

JIHOČESKÁ UNIVERZITA V ČESKÝCH BUDĚJOVICÍCH
EKONOMICKÁ FAKULTA

Studijní program: B6208 Ekonomika a management

Studijní obor: Obchodní podnikání

**ANALÝZA VYBRANÝCH SLUŽEB V ODVĚTVÍ
ENERGETIKY**

Vedoucí bakalářské práce

Dr. Ing. Dagmar Škodová Parmová

Autor

Lenka Medve

Obsah

Úvod	6
1. Cíle a metodika práce	8
2. Literární přehled	9
2.1. Definice a charakteristika služeb	9
2.2. Vlastnosti služeb	9
2.3. Zákazník	11
2.3.1. Zákaznické očekávání	11
2.3.2. Základní principy péče o zákazníky	13
2.3.3. Zvýšená hodnota vztahu se zákazníkem a ziskovost vztahu	14
2.3.4. Dimenze řízení vztahů se zákazníky	15
2.4. Marketingový mix služeb	16
2.5. Komunikační mix	17
2.5.1. Monitorovací systémy	19
2.5.2. Řešení stížností zákazníků	19
3. Provedení analýzy	20
3.1. Současné formy obsluhy	34
3.1.1. Poradenská centra	34
3.1.2. Call centrum	35
3.1.3. PhoneKAM centrum	35
3.1.4. Regionální forma obsluhy	36
3.1.5. Individuální forma obsluhy	36
3.2. Využívané komunikační kanály	36
3.2.1. Pošta	36
3.2.2. Email	36
3.2.3. Webový formulář	37
3.2.4. Interaktivní webový portál	37
3.2.5. Interaktivní software – nápovědný systém	37
3.3. Nabízené služby	38
3.3.1. Dodávka elektrické energie a zemního plynu	38
3.3.2. Energetické úspory	38
3.3.3. Energetický audit	38
3.3.4. Alternativní zdroje	39
4. Diskuse	42
Závěr	44
Definice pojmů	45
Seznam použité literatury	49
Příloha č. 1	50

Úvod

Energetika bývá stále častěji zmiňovaným pojmem a jeho význam neustále roste a stává se tak nezbytnou součástí každodenního rozhodování a ovlivňuje chování nejen podnikatelů a firem, ale také každého z nás v pozici konečného spotřebitele. Lidé si energetiku častokrát spojují pouze v souvislosti s prodejem elektřiny a zemního plynu, neuvědomují si však jeho plnou šíři a rozsah. Nejedná se pouze o prodej, ale také úsilí udržet si zákazníka do budoucna, poznat jeho potřeby a přání či pochopení jeho chování.

Informace v dnešní době globalizace a vzrůstající konkurence představují velmi cenný prvek, který může ovlivnit nejen prosazení se a postavení na trhu, ale především rozvoj a stabilitu firem. Úspěšní podnikatelé musejí neustále získávat nové zdroje poznatků, aby se tak mohli lépe přizpůsobit trhu a nejen slepě vyrábět nebo poskytovat služby, po kterých přestává být na trhu poptávka. Jde o nalezení jakési harmonie mezi tím, co budeme nabízet, jak a pro koho, kde, kdy a za jakou cenu budeme náš produkt či službu poskytovat, tak abychom dosáhli co největší efektivity, jak na straně firem, tak na straně zákazníků.

Situace v energetice se může v posledních letech jevit jako nepříznivá díky snížené spotřebě energií a úsporným opatřením, především v průmyslu. Ale to co především ohrožuje současný energetický průmysl je omezenost zdrojů, což má za následek nestabilitu v tržních cenách energií. Tak jak roste její spotřeba celosvětově, tak roste poptávka po alternativních zdrojích. Avšak s rostoucí spotřebou je třeba věnovat pozornost na udržitelnost zdrojů. V Evropě má významný vliv tzv. přeshraniční obchod, který ovlivňuje ceny energií v jednotlivých zemích. Pro zákazníka, který se snaží díky liberalizaci uspořít či získat výhodu, vybírá dle různých kritérií, původně se jednalo především jen o cenu. Další důležitou rolí při rozhodování o změně dodavatele energií není dnes již tolik jen cena, ale i nabízené další služby a jejich celková šíře. Zahraniční konkurence, zvyšující se nároky na kvalitu a nabízené služby, ale zároveň i požadavky zákazníků vedou ke zvyšující počtu aktivních hráčů na energetickém trhu. Firmy, pokud se chtějí stát úspěšnými, musejí dbát nejen těchto faktorů, ale snažit se také vyjít zákazníkům vstříc v jejich dalších požadavcích a dbát dobrého renomé.

Pro svou závěrečnou práci jsem se zaměřila na základní služby a principy, které nabízí energetické společnosti na trhu. V průběhu analýzy jsem čerpala jak ze zkušeností s jedním z největších dodavatelů energií v jihočeském regionu, tak i z informací od alternativních menších doda-

vatelů. Pro srovnání jsem se snažila najít v nabízených službách shodné vlastnosti a zároveň výjimečné služby či atypické produkty.

V teoretické části práce uvádím obecné poznatky a informace, které jsem získala studiem odborné literatury. Věnuji se vymezení služeb, zákazníka a marketingový mix, jeho charakteristikách.

V praktické části popisují jednotlivé charakteristiky trhu s energiemi, formy obsluhy, komunikační kanály a v neposlední řadě nabízené služby. Pojmy spojené s touto problematikou jsem připojila na závěr mé práce. Ve své práci jsem se chtěla zaměřit na sumarizaci informací a analýzu nových trendů v obsluze zákazníků energetického průmyslu

1. Cíle a metodika práce

Cílem práce je zanalyzovat tržní podmínky nabízení služeb a komunikace se zákazníky v energetickém průmyslu.

Důležitým aspektem je využití informací od více subjektů podnikajících v tomto průmyslu. V práci jsem použila informací, jak od dominantních dodavatelů, tak i od alternativních dodavatelů.

