



VALSTYBINĖ ENERGETIKOS REGULIAVIMO TARYBA

NUTARIMAS

DĖL VARTOTOJŲ INFORMAVIMO APIE ELEKTROS ENERGIJOS RINKOS LIBERALIZAVIMĄ IR JO PROCESĄ PLANO DERINIMO

2020 m. gegužės 15 d. Nr. O3E-405

Vilnius

Vadovaudamasi Lietuvos Respublikos Seimo 2020 m. gegužės 7 d. priimto Lietuvos Respublikos elektros energetikos įstatymo Nr. VIII-1881 2, 7, 9, 38, 39, 40, 41, 42, 43, 44, 46, 47, 49, 51, 52, 59, 60, 61, 67 ir 68 straipsnių pakeitimo įstatymo 22 straipsnio 9 dalimi ir atsižvelgdama į 2020 m. gegužės 13 d. gautą AB „Energinės skirstymo operatorius“ (toliau – Bendrovė) prašymą (reg. Nr. R1-6452) derinti Vartotojų informavimo apie elektros energijos rinkos liberalizavimą ir jo procesą planą bei Valstybinės energetikos reguliavimo tarybos (toliau – Taryba) Veiklos valdymo skyriaus 2020 m. gegužės 13 d. pažymą Nr. O5E-347 „Dėl Vartotojų informavimo apie elektros energijos rinkos liberalizavimą ir jo procesą plano derinimo“, Taryba **n u t a r i a**:

Derinti Bendrovės pateiktą Vartotojų informavimo apie elektros energijos rinkos liberalizavimą ir jo procesą planą (pridedama).

Šis nutarimas gali būti skundžiamas Lietuvos Respublikos administracinių bylų teisenos įstatymo nustatyta tvarka ir sąlygomis.

Tarybos pirmininkė

Inga Žilienė

SUDERINTA

Valstybinės energetikos reguliavimo tarybos
2020 m. gegužės 15 d. nutarimu Nr. O3E-405

PATVIRTINTA

AB „Energijos skirstymo operatorius“
Generalinio direktoriaus 2020 m.
gegužės 12 d. sprendimu Nr. 20ITA-P-98

VARTOTOJŲ INFORMAVIMO APIE ELEKTROS ENERGIJOS RINKOS LIBERALIZAVIMĄ IR JO PROCESĄ PLANAS

1. Apie programą

2020 m. gegužės 7 d. LR Seimui priėmus Elektros energetikos įstatymo Nr. VIII-1881 2, 7, 9, 38, 39, 40, 41, 42, 43, 44, 46, 47, 49, 51, 52, 59, 60, 61, 67 ir 68 straipsnių pakeitimus, Lietuva prisijungia prie daugumos Europos sąjungos šalių, kuriose gyventojai gali pasirinkti tinkamiausią elektros energijos tiekėją. Iki šiol jie elektrą pirkė iš visuomeninio elektros tiekėjo, o jos kainą nustatė Valstybinė energetikos reguliavimo taryba (VERT).

Šiuo įstatymo pakeičiu siekiama užtikrinti Europos Sąjungos ir regioninius įsipareigojimus – palaipsniui atsisakyti kainų reguliavimo mažmeninėje elektros energijos rinkoje. Numatoma, kad vartotojams skirtingais etapais pasibaigs visuomeninis elektros energijos tiekimas, taip vartotojai bus skatinami pasirinkti nepriklausomus elektros energijos tiekėjus ir sudaryti su jais elektros energijos tiekimo sutartis už konkurencingą nereguliuojamą kainą. Reguluojant elektros energijos kainas pasiūlyti lanksčią ir vartojimą atitinkančią kainodarą nėra galimybės, o nereguliuojamoje ir konkurencingoje elektros energijos rinkoje vartotojams galės būti pasiūlyti lankstūs elektros energijos vartojimo planai, kurie įgalina vartotoją planuoti savo elektros energijos vartojimą.

