

M
i
S
Z
M
A
S
Z



K.P.
10.06.13

Daniel Ostrowski "O konkurencyjności tego, czego nie widać - cz. III"

Fahrenheit Crew

Od lat już paru mamy konkurencję na rynku energii. Dla nas, konsumentów, oznaczać ma to, zgodnie z intencjami unijnych prawodawców, niesamowite korzyści. Bo przecież – gdzie jest zdrowa konkurencja, tam możliwość wyboru, a jednym z najważniejszych jego kryteriów jest cena. Tu się też wyraża specyfika tego rynku i tego produktu.

Weźmy taki rynek samochodów. Mrowie producentów, marek i konkretnych modeli daje nam niesamowite możliwości. Ktoś potrzebuje auta tańszego, ktoś inny luksusowego (cena nie gra roli), jeden zwraca uwagę na dostępność części, a inny na ofertę gwarancyjną. W rezultacie, mając dobre rozeznanie w rynku, zawsze znajdziemy coś dla siebie, wybierając według tego kryterium, które nas interesuje.

Z energią elektryczną jest o wiele prościej. Nie ma, dajmy na to, kwestii jakości. Czy wybierzemy tego, czy innego sprzedawcę, za jakość (czyli zachowanie parametrów energii) odpowiada miejscowy dystrybutor. Nie ma kryterium luksusu, bo ten budujemy sobie sami w domu (firmie) odpowiednimi urządzeniami, zwiększymy co najwyżej zapotrzebowanie na ilość energii. A w tej sprawie – znowu trafiamy do dystrybutora. Nie istnieje problem funkcjonalności, nie potrzebujemy konkretnego rodzaju energii do konkretnych zastosowań, bo odbiorniki są zestandaryzowane i jedyna różnica, w warunkach domowych, to kwestia tego, czy wymagają one 230, czy 400 voltów. A z tym (instalacja 1 lub 3-fazowa) też idziemy do dystrybutora. Pozostaje więc tylko jakość obsługi klienta i cena.

Tylko dwa kryteria, według których możemy rozróżniać atrakcyjność sprzedawców energii. Prościzna, prawda?

Primo – jakość obsługi. Kategoria, niestety, niemierzalna. Można się opierać na doniesieniach prasowych lub komentarzach internetowych (zwłaszcza narzekaniach), ale to nam niewiele pomoże, bo odbiorcy przeważnie narzekają na wszystkich po równo. Sprawdzić biuro obsługi klienta osobiście też nie jest łatwo, nasz dotychczasowy sprzedawca ma zapewne jakieś, gdzieś w pobliżu, ale jak sprawdzić sprzedawców z innych miast? Dzwonić. A jak telefonicznie się zorientować, jak to rzeczywiście wygląda, gdy nie mamy konkretnej sprawy do załatwienia?

Pozostaje nam secundo – cena. Wyszukanie kilkudziesięciu sprzedawców w internecie, prześledzenie ich stron, znalezienie wśród mrowia informacji tej jednej, wcale nie najlepiej wyeksponowanej. Przekonanie się, że połowy z tych sprzedawców w ogóle nie interesują gospodarstwa domowe, że znaczna część nie informuje o swoich cenach, tylko zaprasza do wizyty lub telefonu, by przedstawić konkretną ofertę (nasz przedstawiciel niebawem Cię odwiedzi!). Pozostanie nam kilku, założmy optymistycznie, że dziesięciu, i w końcu namierzamy tego najtańszego. I zonk – gdy się okaże, że to nasz aktualny sprzedawca!

Ale jeśli jednak nie, to... stoimy przed szansą na obniżenie rachunku za prąd. I tak dochodzimy do tego, co w tym wszystkim najciekawsze, o czym słyszeliście, zastanawialiście się, może nawet baliście się zapytać?

Zmiana sprzedawcy energii elektrycznej.

Zacznijmy od nakreślenia ról i wyjaśnienia pojęć.