Informace, které jsou v práci použité, jsou z části informace získané z veřejných zdrojů Operátora trhu (OTE a.s.), Energetického regulačního úřadu (ERÚ) a dle platné legislativy ČR platné k datu zpracování této bakalářské práce, především tzv. „energetického zákona“ (zákon č. 458/2000 Sb., o podmínkách podnikání a o výkonu státní správy v energetických odvětvích a o změně některých zákonů).

V práci jsou použity i některé analytické propočty pro porovnání cenové nabídky eko elektřiny, včetně dopadu do nákladů vzorového příkladu. Zároveň se zmíním o zdrojích z obnovitelných zdrojů, což je v současné době jedna z možností a uvažovaných hlavních zdrojů do budoucna.

V závěru práce jsou veškeré poznatky a zkušenosti shrnuty do doporučení a očekávání trendů v energetickém průmyslu.

2. Literární přehled

2.1. Definice a charakteristika služeb

Jak uvádí Škodová Parmová (2004) nelze nalézt jednoznačnou definici pro tak heterogenní skupinu činností, uvádí několik příkladů definic. Některé z nich se vztahují k oblasti ryzích služeb jako hlavní činnosti v podnikání, některé definují oblast služeb zákazníkům, která je úzce provázána s výrobou.

1. Poskytování nehmotných statků k uspokojení potřeb za úplatu. (rozdíl mezi výrobkem a službou).
2. Činnosti, výhody nebo uspokojení nabízené na prodej nebo poskytované v souvislosti s prodejem zboží.
3. Z hlediska výrobního podniku jsou služby doplňkem nabídky jeho výrobků a vytvářejí jeho konkurenční výhodu či jedinečnost jeho nabídky.

2.2. Vlastnosti služeb

V publikaci Marketing služeb se L. Janečková, M. Vašítková (2001) zabývají vlastnosti služeb a uvádějí:

- Nehmotnost.

Nehmotnost je nejcharakterističtější vlastností služeb a od ní se odvíjí další vlastnosti.

Čistou službu nelze zhodnotit žádným fyzickým smyslem – nelze si ji před koupí prohlédnout a jen v málo případech ji lze vyzkoušet. Mnohé vlastnosti, na které se při podpoře prodeje zboží odvolává reklama a které zákazník může pouhým pohledem ověřit, zůstávají tak při prodeji služeb zákazníkovi skryté. Některé prvky, které představují kvalitu nabízené služby, jako například spolehlivost, osobní přístup poskytovatele služby, důvěryhodnost, jistota, apod. lze ověřit až při nákupu a spotřebě služby. Výsledkem je větší míra nejistoty zákazníků při poskytování služby bez ohledu na to, zda se jedná o službu tržní nebo veřejnou či neziskovou. Zákazník má tak ztížený výběr mezi konkurujícími si poskytovateli podobných služeb. Tuto nejistotu se marketing služeb snaží překonat posílením

marketingového mixu služeb o prvek materiálního prostředí, zdůrazněním významu komunikačního mixu a zaměřením se na vytváření silné značky, popřípadě obchodního jména firmy nabízející dané služby.

- Neoddělitelnost.

Jedná se o další charakteristickou vlastnost služby, její neoddělitelnost od nástrojů její produkce. Producent služby a zákazník se musejí setkat v místě a v čase tak, aby výhoda, kterou zákazník získává poskytnutím služby, mohla být realizována. Zákazník zpravidla nemusí být přítomen po celou dobu poskytování služby. Přítomnost zákazníka zpravidla vyžadují některé veřejné služby.

K vzájemnému spojení zákazníka s producentem služby (jejich interakci) přispívá marketing služeb. Producenta služby lze v některých případech nahradit strojem (například bankomat). I v tomto případě však dochází k interakci zákazník – producent.

- Heterogenita.

Variabilita služeb souvisí především se standardem kvality služby. V procesu poskytování služby jsou přítomni lidé, zákazníci a poskytovatelé služby. Jejich chování nelze vždy předvídat, v případě zákazníků je dokonce obtížné stanovit určité normy chování. Nelze provádět výstupní kontroly kvality před dodáním služby tak, jako tomu bývá u zboží. Může dojít i k tomu, že jeden a týž člověk může tentýž den poskytnout jinou kvalitu jím nabízené služby.

Variabilita výstupů procesů poskytování služeb, tj. jejich výsledného efektu, zvyšuje význam vytváření postavení služby ve vztahu ke konkurenci a má vliv také na zdůrazňování obchodního jména a značky. Nehmotnost a heterogenita služeb vedou též k tomu, že služby lze jen obtížně patentovat. Heterogenita služeb a větší účast lidí při procesu poskytování služby vedou k tomu, že vstup na trh služeb je snadnější a je zde více konkurentů. Je to důsledek nižší možnosti patentové ochrany výstupů a nižší potřeby vstupního kapitálu.

- Zničitelnost.

Nehmotnost služeb vede k tomu, že služby nelze skladovat, uchovávat, znovu prodávat nebo vracet. Služby, které nejsou využity, tedy prodány v čase, kdy jsou nabízeny, nelze skladovat a prodat později. Pro daný okamžik jsou ztracené, zničené. Neznamena to, že špatně poskytnuté služby nelze reklamovat. Jen v některých případech lze však nekvalitní službu nahradit poskytnutím jiné, kvalitní.

- Nemožnost vlastnictví.

Nemožnost vlastnit službu souvisí s její nehmotností a zničitelností. Při nákupu zboží přechází na zákazníka právo zboží vlastnit. Při poskytování služby nezískává směnou za své peníze zákazník žádné vlastnictví. Kупuje si pouze právo na poskytnutí služby.

Nemožnost vlastnit službu má vliv na konstrukci distribučních kanálů, jimiž se služba dostává k zákazníkům. Distribuční kanály jsou obvykle přímé nebo velmi krátké. Na zprostředkovatele nemůže přecházet vlastnické právo, jako tomu zpravidla bývá u výrobků. Namísto toho mohou nabízet právo k poskytnutí služby.