Įstatymas reglamentuoja, kad mažmeninės elektros energijos tiekimo namų ūkiams rinkos dereguliavimas vyks keliais etapais pagal visuomeninio tiekimo vartotojų grupes (priklausomai nuo faktinio elektros energijos metinio suvartojimo vartotojo objekte) laikotarpiu nuo 2021 iki 2023 metų:

1. Etapas – 2021 m. sausio 1 d. – visiems buitiniams vartotojams, kurių faktinis elektros energijos suvartojimas objekte laikotarpiu nuo 2019 m. birželio 1 d. iki 2020 m. gegužės 31 d. yra ne mažesnis kaip 5 000 kWh (tai yra lygus 5 000 kWh ar didesnis), taip pat visiems buitiniams vartotojams, kurių objektai prijungti prie vidutinės įtampos elektros tinklų, išskyrus pažeidžiamus vartotojus, kurie laikotarpiu nuo 2019 m. birželio 1 d. iki 2020 m. gruodžio 31 d. bent kartą buvo įgiję pažeidžiamo vartotojo statusą;

2. Etapas – 2022 m. sausio 1 d. – visiems buitiniams vartotojams, kurių faktinis elektros energijos suvartojimas objekte laikotarpiu nuo 2020 m. birželio 1 d. iki 2021 m. gegužės 31 d. yra ne mažesnis kaip 1 000 kWh (tai yra lygus 1 000 kWh ar didesnis), išskyrus pažeidžiamus vartotojus, kurie laikotarpiu nuo 2020 m. birželio 1 d. iki 2021 m. gruodžio 31 d. bent kartą buvo įgiję pažeidžiamo vartotojo statusą

3. Etapas – 2023 m. sausio 1 d. – visiems likusiems buitiniams vartotojams (įskaitant pažeidžiamus vartotojus), kuriems elektros energija tiekama visuomenine elektros energijos kaina.



1 pav. Numatomi konkurencingos elektros energijos rinkos sukūrimo etapai 2020 – 2023 m

Programos metu bus siekiama apsaugoti socialiai jautrias gyventojų grupes, kad pokytis teiktų naudą visiems šalies gyventojams. Monopolinių visuomeninio tiekėjo paslaugų bus atsisakoma nuosekliai, o laiku tiekėjo nepasirinkusiems gyventojams bus užtikrinamas garantinis elektros energijos tiekimas.

Sąlygų elektros tiekėjams aktyviai veikti kūrimu rūpinasi Lietuvos Respublikos Energetikos ministerija, o nuosekliai ir ilgalaikiu gyventojų informavimu - Energijos skirstymo operatorius (ESO).

2. Programos eiga

2.1. Tikslinė auditorija – visi Lietuvos gyventojai

Pagrindiniai vartotojai, kuriems svarbus elektros tiekimas nekilnojamojo turto objektuose yra nuosavų būstų savininkai, todėl jie – programos tikslinė auditorija.



2 pav. Lietuvos visuomenė: tikslinės auditorijos apibrėžtis.

Kaip pavaizduota 2 paveiksle, ši tikslinė auditorija yra labai plati ir įvairialypė – apie 80 proc. Lietuvos gyventojų turi ar ketina įsigyti nuosavą būstą – todėl efektyvi komunikacija su ja turi būti vykdoma nacionaliniu mastu, įvairiais žiniasklaidos kanalais bei formatais.

2.2. Komunikacijos tikslai ir uždaviniai

Šios komunikacijos programos pagalba siekiama įgyvendinti skirstomųjų tinklų operatoriui (ESO) įstatyme pavestas funkcijas buitinių elektros energijos vartotojų rinkos liberalizavimo kontekste ir vykdyti centralizuotą vartotojų informavimo kampaniją.

Pagrindiniai kampanijos tikslai:

1. Informuoti didžiąją visuomenės dalį ir siekti palankaus vertinimo apie vykstantį pokytį;
2. Skatinti klientų įsitraukimą į elektros tiekėjų pasirinkimo procesą;
3. Visiems elektros tiekėjams užtikrinti vienodas informacijos prieinamumo sąlygas;
4. ESO išlikti neutraliu visų elektros tiekėjų atžvilgiu.

Kampanijos uždaviniai:

1. Informuoti klientus apie programos naudas ir eigą;
2. Informuoti klientus kaip vyks elektros tiekėjų pasirinkimas;
3. Vykdyti tiesioginę klientų komunikaciją, skatinančią rinktis elektros tiekėjus ir nelikti garantiniame tiekime;
4. Formuoti neutralią ESO poziciją programos kontekste visų elektros tiekėjų atžvilgiu;
5. Atlikti periodines visuomenės nuomonės apklausas.

2.3. Komunikacijos kelias

Kadangi kainų reguliavimo mažmeninėje elektros energijos rinkoje atsisakymo programa yra naujiena Lietuvoje, programos pradžioje pagrindinis tikslas bus suformuoti platų žinomumą apie šį pokytį.



3 pav. Komunikacijos kelias: nuo informacijos pateikimo žmonėms iki konkrečių jų veiksmų.

Kaip galima matyti 3 paveiksle, pirmas programos žingsnis yra informavimas / edukavimas. Tai svarbi programos dalis norint užtikrinti, jog klientai bus informuoti ne tik apie pokytį, bet ir jo tikslus, naudą ir eigą.