W procesie zmiany sprzedawcy najwięcej do zrobienia ma **dystrybutor**. W ramach usług dystrybucyjnych odczytuje on stany liczników. Te trzeba przekazać odpowiedniemu sprzedawcy, by mógł zafakturować odbiorcę za zużycie energii. Zapisanie w systemie informatycznym dystrybutora informacji, że odczyt danego odbiorcy należy od konkretnego dnia przekazywać danemu sprzedawcy, jest najważniejszą czynnością, finałem całej procedury.

Dotychczasowy sprzedawca to oczywiście ten, który dotąd świadczył nam usługę sprzedaży energii elektrycznej. W zdecydowanej większości przypadków będzie to równocześnie tzw. **sprzedawca z urzędu**. Kto to jest?

W czasach minionych, jak wspominaliśmy w pierwszej części artykułu, całością zagadnienia zajmował się jeden miejscowy Zakład Energetyczny. Nie było wówczas konieczności definiowania różnych rodzajów usług związanych z energią, więc umowy nazywane były po prostu umowami o sprzedaż energii elektrycznej. W chwili rozdziału funkcji z danego ZE powstawały dwie firmy, świadczące adekwatne usługi – sprzedawca i dystrybutor. Wymagałoby to, z dnia na dzień, zawarcia tysięcy nowych umów z odbiorcami, i to podwójnie, bo osobne umowy musieliby zawrzeć sprzedawcy, a osobne OSD. Ustawodawca rozwiązał problem, tworząc osobną kategorię umów – **umowy kompleksowe**, czyli obejmujące równocześnie usługi sprzedaży i dystrybucji energii. Wszystkie dotychczasowe umowy sprzedażowe stały się więc umowami kompleksowymi. Stroną umowy kompleksowej nie jest dystrybutor, a sprzedawca z urzędu, ten sam, który na danym terenie był wcześniej częścią jednego Zakładu Energetycznego. Z tego wynika, że sprzedawcą z urzędu jest podmiot, który nominalnie działa na danym terenie, choć oczywiście sprzedawcy mogą obecnie działać na terenie całego kraju.

Obecnie umowy kompleksowe są doskonałym narzędziem, ułatwiającym życie odbiorcy, który nie chce komplikacji, podwójnych faktur, biur obsługi klienta nie wiadomo gdzie i innych kłopotów. Jeśli nabyliśmy mieszkanie, budujemy dom, najmujemy lokal dla firmy, możemy zawrzeć umowę kompleksową z działającym na naszym terenie sprzedawcą z urzędu. Będzie to, niewątpliwie, najprostsza droga do nabycia usług sprzedaży oraz dystrybucji energii elektrycznej.

Nowy sprzedawca to ten, z którego usług chcemy skorzystać. Jego rola w procesie jest niewielka, musi zawrzeć z odbiorcą umowę sprzedaży i wspólnie z nim złożyć u dystrybutora informację o zmianie.

Co bardziej sprytnym odbiorcom przyjdzie zapewne do głowy sposób na oszukanie systemu. Zawieramy umowę z nowym sprzedawcą, osobną z dystrybutorem, a po jakimś czasie rezygnujemy z usług sprzedawcy. Voila! Płacimy tylko za usługi dystrybucyjne (co stanowi ok. 30-40% całego rachunku) i nadal mamy prąd!

Taka sytuacja oczywiście nie może mieć miejsca, każda ilość dostarczonej przez dystrybutora energii musi być również sprzedana. I to właśnie dystrybutor pilnuje, by żaden odbiorca nie znalazł się w takiej sytuacji. Ale jak?

Sprzedawca rezerwowy (alarmowy). Jego rola zaczyna się w momencie, gdy aktualny sprzedawca z jakichkolwiek przyczyn zaprzestaje świadczyć odbiorcy usługę sprzedaży energii. Ciągłość tej usługi musi być przecież zachowana. Jeśli więc nie ma przesłanek do rozwiązania również umowy dystrybucyjnej i demontażu licznika, sprzedaż podejmuje właśnie sprzedawca rezerwowy. Kto nim jest? Może być każdy sprzedawca, który zgłosi dystrybutorowi taką chęć i zawrze z nim stosowną umowę. W praktyce najczęściej sprzedawcami rezerwowymi są te same firmy, które na danym terenie są sprzedawcami z urzędu.