2.3. Zákazník

2.3.1. Zákaznické očekávání

Jak uvádí Spáčil (2003) zákazník nevnímá skutečně poskytnutou službu, ale vnímá její obraz. Obraz očekávané služby si může, dokud mu služba nebyla poskytnuta, vytvořit na základě:

- sdělené zkušenosti;
- své vlastní zkušenosti se službou od téhož dodavatele;
- marketingového působení.

Obraz vnímané služby si vytvoří zákazník na základě:

- obrazu očekávané služby;
- „technické“ dodávky (poskytnutí) služby;
- marketingového působení.

Úspěch a neúspěch společnosti stojí a padá s tím, jak je společnost schopna obrazy očekávané i vnímané služby ovlivňovat. Jednotlivé zákazníky v jejich očekávání ovlivňují nejčastěji tyto faktory:

- Logický přístup – zákazníci často neradi připouštějí, že jsou pod vlivem marketingu silných značek, a proto dělají podvědomá (spotřebitelé) nebo vědomá (firemní zákazníci) výběrová řízení pro získání nového dodavatele nebo i pro setrvání u původního. V rámci těchto výběrů aplikují dva základní pohledy. Prostřednictvím jednoho posuzují všechny možné vyjmenovatelné atributy služby (rychlost, spolehlivost, přátelskost, jednoduchost), každý z atributů má nějaký význam od nejdůležitějšího až po nejméně důležitý, a při tomto přístupu zákazník hodnotí poctivě, jak dodavatel atributy plní. Druhý pohled je rychlejší a efektivnější. Při něm zákazník vybírá nejdůležitější atribut a vybírá dodavatele podle nejdůležitějšího atributu.
- Obava z rizika – Rizika zákazníci vnímají jako:
 - a) finanční riziko – riziko spojené s opravami, výměnami, náhradním řešením apod.;
 - b) výkonnostní riziko – riziko spojené s tím, že zakoupená služba nebude stačit požadavkům, nebude řešit problém apod.;
 - c) riziko škody – riziko spojené s obavou, že služba je nebezpečná;
 - d) sociální riziko – riziko spojené s obavou z nedostatečné kredibility dodávky, z posměšků apod.

Existují cesty, jak rizika efektivně eliminovat, což je u služeb obzvlášť důležité, protože službu lze hůře standardizovat. Tyto cesty jsou:

- a) brand – silná značka má vždy s obavami z rizik podstatně menší problémy, ale pro zákazníka někdy nebývá dostatečná, brand je při rozhodčím procesu nutná podmínka;
- b) práce s testimoniály – jiní zákazníci, kteří dokáží veřejně říci, že mají dobrou zkušenost, dát referenci, efektivně potlačí obavy z rizika;
- c) nákupy na zkoušku, pilotní projekty – zákazník si rád ozkouší službu a tím odstraní své pochybnosti jakéhokoli charakteru.

- Snaha mít věci pod kontrolou – zákazník získává větší pocit, že má věci pod kontrolou, je-li dodavatel otevřený, včas mu řekne, jaké změny čekají jeho projekt, že došlo k nepředvídatelné události, nebo mu dodavatel ukáže dílčí výsledky své práce.
- Typizovaná role – každý zákazník je zvyklý nějak reagovat, sám má nějakou roli ve svém týmu (rodině).

Zákazník jako část organizace

Storbacka, Lehtinen (2002) popisují nové role zákazníka, jehož význam pro zvyšování hodnoty vztahu neustále roste. Jednou zcela jasnou rolí zákazníka je účast na plánování a realizaci epizod. U společností, které poskytují služby, se služba neuskuteční, pokud se zákazník přímo neúčastní její „výroby“. Společnosti poskytující služby se naučily žít s tímto pojetím. Marketing služeb se proto liší od ostatních typů marketingové činnosti.

Role zákazníka:

- spotřebitel;
- zdroj cash flow;
- výrobní spolupracovník;
- marketingový spolupracovník;
- kontrolor;
- konzultant;
- instruktor.

2.3.2. Základní principy péče o zákazníky

Podle Spáčila (2003) lze vytvořit několik principů, které bychom měli nalézt tehdy, mluvíme-li o dobré péči o zákazníky. Patří mezi ně:

- Otevřenost – protože se lidé chovají recipročně, zákazník začne být otevřený, pokud vy jej otevřeně zpravíte o situaci. Tato otevřenost je základním kamenem dlouhodobého partnerství.
- Proaktivita – pro dodavatele je pochopitelně daleko snazší „jen“ reagovat na podněty od zákazníka. Opačný přístup, tedy předvídavost schopnou odhalit předem, co

zákazníka může trápit, co od nás může očekávat, však zákazník ocení několikanásobně více. Součástí zásady proaktivity je pravidlo prvního kontaktu dodavatelem – tedy pravidlo, že vyskytne-li se jakákoli objektivní věc mezi dodavatelem a zákazníkem, obrací se dodavatel na zákazníka jako první.

- Férovost – ve vztahu mezi zákazníkem a dodavatelem může dojít k situaci, z které dodavatel bude moci vytěžit, pokud si informace nechá sám pro sebe nebo využije kličky v obchodních podmínkách či dočasné krize u zákazníka. Využití takové výhody zákazník vnímá nefér a je třeba se tomu vždy vyhnout. Výhoda působí krátkodobě, zákazník si to velmi dobře zapamatuje a ve vhodnou chvíli to poznáme hodně trpce. Porušení této zásady jde proti vzniku partnerství mezi zákazníkem a dodavatelem. Dodržení této zásady většinou naopak přinese to, že zákazník nezneužije našeho právě nevýhodného postavení.
- Znalost zákazníka – je nesmírně důležité znát toho, kdo od vás kupuje, a to po jednotlivcích, mikrosegmentech i segmentech.

