

BADANIE PRZEDSIĘBIORCY NIE OGRANICZAJĄ WYDATKÓW NA ENERGIĘ ELEKTRYCZNA

Firmy mogą zmieniać sprzedawców

Dla większości małych i średnich firm liberalizacja rynku energii to czarna magia. Nic dziwnego, że do tej pory nie podejmowały żadnych kroków w kierunku zmiany sprzedawcy.

Barbara Wiatrowska

gp@infor.pl

Do niedawna nikt nie badał świadomości małych i średnich odbiorców energii elektrycznej w zakresie korzyści, jakie niesie liberalizacja rynku energii. Pierwszy obraz tego zjawiska pokazały dopiero wyniki badań przeprowadzonych przez Adama Nogi z Wyższej Szkoły Przedsiębiorczości i Zarządzania (WSPiZ), Witolda Włodarczyka z Urzędu Regulacji Energetyki (URE) i Marka Kulesę z Towarzystwa Obrotu Energią (TOE). Wyniki potwierdziły przypuszczenia branżowych ekspertów. Istnieje ogromna potrzeba edukacji menedżerów w celu uświadomienia im zasad funkcjonowania rynku energii oraz korzyści, jakie może dać zmiana sprzedawcy.

Aż 65 proc. przedsiębiorców prowadzących małe i średnie firmy nigdy nie słyszało o możliwości zmiany sprzedawcy prądu.

Co więcej, 60 proc. nie zrobiło nic, aby ograniczyć wydatki na prąd, a przecież możliwości jest wiele. Przykładem może tu być zmiana charakterystyki poboru energii (zmniejszenie zużycia w szczytach i spłaszczenie zapotrzebowania w poszczególnych godzinach doby), na którą zdecydowało się niecałe 11 proc. badanych. Większą popularnością cieszy się wykorzystywanie technik energooszczędnych. Do takich praktyk przyznaje się co piąty badany przedsiębiorca. Zmianą sprzedawcy prądu zainteresowały się zaledwie 2 spośród 253 ankietowanych firm.

Choć dotychczasowa aktywność małych i średnich firm w zakresie poszukiwania tańszych sprzedawców prądu nie jest imponująca, to ich deklaracje co do przyszłości napawają optymizmem rynkowych entuzjastów. Niemal wszyscy przedsiębiorcy potwierdzili, że niższa cena energii zmobilizowałaby ich do zmiany sprzedawcy. Jak

PROJEKT BADAWCZY

Badania uruchomione z inicjatywy Leszka Juchnicwicza, prezesa Urzędu Regulacji Energetyki, zrealizowano pod kierunkiem prof. dr. hab. Adama Nogi z Wyższej Szkoły Przedsiębiorczości i Zarządzania im. L. Koźmińskiego, przy współpracy Marka Kulesy, dyrektora biura Towarzystwa Obrotu Energią i dr. Witolda Włodarczyka z URE. Wywiady z 253 przedsiębiorcami (klientami Stoenu, Zakładu Energetycznego Warszawa-Teren, Zakładów Energetycznych Okręgu Radomsko-Kieleckiego oraz plockiego oddziału Energi) przeprowadzili studenci (12 osób) WSPiZ, członkowie Studenckiego Koła Naukowego K-5 w czerwcu 2006 roku.

Połowa badanych firm prowadzi działalność usługową (reszta zajmuje się m.in. handlem i produkcją). 70 proc. ankietowanych przedsiębiorstw zatrudnia od 1 do 10 osób, a 65 proc. zużywa rocznie mniej niż 10 MWh prądu. Dla 55 proc. energia elektryczna stanowi mniej niż 10 proc. całkowitych kosztów funkcjonowania przedsiębiorstwa.

korzystna musiałaby być konkurencyjna oferta, aby skusić odbiorcę? Dla 9,5 proc. badanych firm warto byłoby się schylić po oszczędności wynikające z co najmniej 5-procentowego rabatu w stosunku do aktualnych cen. 31,2 proc. oczekuje cen 5-10 proc. niższych niż obecnie, a 37,9 proc. – atrakcyjniejszych o 10-20 proc. 21,3 proc. przedsiębiorców z małych i średnich firm decyduje o zmianie sprzedawcy dopiero wtedy, gdy będą mogli zaoszczędzić co najmniej 1/5 wydatków na prąd.

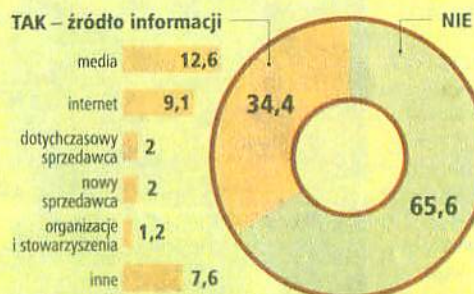
Autorzy badania podkreślają, że należy szeroko upowszechnić wiedzę o ryn-

ku energii elektrycznej. Zdaniem Witolda Włodarczyka chodzi szczególnie o takie informacje, które pokażą, gdzie tkwią rezerwy odnalezienia niższych kosztów, zarówno na skutek działań proefektywnościowych (zmniejszenie zużycia energii), jak i konkurencji rynkowej sprzedawców energii. Ankietowani przedsiębiorcy oczekują działań edukacyjnych przede wszystkim za pośrednictwem broszur i informatorów. Chcieliby również móc uzyskać potrzebne wiadomości u aktualnego sprzedawcy, jak również w Urzędzie Regulacji Energetyki.

– W poszukiwaniu wiarygodnych doradców (przy wyborze sprzedawcy energii elektrycznej) badane przedsiębiorstwa zdecydowanie preferują wytwórcę energii elektrycznej. Zauważa się tradycyjną na polskim rynku nieufność do pośredników, którzy według praktycznie zweryfikowanych reguł teorii rynku odgrywają bardzo potrzebną rolę informacyjną i alokacyjną. W Polsce funkcjonuje już kilkadziesiąt przedsiębiorstw, specjalizujących się w handlu energią elektryczną. Pełnią one rolę typowych pośredników handlowych. To właśnie ci pośrednicy starają się tak kształtować swój portfel zakupów energii od producentów, aby zaferować odbiorcom korzystniejsze ceny od tych, które są zawarte w taryfach lokalnych – twierdzi Witold Włodarczyk. ▀

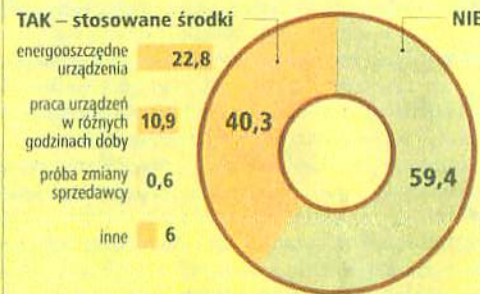
Co przedsiębiorcy wiedzą o rynku energii elektrycznej

Czy wie pan/i że możliwa jest zmiana sprzedawcy energii? (w proc.)



Źródło: badanie WSPiZ

Czy firma podejmowała działania racjonalizujące koszty zużycia energii? (w proc.)



Co skłoniłoby firmę do zmiany sprzedawcy energii? (w proc.)



MC