



# Rynek energii elektrycznej oczami „standardowego, przeciętnego” odbiorcy końcowego w grupie gospodarstw domowych: 1997 – 2016 – 2030

Kamil Pluskwa-Dąbrowski, Prezes Rady Krajowej - Federacja Konsumentów  
Targi Energii 2016, 29-30 września 2016 r. Jachranka

---

# 1997-2016: Wielka transformacja

relikt gospodarki nakazowo-rozdzielczej -> regulacja -> konkurencyjny rynek

ceny ustawowe -> ceny regulowane -> ceny konkurencyjne

monopole lokalne -> oligopol naturalny -> swobodny wybór sprzedawcy

brak ochrony -> prawa odbiorcy końcowego -> prawa konsumenta

brak wskaźników jakościowych -> wskaźniki jakościowe -> taryfy jakościowe,  
odpowiedzialność odszkodowawcza

Apoteoza wytwarzania -> „święta sieć” -> orientacja na odbiorcę

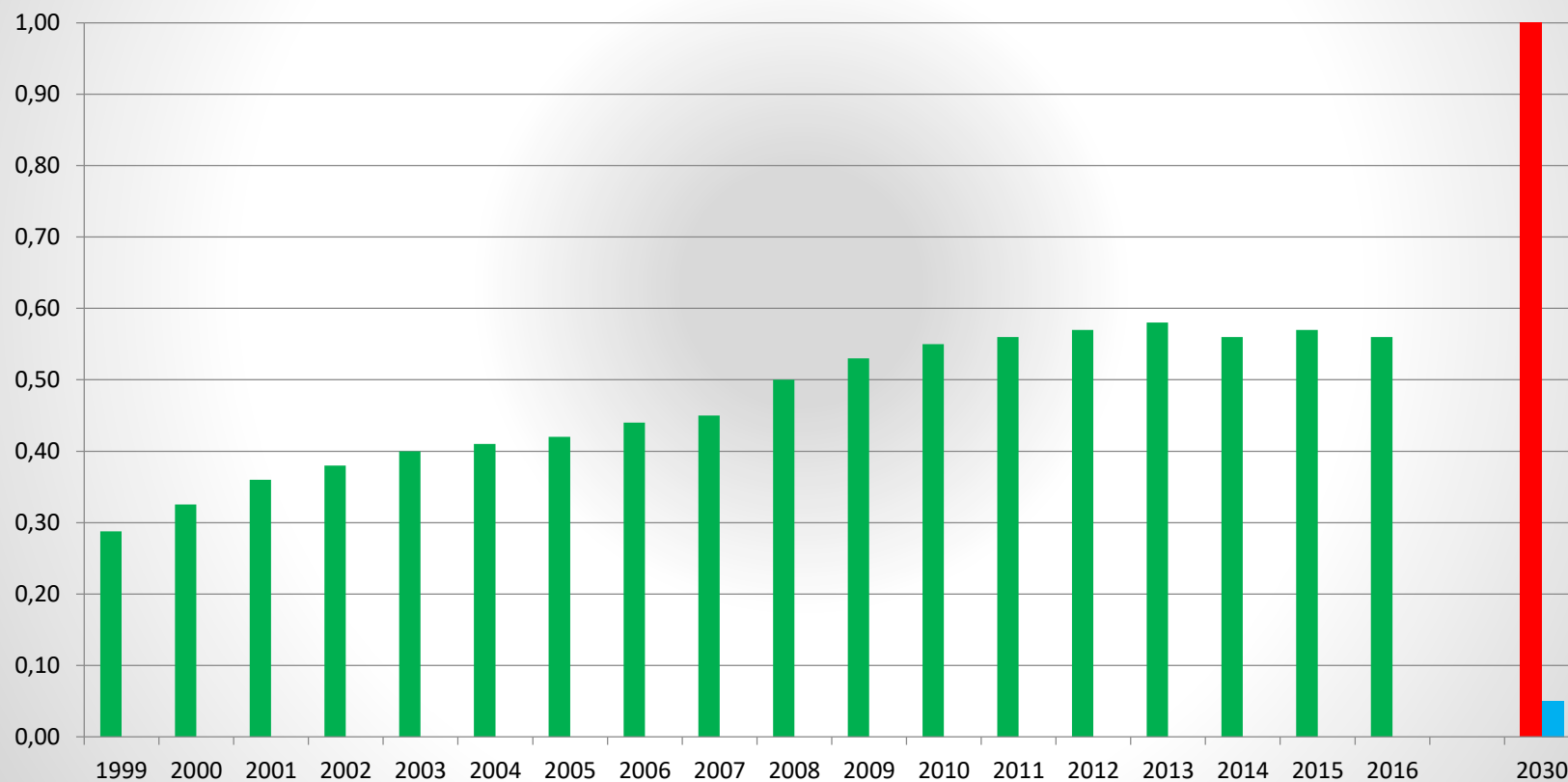
**PETENT** -> **KLIENT** -> **PARTNER (KONSUMENT 2.0)**

## Czy energia jest droższa niż 15 lat temu?

W latach 1999-2014 energia elektryczna dla gospodarstw domowych podrożała o 137%.

Na podstawie medianowego wynagrodzenia netto sprawdzono, jak zmieniały się nasze pensje w stosunku do kosztów utrzymania lokum. Z tych wyliczeń wynika m.in., że statystyczny Polak w 2014 roku za całe medianowe wynagrodzenie mógł kupić o 3,15% mniej kilowatogodzin energii elektrycznej, niż 15 lat wcześniej.

# Cena 1 kWh, średnia w zł, z dystrybucją, brutto



źródło: stat.gov.pl

## 2016: Zmiana – rewolucja czy ewolucja? Czynniki.

- Rozwój OZE – farmy, klastry, prosumenci i tanich źródeł energii
- Rozwój technologii zarządzania energią – smart grid, magazyny energii
- Nowe narzędzia miękkie: DSR, DSM
- Internet rzeczy
- Wzrost zapotrzebowania na energię
- Potrzeba poczucia bezpieczeństwa
- Rachunek ekonomiczny i bariery finansowe
- Uwarunkowania społeczne

# Zmiana: trendy konsumenckie

- Fitness – komfort, automatyzacja, prostota rozwiązań
- Kompleksowość – wiele korzyści w jednym pakiecie
- Mobilność – „tu i teraz”, „gdziekolwiek jesteś”
- Efektywność – kosztowa, czasowa, społeczna
- Kontrola – samodzielna lub powierzona

# Rok 2030: „Raport mniejszości” czy „Mad Max”?

- Zaawansowana automatyzacja i cyfryzacja po stronie popytu
- Autonomiczne i samowystarczalne systemy zarządzania
- Obsługa klienta i indywidualizacja ofert (marketing behawioralny)
- Abonament / pre-paid / mix – czy model dotychczasowy?
- Energię kupuję od sąsiada? – klaster / offgrid
- Magazyn energii w szafce kuchennej?
- KONSUMENT 3.0.



# 2030: Sprzedawca 3.0

- Redefinicja rynkowej roli sprzedawcy
  - Sprzedajemy rozwiązania oparte na energii, a nie energię
- Relacja B2C oparta na indywidualnej diagnozie potrzeb
  - Marketing behawioralny, optymalizacja oferty, automatyzacja, obsługa klienta, odbiorcy wrażliwi

Jak się do tego przygotować?

- Budowa długoterminowych relacji z klientem
- Bezpieczeństwo, zaufanie, kompetencje miękkie
- Elastyczność planowania i realizacji projektów

