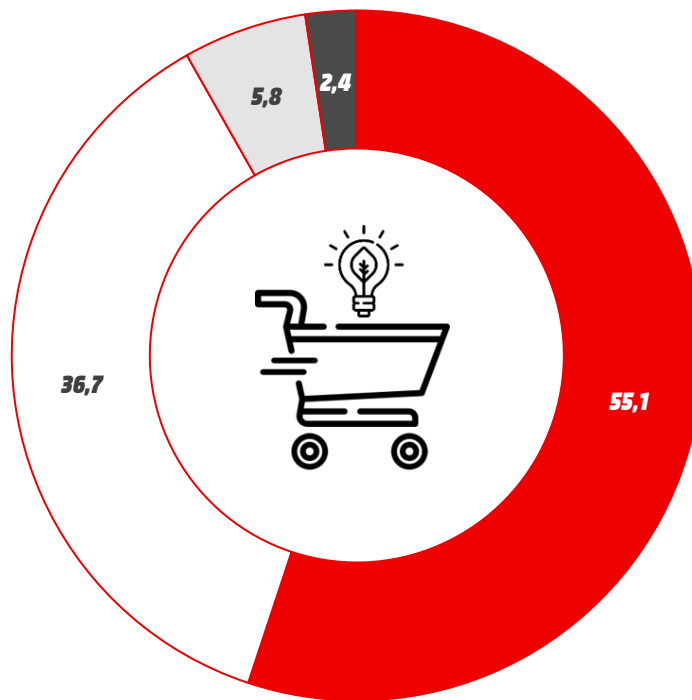
- Wysoki poziom
- Umiarkowany poziom
- Niski poziom



Wpływ energooszczędności na decyzję o zakupie

W jakim stopniu energooszczędność wpływa na Twoją decyzję o zakupie danego urządzenia?

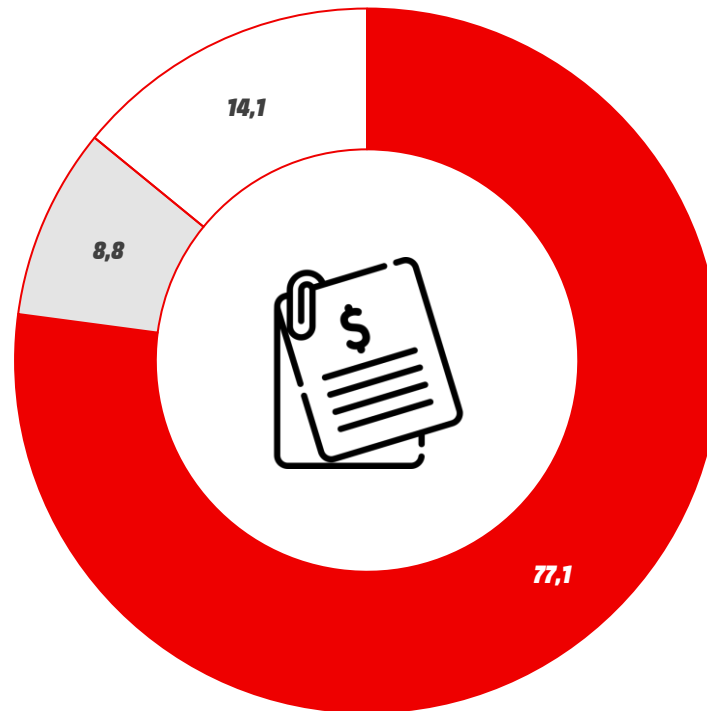
- W dużym stopniu
- W umiarkowanym stopniu
- W niewielkim stopniu
- W ogóle nie wpływa



Zakup droższego urządzenia z zamiarem oszczędzania na rachunkach

Czy jesteś skłonny/a zapłacić więcej za urządzenie energooszczędne, żeby zaoszczędzić na miesięcznych rachunkach za energię?

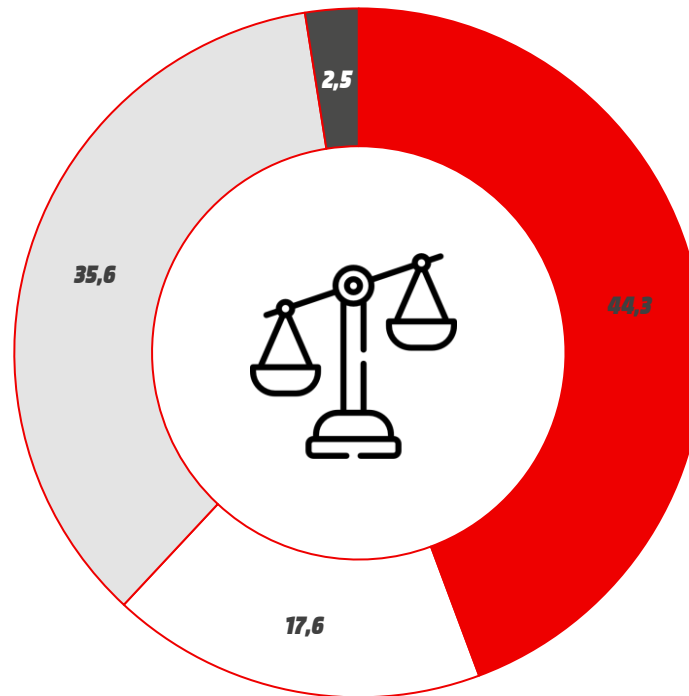
- Tak
- Nie
- Nie wiem



Znaczenie energooszczędności

Energooszczędność ma dla Ciebie znaczenie...

