

Küszöbön az árampiac nyitása

Késnek a jogszabályok, elégtelen a kommunikáció

Bizonyára olvasóink is kézhez kapták azokat a semmitmondó leveleket, amelyekben a jövő évi árampiaci nyitásról értesítenek az áramszolgáltatók. Egyebek mellett a legfontosabb információ, az ár hiányzik a tájékoztatásból. Hasonlóan bizonytalan helyzetben van az összes fogyasztó, mivel az árképzéssel kapcsolatban késnek a kormány illetve a GKM rendeletei. Számos tisztázatlanság van még például az ún. zöld áram átvételével, tarifájával és a kedvezményezettek körével kapcsolatban. A Levegő Munkacsoport kifogásolja, hogy a megújuló energiából előállított és az ún. kogenerációs (kapcsoltan áramot és hőt, jellemzően fosszilis energiából előállító) erőművekben termelt áram átvételét együttesen kezelik. Mindkettőért emelt árat kap a termelő. Véleményünk szerint a mai versenypiaci árak mellett a kogenerációs erőművek támogatás nélkül is gazdaságosan üzemeltethetők. Ezt támasztja alá a sokéves dániai gyakorlat. A támogatást inkább energiatakarékosági, energiahatékonysági beruházásokra és a megújuló energiák helyi alkalmazásainak gyorsabb elterjesztésére kellene fordítani.



Gyűrűfű: vályogból falazott, napkollektoros modern vendégház

Elégtelennek tartja a Levegő Munkacsoport a piacnyitással kapcsolatos kommunikációt, a fogyasztók, elsősorban az önkormányzatok, vállalkozások tájékoztatását. Erre a célra, látszólag nincsenek forrásai az illetékes minisztériumnak. Mint azt ugyancsak többször szóvá tettük, a legtöbb önkormányzatnál nincs energetikus. Így komoly nehézségekbe ütközik majd, hogy az önkormányzatok megfelelő szerződéseket kössenek az áramszolgáltatókkal. Nagy a valószínűsége, hogy a közintézmények amúgy is szűkös költségvetését az indokoltnál is nagyobb veszteség fogja érni.

A Levegő Munkacsoport az elmúlt évek során már számos javaslatot tett a közhasznú tájékoztatásra, illetve társadalmi célú reklámokra fordítható keretek bővítésére. Ezek közül a legfontosabb, hogy jelentősen meg kell emelni a hirdetések jelenlegi egy százalékos adóját (az ún. kulturális járulékot) és az így keletkező bevételeket társadalmilag hasznos tudatformálásra kell fordítani. (Görögországtól kezdve Svédorszáig az EU számos országában létezik jelentős mértékű, akár 20 százalékos is elérő reklámadó.) Ma ugyanis évente százmilliárdokat fordítanak olyan hirdetésekre, amelyek egy fenntarthatatlan életvitelre buzdítanak, rongálják a lakosság ízlését, miközben a környezet- és egészségbarát életmód népszerűsítésére, de sokszor a fontos információk továbbítására is szinte csak fillérek jutnak.

Elég itt egyes áramszolgáltatók többletfogyasztásra, klímaberendezések vásárlására buzdító reklámjaira emlékeztetnünk. Ugyanakkor a piacnyitással kapcsolatos tájékoztatás során egyáltalán nem iparkodtak korszerű marketing eszközök, eredményes kampányfogások bevetésére.

Ezáltal olyan helyzet alakul ki, amelyre az ókori kínai filozófus, Meng-ce megállapítása a jellemző: „Az erény éppen úgy le tudja győzni a bűnt, mint ahogy a víz is le tudja győzni a tüzet. Manapság azonban úgy gyakorolják az erényt, mint aki egy pohár vízzel akar megmenteni a tüztől egy kocsirakomány rőzsét, s amikor a lángok nem hagynak alább, kijelenti, hogy a víz nem tudja legyőzni a tüzet. Ebből aztán nagyszerűen táplálkozhat a bűn, az erénynek pedig elkerülhetetlen pusztulás a vége.”

2007. december 22.

Beliczay Erzsébet
a Levegő Munkacsoport elnökhelyettese