Turėdami pakankamai informacijos klientus bus galima sudominti šio pokyčio naudomis jiems, komunikuoti patarimus ir plačiau paaiškinti jo eigą.

Tuomet pakankamai informacijos turintis klientas bus pasirengęs imtis veiksmų ir galės laisvai pasirinkti jam tinkamiausią tiekėją, nelikti prie garantinio elektros energijos tiekimo.

Toks komunikacijos kelias užtikrins visapusišką klientų informuotumą nuo pokyčio paskelbimo iki pat programos pabaigos. Komunikuojant su plačia auditorija, tonas turėtų būti aiškus ir paprastas – sudėtingus procesus ir biurokratiškas formuluotes pateikiantis aiškia ir visiems suprantama kalba.

Komunikacija taip pat turėtų orientuotis į pagrindines programos vertybes - skaidrumą, pagarbą ir dėmesį kiekvienam žmogui.

3. Programos naudos

Bendrinės mažmeninės elektros energijos rinkos liberalizavimo naudos, įvardinamos atnaujinamame EEĮ:

Racionalios naudos:

1. Tiekėjų konkurencija – geresnės sąlygos;
2. Galimybė gauti geresnį aptarnavimą ir paslaugų kokybę;
3. Galimybė keisti ir rinktis tiekėją, jeigu netenkins paslaugos kokybė; klientų aptarnavimas;
4. Galimybė pasirinkti tinkamiausią vartojimo planą ir kainodarą;
5. Galimybė gauti kompleksinius paslaugų pasiūlymus (galimybė įsigyti atsinaujinančios energijos produktus ir kitas kompleksinius paslaugų paketus).

Emocinės naudos:

1. Vartotojas valdo situaciją ir pats priima sprendimą, kokį elektros energijos tiekėją rinktis;
2. Vartotojas žino, jog už elektrą moka jam tinkamą kainą;
3. Sukūrus konkurencingą rinką, vartotojas sulauks naudingų pasiūlymų;
4. Vartotojas supranta ir žinao, kaip palyginti tiekėjų pasiūlymus;
5. Vartotojas supranta ilgalaikę pokyčio naudą (rinka vystosi, todėl jis sulauks vis naujų pasiūlymų);

Atlikus visuomenės nuomonės tyrimą dėl elektros energijos rinkos liberalizavimo paaiškėjo, jog 51 proc. Lietuvos gyventojų girdėjo apie tai, kad nuo 2020 m. rugsėjo mėnesio gyventojams atsiras galimybė laisvai rinktis elektros energijos tiekėją: 14 proc. teigia apie tai žinantys, 37 proc. – kažką girdėję.

Kokius svarbiausius privalumus matytumėte sukūrus konkurencingą elektros energijos rinką?



4 pav. Visuomenės nuomonės tyrimas dėl elektros energijos rinkos liberalizavimo, 2020 01.
Šaltinis: Spinter research

Kaip pavaizduota 4 paveiksle, tyrimo metu 38 proc. apklaustųjų galimybę rinktis paslaugos planą atitinkantį poreikius įvardino kaip elektros energijos tinklų privalumą. 35 proc. nurodė

galimybę laisvai pasirinkti nepriklausomą elektros energijos tiekėją, 33 proc. – gausiamą konkurencingą elektros energijos kainą.

Taigi, atlikto tyrimo rezultatai parodė, jog dalis gyventojų jau turi suvokimą apie elektros energijos tiekimo rinkoje vykstančius pokyčius, todėl komunikacijos programos pagalba siekiama didinti jau esamą žinomumą, kokybiškai komunikuoti pokyčio naudas bei suvaldyti tikslinės auditorijos lūkesčius.

4. Programos esmė ir vertė vartotojui

Pagrindinė šios programos esmė yra nuosekliai atsisakant monopolinių visuomeninio tiekėjo sąlygų sukurti galimybę vartotojui laisvai rinktis savo elektros energijos tiekėją. Tai reiškia, jog vartotojas turi laisvę rinktis ir gali pats nuspręsti iš kokio tiekėjo pirkti elektros energiją savo namams.

5. Programos stilistika bei įvaizdis

Kaip pavaizduota 5 ir 6 paveiksluose, programai suteikiamas pavadinimas „Pasirinkite tiekėją.lt“, ženklo grafika ir sukuriamą informacinė svetainė.