2.3.3. Zvýšená hodnota vztahu se zákazníkem a ziskovost vztahu

Zásadním cílem řízení vztahu se zákazníkem jak uvádí Storbacka, Lehtinen, 2002 je zvyšování hodnoty tohoto vztahu. Společnost musí rozhodnout, jakým způsobem najde mezi zákaznickou základnou hodnotné vztahy, a veškerá práce, která bude pro rozvoj vztahu vykonána, by měla být hodnocena na základě toho, jak ovlivňuje vývoj hodnoty vztahu. Nejdůležitějším indikátorem je ziskovost vztahu.

Mezi ziskovostí zákazníka a procesem vztahu se zákazníkem existuje úzké propojení. Neziskové vztahy se zákazníky jsou často velmi komplikované a skládají se z řady epizod – výměn mezi společností a zákazníkem, a činností, které žádné straně nepřinášejí hodnotu. A proto snaha o zvýšení hodnoty vztahu často vyžaduje přehodnocení celého vztahu. Ziskovost vztahu se zákazníkem se vztahuje k ziskovosti specifického vztahu v určitém časovém období, tj. příjem ze vztahu – náklady na vztah = ziskovost. Doba, po kterou se měření ziskovosti běžně provádí, je jeden rok.

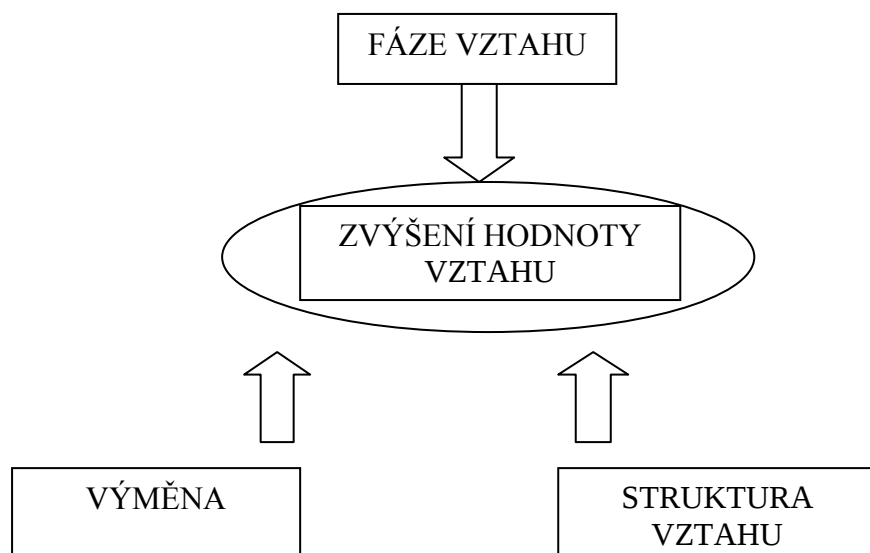
Všechny vztahy se zákazníky by měly v dlouhodobém pohledu přinášet zisk. Taková dlouhodobá ziskovost vyžaduje dvojí přístup. Za prvé by ziskovost vztahu měla být analyzována po uplynutí jednoho roku. Je však třeba dát pozor, aby na základě této analýzy

jednoletého období nebyly učiněny chybné závěry. Zákazník, který není ziskový tento rok, může být mezi ziskovými v budoucnosti. Za druhé, vztah, který trval po určitou dobu, má často daleko pevnější základ díky vazbám, které v jeho průběhu vznikly. Takový typ vztahu může být výhodně využit jako reference.

2.3.4. Dimenze řízení vztahů se zákazníky

Storbacka, Lehtinen 2002 popisují dimenzi řízení vztahů, na jejichž základě mohou být vytvářeny vztahové strategie. V řízení vztahů se zákazníky existují tři veličiny: výměna, struktura vztahu, fáze vztahu – viz obrázek 1.

Obrázek 1: Hodnota vztahu se zákazníkem může být zvýšena v oblasti: výměny, struktury a fází vztahu.



Pramen: Storbacka, K., Lehtinen, J.R., 2002

Vztah se zákazníkem může být analyzován ve třech fázích: ve fázi navázání, ve fázi rozvíjení, a ve fázi ukončení. Každá z těchto fází zahrnuje výměnu emocí, informací a jednání. Řízení lze také pojmut na úrovni zákaznické základny, na úrovni vztahu se zákazníkem nebo na úrovni epizod – výměn mezi společnostmi a zákazníkem.

Strategie vztahů se zákazníky

Podle Storbacka, Lehtinen (2002) existuje tolik strategií vztahů se zákazníky, kolik je průmyslových oborů a společností. Strategie rozdělují do tří kategorií:

- Strategie sponky – sepnutí: Zákazník se adaptuje na procesy společnosti. Ta mu nabízí epizody. Epizody, ale nemusí vyžadovat velkou spolupráci nebo kompatibilitu procesů. Dochází zejména k výměně jednání; pro sdělení výhod plynoucích pro zákazníka z pokračujícího vztahu jsou třeba vhodné komunikační nástroje, aby správné sdělení zajistilo věrnost zákazníka.
- Strategie zdrhovadla – propojení: Oba, zákazník i společnost, přizpůsobí své procesy, tak aby do sebe zapadaly. Cílem je, aby se ze vztahu vyloučily nepotřebné činnosti a byla zajištěna kompatibilita jednání. Tato strategie vyžaduje dlouhodobou spolupráci, v jejímž průběhu jsou procesy obou zúčastněných stran systematicky analyzovány, aby se adaptace procesů mohla neustále zlepšovat.
- Strategie suchého zipu – přimknutí: Společnost, která se rozhodne pro tuto strategii, přizpůsobí své procesy procesům zákazníka. Hraje svoji roli ve vztahu podle scénáře zákazníka. Pro zákazníka to znamená, že nemusí investovat ani čas, ani úsilí do změny vlastních procesů.