Ale wróćmy do odbiorcy, chcącego mniej zapłacić za energię. Od czego zacząć? Od poszukania tańszego sprzedawcy. Często znajdują nas sami, ich przedstawiciele przychodzą do domu czy firmy albo telefonują. Można szukać na własną rękę, pełną listę sprzedawców znajdziemy na stronie internetowej Urzędu Regulacji Energetyki, pod adresem: <http://www.maszwybor.ure.gov.pl/> - na mapce po lewej stronie klikamy w nasz obszar zamieszkania, pojawi się nam lista sprzedawców działających na naszym terenie - czyli posiadających stosowne umowy generalne z naszym dystrybutorem. Można tam też znaleźć linki do różnych stron ułatwiających poszukiwania, gdzie np. wpisujemy nasz obszar, grupę taryfową i zapotrzebowanie energetyczne (http://ure.gov.pl/ftp/ure-kalkulator/ure/formularz_kalkulator_html.php) a odpowiednia aplikacja wykona porównanie cen różnych sprzedawców. To na pewno jest dobre na początek, choć trzeba pamiętać, że strony takie nie są w stu procentach miarodajne, a informacja z nich pochodząca nie jest pełna. Najlepiej więc wybrać kilku sprzedawców i pomolestować ich osobiście, oczywiście przez telefon. To jest pierwszy krok.

Gdy wybraliśmy sprzedawcę, musimy załatwić kilka formalności. Trzeba wypowiedzieć umowę dotychczasowemu sprzedawcy, zawrzeć z nowym, poinformować o tym fakcie dystrybutora na stosownym formularzu. Istotne jest zwłaszcza to ostatnie, bo właśnie OSD przeprowadza procedurę zmiany sprzedawcy dla odbiorców znajdujących się na jego terenie.

Najprostsza droga to zawarcie umowy z nowym sprzedawcą i upoważnienie (albo udzielenie mu pełnomocnictwa ew. umocowanie) go do pozostałych czynności. Procedurę tę stosuje większość sprzedawców, znacząco ułatwia ona załatwienie sprawy z punktu widzenia odbiorcy-laika. Nowy sprzedawca wypowie za nas umowę dotychczasowemu i złoży zgłoszenie zmiany sprzedawcy, wcale nie prosty dokument, dystrybutorowi, a także podpisze za nas umowę dystrybucyjną. A potrzebuje do tego tylko naszego podpisu pod pełnomocnictwem i jednej lub dwóch faktur, z których uzyska dane niezbędne do wpisania w zgłoszeniu: adres, grupa taryfowa, deklarowane zużycie energii elektrycznej (miesięczne/roczne).

Sama procedura zmiany sprzedawcy trwa, jeśli mieliśmy dotychczas umowę kompleksową ze sprzedawcą z urzędu, miesiąc. To jest tzw. pierwsza zmiana sprzedawcy. W przypadku drugiej, lub kolejnej zmiany (czyli w sytuacji, gdy odbiorca ma już osobną umowę dystrybucyjną) procedura trwa czternaście dni. Zapewne terminy te ulegną skróceniu, gdyż celem URE od samego początku jest przyspieszenie procedur i ułatwienie odbiorcom korzystania z konkurencyjnych ofert.

W tym czasie mija okres wypowiedzenia dotychczasowej umowy sprzedaży (przeważnie miesiąc, bywa dłuższy) i umowa się rozwiązuje, dystrybutor zawiera z odbiorcą umowę dystrybucyjną (jeśli ten jeszcze nie ma zawartej takiej umowy) i sprawdza, czy układ pomiarowy spełnia wymogi, jakie IRiESD (Instrukcja Ruchu i Eksploatacji Sieci Dystrybucyjnej - jej częścią może być Procedura Zmiany Sprzedawcy obowiązująca u danego dystrybutora) przewiduje pod kątem zmiany sprzedawcy. W zaplanowanym dniu, będącym formalnym dniem zmiany sprzedawcy, dystrybutor dokonuje odczytu układu pomiarowego i przekazuje odczyt obu sprzedawcom, przy czym od tego dnia kolejne odczyty są przekazywane nie do dotychczasowego, a do nowego sprzedawcy energii.

