

ВИКОРИСТАННЯ КОМУНІКАЦІЙНИХ ЗАХОДІВ ДЛЯ ЗМЕНШЕННЯ ЕНЕРГОСПОЖИВАННЯ

Ананьїна М.В., Літвиненко М.В.

*Національний технічний університет
«Харківський політехнічний інститут», м. Харків*

Зменшення енергоспоживання є одним з головних завдань сучасного суспільства, оскільки це допомагає знизити викиди шкідливих речовин в атмосферу та зберегти природні ресурси. Комунікаційні заходи – це ефективний інструмент для популяризації енергоефективних практик та стимулювання населення до зменшення свого енергоспоживання.

Організація інформаційних кампаній є одним з найефективніших способів популяризації енергоефективних практик. Зокрема, розміщення рекламних банерів на вулицях та в громадських місцях, розсилка листівок та буклетів, проведення презентацій та семінарів. Важливо забезпечити доступність інформації для широкої аудиторії та використовувати просту та зрозумілу мову [1].

Конкурси та акції можуть бути ефективними засобами стимулювання населення до зменшення свого енергоспоживання. Наприклад, Фонд енергоефективності провів конкурс кращих енергоефективних проектів «Нагорода Фонду енергоефективності», під час якого визначив найкращу громаду, ОСББ, энергоаудитора і ЗМІ. Всіх переможців нагородили цінними призами, тим самим простимулювали їх брати участь у таких заходах [2].

Не менш ефективним способом популяризації енергоефективності є використання онлайн-комунікацій. Створення веб-сайту або блогу, де будуть розміщені корисні поради та інформація про енергоефективність, може залучити багато людей. Також можна використовувати соціальні медіа для поширення інформації та організації дискусій з громадськістю.

Наостанок зазначимо, що співпраця з місцевими органами влади та громадськими організаціями є дієвим прикладом синергії, яка допомагає поширювати необхідні знання для населення. Зокрема, підписання Меморандумів, проведення навчання та семінарів може значно збільшити ефективність комунікаційних заходів та стимулювати населення до зменшення свого енергоспоживання. Важливо постійно аналізувати результати комунікаційних заходів та вдосконалювати свою стратегію для досягнення максимального ефекту.

Література:

1. Курбан О.В. PR у маркетингових комунікаціях. 2014. С. 7 – 9.
2. Сайт Фонду енергоефективності <https://eefund.org.ua/>