Pro vytvoření vhodné strategie vztahu se zákazníkem je třeba plně chápat hodnototvorný proces zákazníka. Cílem vztahu se zákazníkem je vytvořit konkurenční schopnost. Taková společnost, která může svým zákazníkům pomoci vytvářet si hodnotu, má konkurenční výhodu. Strategie vztahu se zákazníkem mají proto značný význam pro dlouhodobý úspěch společnosti.

Pro zajištění dostatečné konkurenceschopnosti společnosti využitím strategie vztahů je třeba zapojit kontrolní systémy. Nejdůležitějším kontrolním systémem je měření hodnoty vztahu se zákazníkem. Společnost musí mít dostatečně jasno, pokud jde o hodnotu vztahů v rámci její zákaznické základny.

2.4. Marketingový mix služeb

Původně obsahoval marketingový mix čtyři prvky – v angličtině 4 P: produkt (product), cenu (price), distribuci (place), komunikaci (promotion).

Aplikace marketingové orientace v organizacích poskytujících služby ukázala, že tato čtyři P pro účinné vytváření marketingových plánů nestačí. Příčinou jsou především vlastnosti služeb. Proto bylo nutno k tradičnímu marketingovému mixu připojit další 3 P.

Materiální prostředí (physical evidence) pomáhá zhmotnění služby, lidé (people) usnadňují vzájemnou interakci mezi poskytovatelem služeb a sledování a analýzy procesů poskytování služeb zefektivňují produkci služeb a činí ji pro zákazníka příjemnější.

L. Janečková, M. Vašítková (2001)

2.5. Komunikační mix

Jak uvádí L. Janečková, M. Vašítková (2001) se musí producenti služeb naučit komunikovat se svými současnými i potenciálními zákazníky a dokonce se širokou veřejností. K tomu musejí vědět, jak komunikovat, jaké nástroje a prostředky k tomu použít, co a komu a také kdy sdělit. Marketing zde používá celou škálu nástrojů.

Tradiční jsou tyto nástroje rozděleny do těchto skupin:

- reklama;
- podpora prodeje;
- osobní prodej;
- public relations – vytváření dobrých vztahů s veřejností.

V posledních letech dochází k vydělování dalších nástrojů komunikačního mixu z těchto skupin. Tyto trendy jsou odrazem širších celospolečenských změn, vyplývajících z toho, že svět se ve svých požadavcích stále více sjednocuje – globalizuje.

Mezi tyto nové nástroje komunikačního mixu můžeme zařadit:

- direkt marketing neboli přímý marketing;
- internetovou komunikaci.

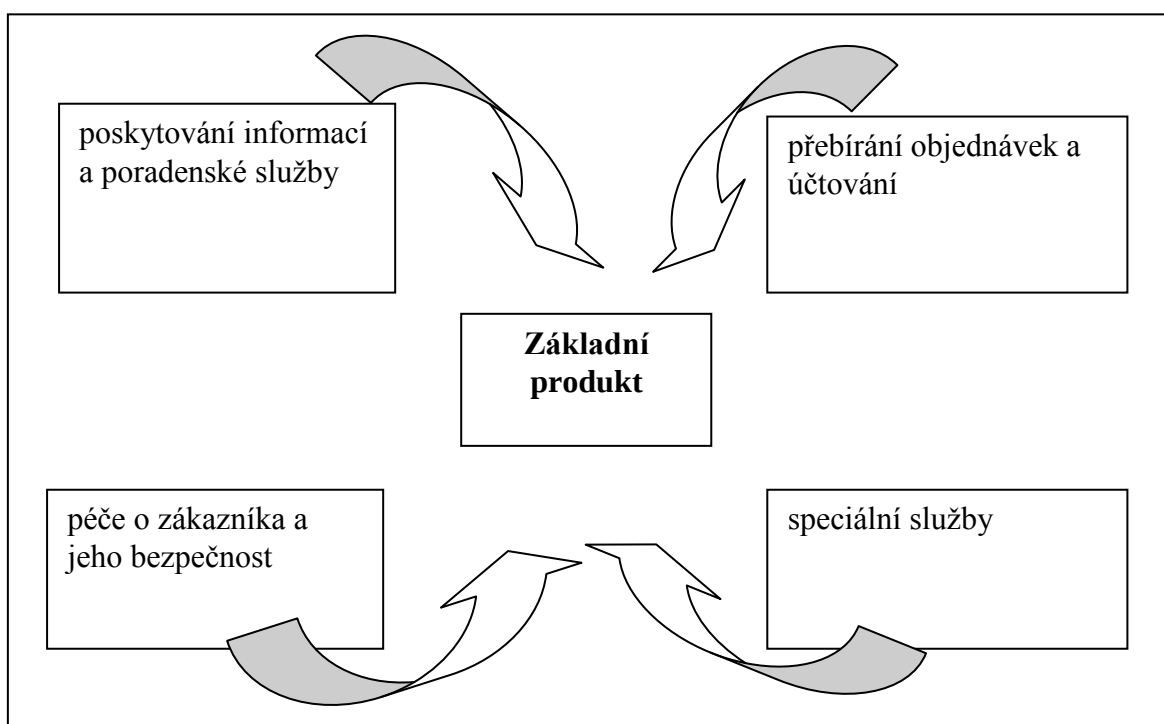
Postup při tvorbě marketingové komunikační strategie organizace poskytující služby. Komunikační strategie se skládá z těchto kroků:

- 1) situační analýzy;
- 2) stanovení cílů komunikace;
- 3) rozhodnutí o nástrojích komunikačního mixu;
- 4) tvorby rozpočtu;
- 5) vlastní realizace;
- 6) vyhodnocení.