5 pav. Programos pavadinimas, prekės ženklo grafika

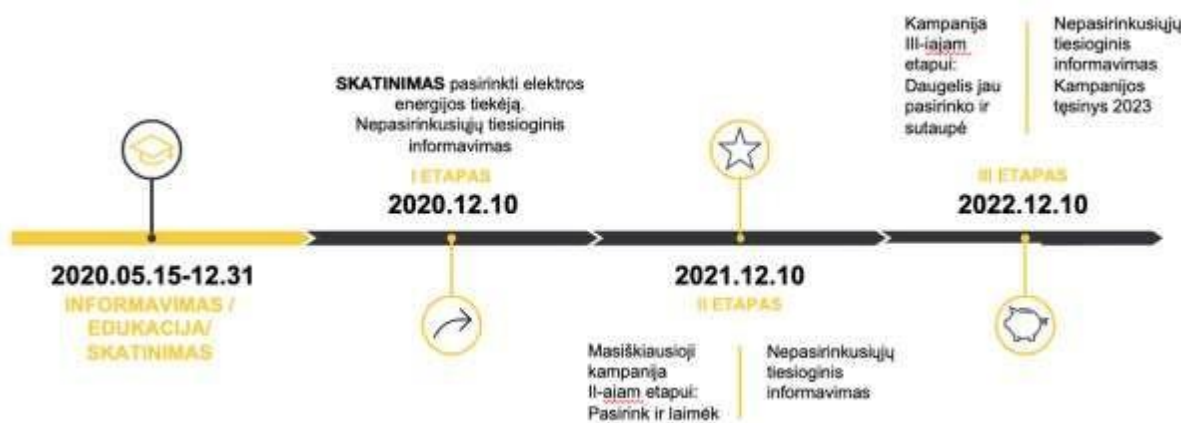


6 pav. Programos informacinė svetainė

Komunikacijos eigoje visas tikslinės auditorijos srautas bus nukreiptas į informacinę programos svetainę www.pasirinkitietiekeja.lt, kurioje jie ras atsakymus į daugelį klausimų.

6. Komunikacijos etapai

Visos programos metu numatoma nuolatinė vartotojų edukacija, skatinimas pasirinkti elektros energijos tiekėją. Nepasirinkę gyventojai informuojami tiesioginiu būdu reklamos ir ryšių su žiniasklaida pagalba. Komunikacija pritaikyta prie pokyčio eigos ir vykdoma nuosekliai kartu su programos etapais.



7 pav. Komunikacijos etapai 2020 – 2023 m.

7. Komunikacijos eiga

7.1. Komunikacijos logika

Pirmojo etapo metu vykdomas visos tikslinės auditorijos edukavimas ir informavimas, siekiant kuo didesnę gyventojų dalį supažindinti su pokyčiu ir suteikti pakankamai informacijos apie elektros energijos rinkos liberalizavimo naudą naujo tiekėjo pasirinkimui.

Rudenį – nuo rugsėjo mėnesio – prasidės antroji komunikacijos banga skirta I etapo vartotojams. Jos tikslas – skatinti jau informuotus vartotojus pasirinkti elektros energijos tiekėją bei nelikti garantiniame tiekime.



8 pav. Komunikacijos etapai 2020 – 2023 m.

Šiems komunikacijos tikslams pasiekti numatyta reklama įvairiuose žiniasklaidos kanaluose: televizijoje, radijuje, spaudoje, internete, socialiniame tinkle Facebook, Google paieškoje. Taip pat numatyti ir RSV veiksmai – trys visuomenės nuomonės apklausos per 2020- uosius metus ir pirmąjį etapą užbaigianti apklausa 2021-ųjų sausio mėnesį.

7.2. Reklamos veiksmų planas

Skirtingi žiniasklaidos kanalai pasiekia skirtingas auditorijas, tad siekiant efektyviausio komunikacijos rezultato reikia naudoti įvairių kanalų derinį ir skirtingus informacijos pateikimo formatus. Panaudojant televiziją, radiją, spaudą, pagrindinius naujienų portalus, socialinius tinklus (Facebook) bei Google paiešką, bus pasiekama ne tik plati auditorija, bet ir kokybiškai ištransliuojama programos esmė, tikslai ir naudos, o žmonės bus skatinami domėtis šiuo procesu ir nepasilikti prie garantinio elektros energijos tiekimo.

	Gegužė	Birželis	Liepa	Rugpjūtis	Rugsėjis	Spalis	Lapkritis	Gruodis
	Informavimas / Edukavimas				Skatinimas			
Televizija								
Radijus								
Spauda								
Internetas / Soc. tinklai								

9

pav. Preliminarus reklamos veiksmų planas 2020 m.