W tej procedurze tkwi pewna pułapka. Bo, choć nie ma możliwości, by odbiorca posiadający umowę dystrybucyjną nie miał żadnej umowy sprzedażowej, to nic nie stoi na przeszkodzie, by miał jednocześnie więcej niż jedną umowę sprzedażową! Jak najbardziej jest możliwe, że odbiorca otrzyma do zapłacenia fakturę od dystrybutora i dwie faktury od różnych sprzedawców. Kiedy takie zagrożenie może się ziścić? Np. gdy odbiorca wypowiada umowę sprzedażową dotychczasowemu sprzedawcy w przekonaniu, że termin wypowiedzenia wynosi jeden miesiąc, a tymczasem, zgodnie z tą umową, termin wypowiedzenia wynosi np. trzy miesiące. Jeśli dystrybutor zrealizuje zmianę sprzedawcy z zaplanowaną i określoną w zgłoszeniu datą, po tej dacie odbiorca otrzyma fakturę sprzedażową i od nowego, i od dotychczasowego sprzedawcy. Wynika więc z tego, że odbiorca musi

być czujny. Przed wypowiedzeniem umowy sprzedażowej powinien w pierwszej kolejności sprawdzić długość okresu wypowiedzenia.

O kolejnych krokach i czynnościach w procedurze informuje wyczerpująco URE, a także każdy dystrybutor energii, wystarczy poszperać na ich stronach (<http://www.maszwybor.ure.gov.pl/>).

Proste? W miarę. W czym więc problem? W rzeczywistości rynkowej.

Postawmy się na chwilę w roli sprzedawcy. Co nam się opłaca? Sprzedawać jak najwięcej. Przy czym (uznajmy dla uproszczenia) koszt obsługi każdego klienta jest taki sam. Co się bardziej opłaca, jedna duża firma zużywająca gigawatogodzinę, czy dwa tysiące gospodarstw domowych, zużywających tyle samo? A przecież tych nowych klientów trzeba zdobyć! Trzeba ich znaleźć, przekonać, zawrzeć umowy, przeprowadzić procedurę, wklepać do bilingu (system rozliczeniowy). Czas pracownika kosztuje.

Tak właśnie wygląda rynkowa rzeczywistość. Dla sprzedawców tym atrakcyjniejszy jest odbiorca, im więcej energii zużywa. Łatwiej zdobyć kilku dużych graczy niż sto tysięcy drobniutek. By zachować sensowną stopę zwrotu, tym większym można zaoferować atrakcyjną zniżkę, tym małym - co najwyżej groszowy upust.

Gdy przeszedł się początki konkurencji na naszym rynku energii, widać to zjawisko jak na dłoni. Najpierw nieśmiało walczone o duże firmy, okres był trudny, powstawały dopiero procedury, przepisy, wykładnia prawa, dystrybutorzy i firmy energetyczne gorączkowo budowały mechanizmy rynkowe. Gdzieś tak w połowie 2008 roku zaczęło się ruszać na serio, wynajęto firmy, potworzono przedstawicielstwa, uruchomiono infolinie - w Polskę poszły (lub zaczęły telefonować) rzesze przedstawicieli z konkretnymi propozycjami. Zainteresowano się również średnimi przedsiębiorstwami oraz small biznesami, u dystrybutorów zaczęła rosnać liczba wniosków o zmianę sprzedawcy, najpierw kilkanaście miesięcznie, potem kilkadziesiąt, sto, dwieście... Dziś to jest minimum po kilka setek w każdym miesiącu.

Ale nami, konsumentami z najniższej półki, zjadającymi prąd w taryfie G, nikt się nie interesował. Nie było telefonów ani wizyt przedstawicieli. Cisza i spokój. Sprzedawcom się to nie opłacało. Jak pisałem w poprzedniej części, po roku od otwarcia rynku Urząd Regulacji Energetyki alarmował w specjalnym raporcie, że w całym kraju zmieniło sprzedawcę zaledwie tysiąc dwieście (z małym hakiem) gospodarstw domowych. Uruchomił specjalne środki, rozpoczęto medialną kampanię, wepchnięto tę zmianę sprzedawcy nawet do jednego popularnego serialu i... nic specjalnego się nie wydarzyło. Jeśli nawet ilość zmian sprzedawcy w tym sektorze rosła, to bardzo powoli, gdy tymczasem wśród przedsiębiorstw albo w sektorze publicznym (urzędy, gminy, szkoły itp.) - lawinowo. Nie było dla nas ciekawej oferty. Ba, można powiedzieć - nie było żadnej oferty - bo przecież niektórzy sprzedawcy w ogóle nie są zainteresowani gospodarstwami domowymi spoza swego naturalnego terenu działania.

