

Стимулирование энергосбережения на Западе

Энергосбережение - такой же бизнес, как поставка энергии. Мы привыкли к тому, что основные источники прибыли - это объем и цены. В сознание с трудом укладывается то, что сэкономленные средства - это такая же прибыль. Но в отличие от традиционной, эта прибыль формируется с меньшими рисками и не требует усилий по продвижению на рынок. Главный двигатель энергосбережения не технические возможности, а мотивация.



Опыт американцев

В начале 90-х годов в США было принято положение о том, что энергосбережение, проводимое энергокомпаниями у потребителя дает им право на получение 30% средств получаемых от экономии. Причем эта сумма зачисляется в прибыль компании. Ранее было принято положение, ограничивающее прибыли энергокомпаний, получаемые за счет сверхплановой поставки энергии. Совокупность этих факторов, а так же тот, факт что вложения в экономию у потребителей в 3 раза выгоднее для поставщика энергии, чем строительство новых энерго мощностей, сделали для энергокомпаний сверхвыгодным вложение средств в энергосбережение у потребителей.

Энергокомпании стали инвестировать свои средства и привлекать кредиты в энергосбережение у различных групп потребителей. Один из сегментов такой деятельности - стимулирование энергосбережения ценовыми скидками, которые получает Потребитель при приобретении энергоэффективного оборудования и экономии энергии. Проводимым мероприятиям по выплатам компенсационных выплат и ценовых скидок всегда предшествовал тщательный подсчет получаемой энергокомпанией выгоды, поскольку для проведения этих мероприятий привлекались кредиты банков.

Отработка процедур извлечения дополнительной прибыли из торговли скидками и компенсационными выплатами происходила довольно длительное время. Компании буквально нащупывали методы, которыми можно было заинтересовать потребителя в энергосбережении.

Скидки потребителю за уменьшение установленной мощности и экономию энергии (и энергоресурсов)

Этот вид скидок приобрел наибольшую популярность. При заключении договоров энергоснабжения основные технические вопросы, которые интересуют энергетика - мощность подключаемых к сетям устройств и объем получаемой энергии. Исходя из

заявляемой мощности энергетики рассчитывают мощность электростанций, трансформаторных подстанций, сетей.

Совокупная стоимость строительства и приведения к потребителю одного киловатта у энергетика исчисляется тысячами долларов. Окупаемость вложений в расширение мощности от 10 до 20 лет. Поэтому вполне понятно, что отдать несколько сотен долларов потребителю за гарантию того, что он сократит потребляемую мощность значительно выгоднее строительства новых мощностей. В дальнейшем, распределяя тарифную компенсацию среди общей массы потребителей, энергетик все равно получит необходимое возмещение. Но и гарантирующий сокращение мощности потребитель не остается в накладе. У него не будет необходимости платить за излишнюю установленную мощность.

По текущим платежам за потребление энергии все значительно проще. Имеется усредненный уровень потребления конкретным потребителем. Заключается договор на проведение мероприятий по сокращению потребления. Инвестирует мероприятия энергетик. По результатам проведенных работ 30% от суммы полученной экономии отходит энергетике. Обе стороны договора довольны.

Компенсационные вознаграждения за продажу энергоэффективной техники

Применяются для стимулирования оптовых и розничных продавцов бытовой техники к реализации энергоэффективных товаров. Инициатором этого вида стимулирования энергосбережения выступила Тихоокеанская энергетическая Компания в 1991 году. За реализацию холодильника с наивысшим классом энергоэффективности розничному продавцу выплачивалось вознаграждение 50 долларов. Аналогичные меры относились и к ряду других постоянно подключенных бытовых устройств. Расчеты и статистические исследования показали, что эта мера вдвое выгоднее инвестиций в энергосбережение непосредственно у потребителей.

В результате предпринятых мер из продажи были вытеснены бытовые устройства с повышенным энергопотреблением. Энергетики со своей стороны перешли на финансирование рекламных компаний по продвижению на рынок энергоэффективной техники.

Компенсационные вознаграждения производителям энергоэффективной техники

Применяются для стимулирования производителя к выпуску энергоэффективной техники. Инициатор таких мероприятий - энергокомпания "Эдисон". Энергокомпаниями производились компенсационные выплаты части себестоимости энергоэффективным устройствам и материалам. В результате повышалась конкурентоспособность продукции и выигрывала вся товаропроводящая цепочка от производителя до потребителя. Потребитель часто получал товар по заводской себестоимости.

Одна из энергокомпаний доплачивала Потребителям за установку энергоэффективных двигателей, получая при этом вознаграждение от производителя за продвижение товара на рынок. В результате доля двигателей этого класса на рынке возросла от 3% до 60%.

Премии за разработку проектов повышенной энергоэффективности

Энергокомпаниям оказалось выгодным инвестировать средства в разработку проектов повышенной энергоэффективности. Заключались соответствующие контракты на разработки с гарантированным внедрением. Это оказывалось выгодным всем сторонам процесса. Производителю потому, что он уже рассчитывал на производство изделия которое будет пользоваться спросом, потребителю потому, что эффект от применения устройств был гарантирован энергокомпаниями.

Компенсационные выплаты за утилизацию устаревшей неэффективной техники

Инициатива мероприятия принадлежала коммунальным компаниям. Они организовали сбор и утилизацию соответствующей техники и продвижение к потребителю новой энергоэффективной бытовой техники. Все участники процесса извлекали выгоду в ходе исполнения мероприятий и от полученной потребителем экономии.

Лизинг энергоэффективного оборудования

Производители энергоэффективной техники и энергокомпанияи нашли свой интерес в поставке по лизингу устройств с пониженным энергопотреблением. Потребителю предлагалось производить платежи за пользование по стоимости несколько ниже среднесложившихся до окончания расчетов по лизингу. После чего устройство переходило в полную собственность потребителя и обеспечивало большую экономию его средств.