7.3. Ryšių su visuomene veiksmų planas

		Gegužė				Birželis				Liepa				Rugpjūtis				Rugsėjis				Spalis				Lapkritis				Gruodis					
		20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31	32	33	34	35	36	37	38	39	40	41	42	43	44	45	46	47	48	49	50	51	52	53
Komunikacijos temos	Formatai	Informavimas / edukavimas																Skatinimas																	
Lietuvos nacionalinė atliekų rinkos ir elektros energijos įmonė	Pranešimai, žiniasklaidai, ekspertiniai straipsniai ir komentarai, vaizdo reportažai ir interviu, nuomonės, infografikai, nuotraukų galerijos, apklausos, žinių patikrinimo testai ir kita.																																		
Betainė www.pasirinkitarska.jsa.lt																																			
Pokyčių naudos gyventojams																																			
Užsienio patirtys																																			
Programos etapai ir jų pasiekimas																																			
Ekspertų atsiliepimai / duomenys užduodamus klausimus																																			
Socialiai pažįstami gyventojai ir pokyčiai jiems																																			
Apmos duomenų apsauga																																			
Programos etapai ir jo pasiekimas																																			
Patirtimai gyventojams																																			
Tendencijų pristatymas																																			
Programos statistika ir etapų rezultatai																																			
Bendra sutartis - sąjauka																																			
Garantinis šiekimas																																			
Rugpjūtis gyventojams pasirinkti tendencijas																																			
Kiti veiksmai																																			
Žiniasklaidos konferencija, pristatanti programą																																			
Visuomenės nuomonės apklausa																																			

10

pav. Preliminarus ryšių su visuomene veiksmų planas 2020 m.

10 paveiksle pateikiamas preliminarus ryšių su visuomene veiksmų planas aprėpiantis įvairias komunikacijos temas, kurios skirtingais formatais pateikiamos žiniasklaidai: pranešimai

žiniasklaidai, ekspertiniai straipsniai ir komentarai, vaizdo reportažai ir interviu, nuomonės, infografikai, nuotraukų galerijos, apklausos, žinių patikrinimo testai ir kita. Šis RSV temų planas taip pat pritaikytas veikti nuosekliai su programos etapais – informuoti / edukuoti vartotojus apie vykstančius elektros energijos rinkos liberalizavimo pokyčius, bei skatinti jais domėtis ir patiems pasirinkti tiekėją.

7.4. Žiniasklaidos konferencija

Programai pristatyti 2020 m. gegužės 18 d. organizuojama žiniasklaidos konferencija gyvai (užtikrinant visas atsargumo priemones) arba programėlėje "Zoom".

Konferencijoje numatomi dalyviai:

- Žygimantas Vaičiūnas – Lietuvos Respublikos Energetikos ministras
- Mindaugas Keizeris – Energijos skirstymo operatoriaus (ESO) generalinis direktorius
- Inga Žilienė – Valstybinės energetikos reguliavimo tarybos (VERT) pirmininkė
- Svečių teisėmis: elektros energijos tiekėjų atstovai

Konferencijoje pristatomos temos:

- I. Esminis pokytis ir jo nauda Lietuvai
- II. Elektros energijos kainos sandara ir pokyčiai
- III. Programos etapai
- IV. www.pasirinkitietiekeja.lt

8. Rezultatai



11 pav. Komunikacijos siejami rezultatai.

Kaip pavaizduota 11 paveiksle, pagrindiniai rezultatai, kurių planuojama pasiekti komunikacijos pagalba yra tikslinės auditorijos informuotumas apie programą ir informacinę

svetainę bei elektros energijos rinkos liberalizavimo naudų ir tiekėjo pasirinkimo reikšmės suvokimas.

Pirminiais duomenimis, prognozuojamas aukštas programos pasiekiamumas ir žinomumas. Rezultatų prognozės yra paremtos tarptautinės komunikacijos planavimo agentūros „Carat“ naudojama tyrimų, matematinių algoritmų ir statistinio modeliavimo metodologija „Consumer connection system“, įvertinant tikslinės auditorijos žiniasklaidos kanalų vartojimo statistiką, kanalų persidengimą, skirtingų formatų poveikumą bei būsimus komunikacijos kiekius kampanijos metu. Įvertinant šiuos dalykus prognozuojama, kad kampanijos komunikaciją techniškai turės galimybę pamatyti 95% tikslinės auditorijos žmonių, kiekvienas žmogus ją vidutiniškai pamatys apie 60 kartų, todėl tikėtina, kad net 90% auditorijos žinos apie vykstančią programą. Faktiniai kampanijos rezultatai bus matuojami po kampanijos atliekant visuomenės nuomonės apklausą.