I to się zmieniło.

Jakieś półtora roku temu w Polskę poszła kolejna rzesza nagabywaczy (przepraszam, przedstawicieli handlowych), tylko że tym razem nie pukali już do drzwi większych i średnich odbiorców. Zapukali do naszych, domowych. Jeden ze sprzedawców postanowił aktywnie zawałczyć o tę grupę klientów. Wykalkulował sobie, że choć kilku wielkich odbiorców łatwiej pozyskać niż sto tysięcy malutkich, to jednak poświęcony drobnicy wysiłek może się opłacić, bo tych kilku ogromnych łatwiej też... stracić. I się zaczęło.

Rozdzwoniły się telefony u dystrybutorów. Kto to chodzi? To od Was? Nie??? No to, o co chodzi...? Ludzie przecież, choć już lat parę minęło od rozdziału funkcji na rynku energii, wiedzy nie mają, a nawet gdy ją zdobędą, trudno to wszystko zrozumieć. Dzwonią więc, po staremu, do zakładu energetycznego, bo przecież te wszystkie sprawy dystrybutora, sprzedawcy, umowy kompleksowej itp. to jakiś bełkot, a zakład energetyczny to solidna podstawa i konkretny byt, który można obarczyć odpowiedzialnością i do którego można zadzwonić z pytaniem.

Ale wielu nie pytało. Przemówił do nich najbardziej uniwersalny język przedstawicieli potencjalnego nowego sprzedawcy: będzie taniej. Ależ oczywiście, że będzie! Ma Pani jakąś fakturę? O, proszę, takie zużycie, nasza cena, szacher-macher z kalkulatorem. Co najmniej dwadzieścia procent taniej będzie!

Zadałem sobie trud sprawdzenia i obliczenia ewentualnego zysku u tego sprzedawcy. Faktycznie, był wtedy tańszy od naszego miejscowego sprzedawcy. Dokładnie o jeden grosz na kilowatogodzinie. Ile energii zużywa gospodarstwo domowe? No, niech to będzie energochłonna rodzina, przyjmijmy do obliczeń trzy tysiące kilowatogodzin... rocznie. Co nam, w prostym wyliczeniu, daje zysk w wysokości trzydziestu złotych, również rocznie. Co się przelicza na dwa i pół złociska miesięcznie, warto się szarpać? Jednemu warto, drugiemu nie, nie mnie to oceniać. Ale...

W poprzedniej części felietonu wspominałem o opłatach abonamentowych. U sprzedawcy opłata ta, zwana też czasem rozliczeniową, jest drobną opłatą o stałej wysokości miesięcznej, naliczaną jako koszt dokonania rozliczenia (np. wydrukowania i dostarczenia faktury). Jedni sprzedawcy ją stosują, inni nie. W rozpatrywanym przypadku było tak: dotychczasowy sprzedawca jej nie miał, u tego nowego wynosiła 4,50 zł miesięcznie.

Czyli moja statystyczna rodzina jest już dwa złote w plecy, co miesiąc!

A przecież jest jeszcze jedna kwestia... Również w poprzedniej części wspominałem, że opłaty dystrybucyjne nie zmieniają się po zmianie sprzedawcy, z jednym małym wyjątkiem. Opłaty abonamentowej dystrybutora, która ma wyrażać koszty wizyty odczytawcy i wydruku faktury lub blankietu prognoz. Jej wysokość zależy od cyklu rozliczeniowego, spójrzmy do odpowiedniej tabeli w poprzedniej części: przy cyklu półrocznym płacimy osiemdziesiąt groszy miesięcznie, przy cyklu miesięcznym opłata wynosi już 4,80 zł. A przecież, o czym też już wspominałem, zmiana sprzedawcy oznacza automatyczne przejście na cykl miesięczny. Czyli opłata musi wzrosnąć.