Analýza nabídky služeb

Nabídku služeb většiny organizací poskytujících služby lze rozdělit na tzv. klíčový neboli základní produkt a periferní neboli doplňkový produkt. Základní produkt je hlavní příčinou koupě služby, zatímco doplňkový (periferní) produkt je nabízen v rámci základní služby a přidává k ní určitou hodnotu. Většina organizací nabízí dnes doplňkové služby. Vytváří se následující čtyřlístek doplňkových služeb: poskytování informací a poradenské služby, přebírání objednávek a účtování, péče o zákazníka a jeho bezpečnost, speciální služby.

Obr. 2: Základní a doplňkový produkt



Pramen: L. Janečková, M. Vašítková, 2001

Ceny služeb

Vlivy působící na ceny služeb

Při poskytování služby mohou zákazníkovi vzniknout ještě jiné náklady: jedná se především o různé náklady spojené

- s časem – pro zákazníka jsou to alternativní náklady, neboť by čas strávený vyhledáním služby mohl využít jinak – jde tedy o velice významnou cenu času ve službách;

- s fyzickým úsilím – které vyžaduje poskytování některých služeb, zejména těch, které jsou spojeny s předměty, například opravy elektroniky, malování bytu nebo samoobslužné typy služeb;
 - s psychickým úsilím – jedná se o některé typy služeb zaměřených především na člověka, které od něj vyžadují pochopení služby (některé finanční služby), překonání psychologických nebo sociálních zábran (některé typy sociálních služeb a zdravotních služeb).
- L. Janečková, M. Vašítková (2001)

2.5.1. Monitorovací systémy

Přední firmy pravidelně auditují úroveň služeb, jak vlastních, tak konkurentů. Shromažďují údaje o ohlasech zákazníků (voice of the customer – VOC), aby zjišťovaly, s čím jsou zákazníci spokojeni a s čím nikoliv.

Používají srovnávací nákupy, mystery shopping (také se používá spojení ghost shopping), výzkumy zákazníků, formuláře přání a stížností, týmy auditu služeb a dopisy prezidentovi společnosti. P. Kotler – K.L. Keller

2.5.2. Řešení stížností zákazníků

Studie nespokojenosti zákazníků jak uvádí P. Kotler – K.L.Keller ukazují, že zákazníci jsou nespokojeni se svými nákupy asi z 25%, ale pouze 5% z nich si stěžuje. Zbývajících 95% se buď domnívá, že stěžovat si nemá cenu, nebo nevědí, komu si stěžovat.

Z 5% těch, kteří si stěžují, pouze okolo 50% hlásí uspokojivé vyřešení problému. Nicméně vyřešit problém zákazníka uspokojivým způsobem je kriticky důležité. Zákazníci, jejichž stížnosti jsou uspokojivě vyřešeny, se často stávají společnostmi věrnějšími než zákazníci, kteří nebyli nikdy nespokojeni. Okolo 34% zákazníků, kteří přijdou s většími stížnostmi, nakoupí od společnosti znovu, je-li jejich stížnost vyřešena, a toto číslo se zvyšuje na 52% u stížností menších. Je-li stížnost řešena rychle, 52% (u významnějších stížností) a 95% (u méně významnějších stížností) zákazníků provede nákup u společnosti znovu.

Každá stížnost je požehnáním, je-li však dobře zvládnuta. Bylo dokázáno, že společnostmi, které vybízejí nespokojení zákazníky, aby si stěžovali, a také zplnomocňují zaměstnance, aby situaci na místě napravili, dosahují vyšších příjmů a větších zisků, než společnosti, které nemají systematický přístup k řešení nedostatků služeb.

3. Provedení analýzy

Liberalizace trhu s elektřinou

Liberalizace trhu s elektřinou v České republice se řídí zákonem č. 458/2000 Sb., o podmínkách podnikání a výkonu státní správy v energetických odvětvích a o změně některých zákonů (energetický zákon), ve znění pozdějších předpisů, jehož současné znění vychází ze směrnice Evropských Společenství č. 2003/54/ES o společných pravidlech vnitřního trhu s elektřinou. Otevření trhu s elektřinou pro zákazníky v praxi znamená, že z původně „chráněného zákazníka“, jehož výsledná cena dodávky včetně ceny silové elektřiny byla každoročně stanovována Energetickým regulačním úřadem, se zákazník stává tzv. „oprávněným zákazníkem“, který je ze zákona oprávněn uzavřít smlouvu o dodávce a odběru elektřiny s libovolným dodavatelem.

Otevírání trhu s elektřinou probíhalo v České republice od 1. ledna 2002, kdy se postupně jednotlivé kategorie původně chráněných zákazníků stávaly oprávněnými zákazníky s právem volby dodavatele elektřiny. Od roku 2006 jsou oprávněnými zákazníky všichni koneční zákazníci.

Položkové složení celkové ceny za dodávku elektřiny

Na liberalizovaném trhu je výsledná cena dodávky elektřiny pro oprávněné zákazníky složena z regulovaných cen činností přirozeně monopolního charakteru, tj. všech činností spojených s dopravou elektřiny od výrobce prostřednictvím přenosové a distribuční soustavy k zákazníkovi, a dále se zajištěním stability elektroenergetického systému z technického i obchodního hlediska. Další podstatnou částí výsledné ceny elektřiny je cena silové elektřiny, kterou pro jednotlivé kategorie odběratelů stanovují samotní dodavatelé (výrobci a obchodníci) a je smluvní záležitostí.

Vysvětlení jednotlivých položek celkové ceny za dodávku elektřiny:

1. Neregulované platby za vlastní odebranou elektřinu, tzv. „silovou elektřinu“ (platí pro VO/MOP/MOO).

Tyto platby stanovuje obchodník s elektřinou a zahrnují následující položky:

- Pevná cena za měsíc - jde o částku, která pokrývá fixní náklady obchodníka s elektřinou;
- Cena za odebranou megawatthodinu (MWh), která se v některých případech dělí na cenu v nízkém (NT) a vysokém (VT) tarifu.

