

Angażowanie użytkownika końcowego

Zaangażowanie użytkowników ma kluczowe znaczenie dla zrównoważenia dostaw i zapotrzebowania w sposób efektywny energetycznie. Technologia inteligentnych pomiarów pozwala przedsiębiorstwom ciepłowniczym identyfikować nieprawidłowe nawyki użytkowników oraz zachęcać ich do podejmowania działań na rzecz zrównoważonej przyszłości energetycznej.

Nieprawidłowe nawyki poszczególnych użytkowników końcowych mogą obciążać sieć dystrybucyjną i mieć negatywny wpływ na cały system. Zachęcenie odbiorców do podejmowania działań sprzyjających efektywności energetycznej nie jest łatwym zadaniem i nierzadko wymaga od dostawców pełnienia również roli doradczej.

Odbiorcy jako punkt wyjścia

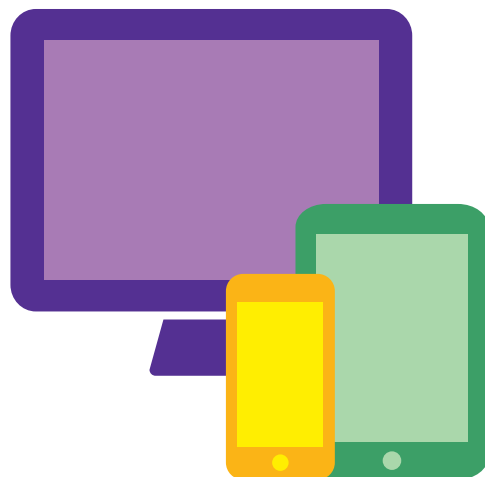
Jeżeli porównujemy budynki tego samego typu, zużycie energii będzie się często różniło o współczynnik 2 lub 3, a nawet więcej w przypadku porównywania zużycia na m². Porównywanie objętości zamiast energii może nawet dać różnicę o współczynnik 10 w ilości ciepłej wody, która musi zostać wtłoczona do dwóch identycznych budynków. Różnice te wynikają bezpośrednio z nawyków odbiorców, dlatego tak ważne jest ich zaangażowanie w kwestie efektywności energetycznej.

Europejska Unia Energetyczna za punkt wyjścia przyjmuje odbiorców. Muszą oni mieć możliwość aktywnego uczestniczenia w przechodzeniu na ekologiczne dostawy ciepła oraz ponosić odpowiedzialność za swoją rolę w tym procesie. Wiąże się to z oferowaniem im rozwiązań i narzędzi zmniejszających ich zużycie energii oraz umożliwiających im dokonywanie zrównoważonych wyborów.

Zaangażowanie odbiorców w zasięgu ręki

Zaangażowanie odbiorców w kwestię ilości zużywanej przez nich energii okazało się bardzo trudne, jednak przed dostawcami pojawiają się nowe możliwości. Inteligentne pomiary, w połączeniu z zaawansowaną analizą danych, pozwalają dostawcom wejść na kolejny poziom zaangażowania odbiorców. Te przedsiębiorstwa, którym uda się przyjąć rolę doradców umożliwiających użytkownikom końcowym oszczędzanie energii i pieniędzy, zostaną nagrodzeni większym zaufaniem i lojalnością klientów.

Pomiary oraz odbierane z dużą częstotliwością dane są niezbędne do pokazywania odbiorcom konsekwencji ich nawyków związanych z zużywaniem energii. Dostępne są już liczne rozwiązania, dzięki którym użytkownicy końcowi mogą monitorować swoje zużycie co do godziny oraz porównywać się z innymi odbiorcami o podobnym profilu.



Alternatywne taryfy rozliczeniowe są jedną z metod motywowania użytkowników. Być może w przyszłości użytkownicy będą rozliczani w oparciu o ich elastyczność, a nie zużycie energii – być może również w połączeniu z wartościami szczytowymi, ograniczeniami mocy oraz karami z tytułu nadmiernego zużycia.

Każdy użytkownik otrzyma rady dotyczące swoich nawyków oraz specyfiki nieruchomości. Na przykład wiedza o tym, że budynek zwykle traci ciepło wtedy, gdy zimny wiatr wieje z zachodu lub że opłaca się wymiana okien po to, aby mogły pochłaniać więcej energii słonecznej, pozwoliłaby przedsiębiorstwom ciepłowniczym działać bardziej aktywnie oraz udzielać rad każdemu użytkownikowi z osobna.

Dostawcy mogliby również oferować usługi zarządzania energią online lub wziąć na siebie odpowiedzialność za maksymalnie efektywną energetycznie obsługę instalacji grzewczej użytkownika.

Warunkiem zaangażowania użytkowników oraz zwiększenia wśród nich elastyczności i efektywności energetycznej jest dobieranie odpowiedniego rodzaju zachęty. Dlatego dostawcy muszą zaoferować użytkownikom szerszy wachlarz produktów i usług, a odbierane z dużą częstotliwością dane z liczników pozwoliłyby im analizować efekt podejmowanych przez nich działań.