I strata mojej statystycznej rodziny wynosi już sześć złotych miesięcznie!

Niby niewiele. Ale przecież miało być taniej?!

Najbardziej bulwersujące było jednak co innego. Sprzedawca, o którym opowiadam, musiał skądś wiedzieć, do kogo dzwonić, kogo odwiedzić w domu itd. Musiał mieć listy z danymi osobowymi, które być może kupił całkiem legalnie. Ciekawe jednak i przerażające jest to, kto się na tych listach znalazł. Oceniam, że w 95% (jeśli nie więcej) były to osoby starsze, emeryci, a nawet wieloletni emeryci. Osoby, które łatwiej jest przekonać, nabrać czy oszukać. Które często są bardzo oszczędne, liczą się wręcz z każdą złotówką. Które bardzo oszczędnie zużywają energię, 1000 kilowatogodzin rocznie to standard, a wiele z nich potrafi zużyć o wiele, wiele mniej, przez co miesięczna strata wyliczona dla nich rośnie do ośmiu, a nawet dziewięciu złotych.

A przecież sprytny akwizytor wcale nie kłamie - cena za zużycie energii jest niższa, prawda?

Ale to nie koniec, bynajmniej.

Oprócz mijania się z prawdą w opowiadaniu o korzyściach, przedstawiciele handlowi popełniali też

inne grzechy. Były stwierdzone przypadki, gdy przedstawiali się, w sposób raczej wymijający, jako przedstawiciele „zakładu energetycznego”, którzy przyszli celem „aktualizacji umowy”. Albo, co pewnie było zaplanowanym działaniem, przedstawienie do podpisania takich dokumentów, by jak najbardziej utrudnić konsumentowi uchylenie się od zawartej umowy. Bo z umowy zawartej poza siedzibą (lokałem) przedsiębiorstwa, czyli np. u nas w domu, możemy się wycofać w terminie 10 dni, pod warunkiem dostarczenia naszego oświadczenia woli do tego przedsiębiorstwa. Sprzedawca więc urządził rzecz następująco: do zdobywania klientów wynajął inną firmę (z tej samej grupy kapitałowej!) i upoważnił ją do podpisywania umów w swoim imieniu. Na umowach jako strona widniał oczywiście sprzedawca, ale z nagłówka każdej strony wołami krzyczała nazwa firmy wynajętej, wraz z danymi adresowymi. Jeśli konsument (przypominam, prawie zawsze człowiek starszy) po podpisaniu tej umowy pozyskał wiedzę, że może się z niej wycofać, to drżącymi rękami sporządzał i słał pismo. Pytanie brzmi - w jak wielu przypadkach adresował je do firmy naganiającej, która oczywiście pełnomocnictwa do przyjmowania takich oświadczeń woli w imieniu sprzedawcy nie dostała? A termin dziesięciu dni biegł, dobiegł i minął. I po sprawie.

Jaka z tego nauka?

Daleki jestem od potępiania instytucji zmiany sprzedawcy. Daleki od zniechęcania do niej, nawet w przypadku gospodarstw domowych. Nie chcę wywoływać wrażenia, że nie ma o co grać, że to i tak się nie opłaca. Warunki się zmieniają, nawet sprzedawca, o którym wyżej opowiadałem, czynił starania, by znacząco zmienić swój wizerunek i działania.

Namawiam tylko, bardzo gorąco, by każdorazowo rzecz dokładnie obadać.

Sprawdzić swą aktualną umowę i cennik aktualnego sprzedawcy. Sprawdzić i porównać z cennikiem sprzedawcy, który się o nas stara. Porównać CENĘ ZA ZUŻYCIE ENERGII. Sprawdzić, czy jest jakaś różnica w opłacie abonamentowej (rozliczeniowej) sprzedawcy. Sprawdzić również opłatę abonamentową dystrybutora. Kto szuka, ten znajdzie.

I liczyć. Skrupulatnie.

Może akurat Wam się uda zyskać?

Daniel Ostrowski