2. Regulované platby za dopravu elektřiny k jednotlivým zákazníkům, tj. poplatky za použití rozvodné sítě (distribuce). Tyto platby jsou každoročně stanovovány cenovým rozhodnutím ERÚ úřadu a zahrnují následující složky:

MOO/MOP:

- Měsíční plat za příkon - jde o částku, která se odvíjí od proudové hodnoty hlavního jističe udávané v ampérech – (A) a pokrývá fixní náklady provozovatele energetické distribuční soustavy. Platí se ve stálé měsíční výši bez ohledu na to, kolik elektřiny zákazník odebere. Čím vyšší je hodnota jističe, tím větší může být energetická náročnost spotřebičů, které můžete najednou využívat, ale tím vyšší je i tento plat.
- Cena za dopravenou MWh - ta se může dělit na cenu ve vysokém (VT) a nízkém (NT) tarifu.
- Cena za systémové služby pokrývá náklady provozovatele energetické přenosové soustavy (vlastněna státem) na nákup tzv. podpůrných služeb od jednotlivých výrobců elektřiny. Tyto služby představují nutnou pohotovost elektráren, které pracují jako záložní zdroje pro případ výpadku ve výrobě nebo náhlého zvýšení spotřeb elektřiny.
- Cena na podporu výkupu elektřiny z obnovitelných zdrojů (OZE), kombinované výroby elektřiny a tepla (KVET) a druhotných zdrojů (DZ). V souvislosti se vstupem do EU se Česká republika zavázala tento typ výroby podporovat s ohledem na jeho ekologický přínos. Výrobní náklady u těchto zdrojů jsou vyšší, proto jsou pokrývány z tohoto poplatku.
- Cena za činnost zúčtování Operátora trhu s elektřinou (OTE) pokrývá náklady této společnosti, která zajišťuje mimo jiné zpracování bilance nabídek a poptávek na dodávku elektřiny, nebo zúčtování odchylek mezi plánovaným a skutečně dodaným množstvím elektřiny mezi jednotlivými účastníky trhu s elektřinou. OTE vznikl v souvislosti s liberalizací trhu s elektřinou a dává odběratelům možnost vybrat si svého dodavatele silové elektřiny.

VO:

- použití sítí VN/VVN;
- rezervovaná roční/měsíční kapacita;
- překročení rezervované roční/měsíční kapacity;
- překročení příkonu;
- nevyžádaná dodávka jalové energie;
- přírážka za nedodržení účinníku.

Povinnost uvádět na faktuře všechny detailní složky celkové ceny stanovuje současná energetická legislativa. Tento požadavek souvisí s otevřením trhu s elektřinou a dává zákazníkům možnost samostatně sledovat regulované a neregulované složky ceny. Celková výše platby za elektřinu je uvedena na první straně faktury.

Ovlivnění položek ceny při změně dodavatele

Oprávněný zákazník má právo si zvolit libovolného dodavatele silové elektřiny a vybrat si podle svého uvážení nejvhodnější nabízený produkt s ohledem na charakter a množství své spotřeby.

Naopak distribuční platby se odvíjí od místa připojení, tj. podle příslušné distribuční společnosti, do jejíž sítě je odběrné místo připojeno. Distributora si tedy nelze vybrat. Zákazník na hladině nízkého napětí však může změnit distribuční sazbu při splnění podmínek pro její přiznání, popř. může změnit velikost jističe. Převážná většina odběratelů v České republice je připojena do elektrizační soustavy prostřednictvím regionálních distribučních společností ČEZ Distribuce, a.s., E.ON Distribuce, a.s., nebo PRE distribuce, a.s.

Ze strany zákazníka není také možné ovlivnit cenu za ostatní regulované položky; cena za systémové služby, cena na krytí vícenákladů spojených s podporou výroby elektřiny z obnovitelných zdrojů (OZ), kombinované výroby elektřiny a tepla (KVET) a druhotných zdrojů (DZ) a cena za služby operátora trhu (poplatek OTE) za zúčtování odchylek je jednotná pro všechny konečné zákazníky v České republice bez ohledu na místo připojení nebo zvoleného dodavatele.

Stručně řečeno, část nákladů za elektřinu na hladině nízkého napětí je možné ze strany odběratele aktivně ovlivnit volbou dodavatele silové elektřiny, zbytek tvoří regulovaná cena distribuce a ostatní regulované položky. Podíl jednotlivých položek je u každého konečného zákazníka obecně různý s ohledem na typ sazby a velikost spotřeby.

Změna dodavatele

Změna dodavatele elektřiny je v souladu s energetickým zákonem a evropskými směrnici poskytována zdarma a dodavatelé nejsou oprávněni za provedení této změny účtovat žádné poplatky.

Změna elektroinstalace nebo připojení při změně dodavatele

Při změně dodavatele nedochází k žádné manipulaci s měřicím zařízením (elektroměrem) u zákazníka, vše proběhne pouze na základě zjištění stavu elektroměru k datu změny dodavatele a legislativně je zaručena kontinuita dodávek elektřiny do odběrného místa zákazníka bez přerušení a bez jakýchkoli fyzických zásahů.

Smlouva o připojení

V souladu s ustanovením § 30 vyhlášky č. 541/2005 Sb., o pravidlech trhu s elektřinou, podává účastník trhu s elektřinou před první změnou dodavatele u příslušného provozovatele přenosové nebo distribuční soustavy žádost o uzavření nové smlouvy o připojení, a to nejpozději:

- a) 8 pracovních dnů před účinností změny dodavatele, jedná-li se o změnu dodavatele v odběrném místě s měřením typu A nebo B; změna dodavatele se uskutečňuje vždy k prvnímu dni kalendářního měsíce;
- b) 17 pracovních dnů před účinností změny dodavatele, jedná-li se o změnu dodavatele v odběrném místě s měřením typu C.