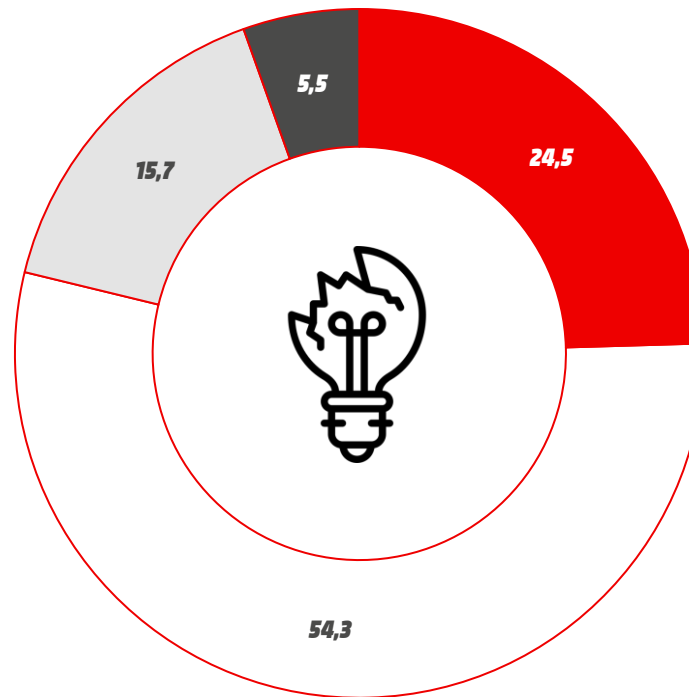
- ...głównie ze względu na moje prywatne wydatki na prąd
- ...głównie ze względu na środowisko naturalne
- ...obie kwestie są dla mnie jednakowo ważne
- Nie ma to dla mnie znaczenia



Obawa przed blackoutem

W jakim stopniu obawiasz się awarii w dostawach prądu (blackoutu) w najbliższych miesiącach?

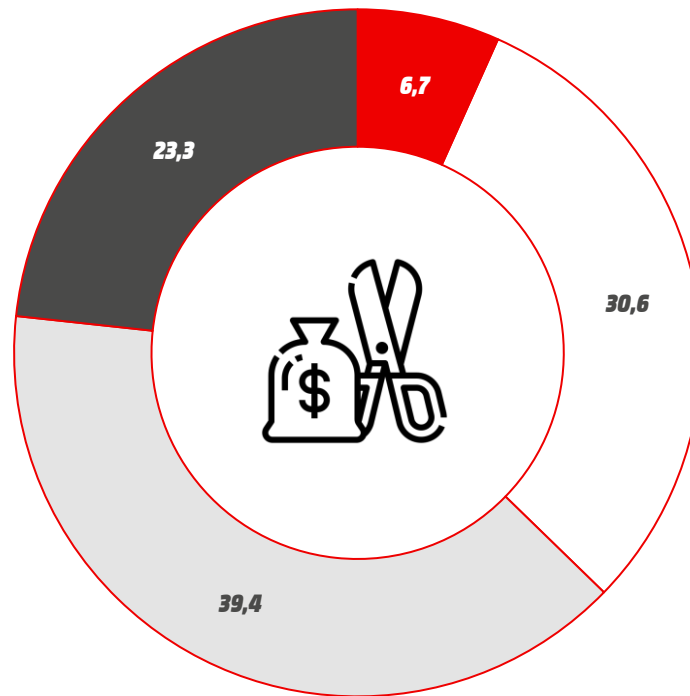
- W ogóle się nie obawiam
- Nieco się obawiam
- Mocno się obawiam
- Bardzo mocno się obawiam



Wpływ wzrostu cen energii na domowy budżet

W jakim stopniu wzrost cen energii wpłynął na Twoje domowe finanse?

- Niezauważalnie
- W niewielkim stopniu
- Umiarkowanie
- Znacząco



Struktura demograficzna

Metodologia badania



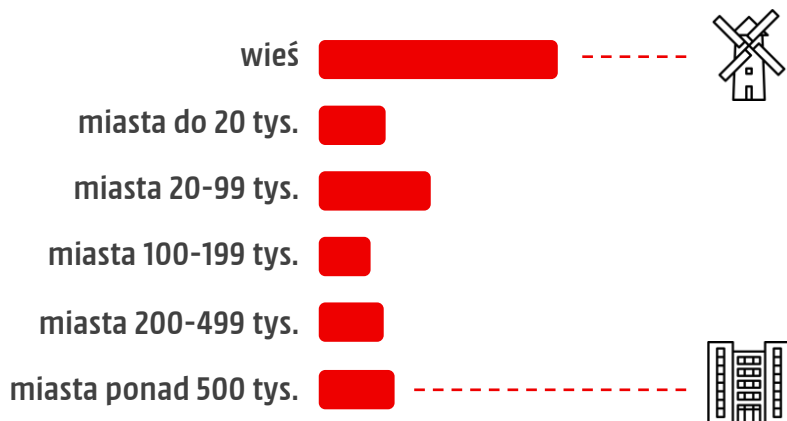
Płeć



kobieta

mężczyzna

Wielkość miejscowości



Kategoria wiekowa



do 24 lat

25-34 lat

35-49 lat

powyżej 50 lat



Wykształcenie



podstawowe/gimnazjalne

zasadnicze zawodowe

średnie

wyższe



Miesięczny dochód netto



Poniżej 1000 PLN

1001-2000 PLN

2001-3000 PLN

3001-5000 PLN

pow. 5000 PLN

odmowa odpowiedzi

Kontakt

Informacje dodatkowe:

Wioletta Batóg

Rzecznik Prasowy MediaMarktSaturn Polska

Tel.: 022 517 11 00

e-mail: batog@mediamarktsaturn.pl

mediamarkt.pl

facebook.com/MediaMarktPolska