Pokud zákazník provádí změnu dodavatele na odběrném místě, které je připojené k přenosové soustavě nebo k distribuční soustavě s napětím mezi fázemi vyšším než 1 kV, poprvé a nemá dosud uzavřenu smlouvu o připojení, může si sám požádat příslušného distributora, k jehož soustavě je odběrné místo připojeno, o uzavření takové smlouvy. Na zá-

kladě plné moci udělené zákazníkem dodavateli může být žádost o uzavření smlouvy o připojení řešena za zákazníka ze strany dodavatele.

Podmínky pro přiznání distribuční sazby

Podmínky pro přiznání jednotlivých distribučních sazeb stanovuje cenové rozhodnutí ERÚ č. 5/2010.

V zásadě platí, že každému odběrateli z kategorie domácností může být přiznána jednotarifní sazba pro standardní spotřebu (D01d nebo D02d) nebo dvoutarifní sazba D61d pro víkendový režim. Identicky pak pro podnikatelský maloodběr může být přiznána jednotarifní sazba pro standardní spotřebu (C01d, C02d nebo C03d).

Kromě výše uvedených sazeb má dále odběratel, který se rozhodne pro využití elektřiny k vytápění domácnosti nebo ohřev teplé užitkové vody, možnost využít některé z dvoutarifních sazeb, a to za předpokladu, že splní určité doplňující podmínky, mezi něž patří:

- řádná instalace daného typu topného spotřebiče;
- zajištění blokování tohoto spotřebiče v době platnosti vysokého tarifu;
- s výjimkou sazeb C25d a D25d, určených pro akumulární ohřev teplé užitkové vody, také dodržení určitého minimálního podílu příkonu topných spotřebičů (topení, bojleru atd.) na celkovém instalovaném příkonu v odběrném místě, případně prokázáním, že tepelný výkon instalovaných spotřebičů odpovídá tepelným ztrátám objektu (konkrétní údaje o minimálním podílu příkonu jednotlivých spotřebičů na celkovém instalovaném příkonu jsou stanoveny ve výše uvedeném cenovém rozhodnutí).
- zajištění samostatně měřeného přívodu u sazeb určených pro tepelná čerpadla v podnikatelském maloodběru (C55d a C56d);

U podnikatelského maloodběru dále existují speciální sazby pro neměřené odběry (C60d a C61d) a sazba pro veřejné osvětlení (C62d).

Informace lze také získat od jednotlivých distribučních společností, které jsou odpovědné za přiznání konkrétní sazby na základě údajů o charakteru spotřebičů poskytnutých ze strany odběratele.

Pokud odběratel při změně dodavatele elektřiny výslovně nepožádá provozovatele distribuční soustavy o změnu technických parametrů připojení k elektrizační soustavě, neexistuje žádný důvod pro změnu sazby. K technickým parametrům patří například velikost jmenovité proudové hodnoty hlavního jističe před elektroměrem nebo příkon a charakter elektrických topných spotřebičů instalovaných v jeho odběrném místě. Samotná změna dodavatele elektřiny však nevyvolá nový proces přiznání distribuční sazby, protože ze strany odběratele nedojde k fyzické změně charakteru odběru elektřiny.

Postup při procesu změny dodavatele elektřiny

Pro ulehčení celého procesu změny dodavatele je možné dát novému dodavateli při podpisu smlouvy o sdružených dodávkách plnou moc k zastupování v rámci procesu změny dodavatele. Dodavatel pak může provést některé činnosti za zákazníka, čímž i z důvodu větších zkušeností s procesem změny dodavatele může celý proces podstatně urychlit. Při uzavírání nové smlouvy na dodávku elektřiny je důležité uvést veškeré náležitosti stanovené platnou legislativou. Chybějící či nesprávné údaje mohou celý proces změny dodavatele prodloužit.

Pokud zákazník podepíše plnou moc pro zastupování, nový dodavatel uskuteční prostřednictvím zákazníka výpověď stávající smlouvy. Po fyzické výpovědi této smlouvy probíhá výpovědní lhůta, po kterou zákazníkovi dodává stále původní dodavatel. Po proběhnutí všech úkonů souvisejících se změnou dodavatele a uplynutí výpovědní lhůty dodává zákazníkovi nový dodavatel. O této skutečnosti by měl být zákazník informován, stejně jako by měl být informován o skutečnosti, od kterého data byla skutečně zahájena dodávka od nového dodavatele. Původní dodavatel je povinen do 30-ti dnů od změny zaslat zákazníkovi konečné vyúčtování dodávky spolu s případným přeplatkem na zálohách.

V případě, že se zákazník rozhodne nepodepsat plnou moc pro zastupování v procesu změny dodavatele, je nezbytné, aby si celý proces vyřídil sám. Úplný soupis nutných kroků a dalších probíhajících činností a jejich návazností je uveden v § 30 vyhlášky č. 541/2005 Sb. v platném znění.

Typy smluv na dodávku elektřiny

Smlouvy se dělí na tři základní typy:

- a) Smlouvu o dodávce elektrické energie - zákazník musí mít uzavřenu samostatně smlouvu o distribuci.
- b) Smlouva o sdružených službách dodávky elektrické energie – u této smlouvy je současně s dodávkou komodity poskytována zákazníkovi prostřednictvím obchodníka rovněž distribuce elektřiny.
- c) Smlouva SOM – jedná se o smlouvu, kde je zákazníkem velkoodběratel s více odběrnými místy, přičemž tato místa jsou zahrnuta do tzv. souhrnného odběrného místa (SOM).

Pro zákazníky typu domácnost a pro maloodběratele/podnikatele je nejvhodnější uzavřít s novým dodavatelem smlouvu o sdružených službách dodávek elektřiny. Na základě této smlouvy dodavatel zajišťuje pro zákazníka kompletní služby související s dodávkou elektřiny, tzn. nejen zajištění silové elektřiny, ale také dopravy elektřiny až k zákazníkovi. V praxi to znamená, že zákazníkovi bude předložena jedna souhrnná faktura, na které budou vyúčtovány všechny položky spojené s dodávkou elektřiny.

Časová náročnost procesu změny dodavatele

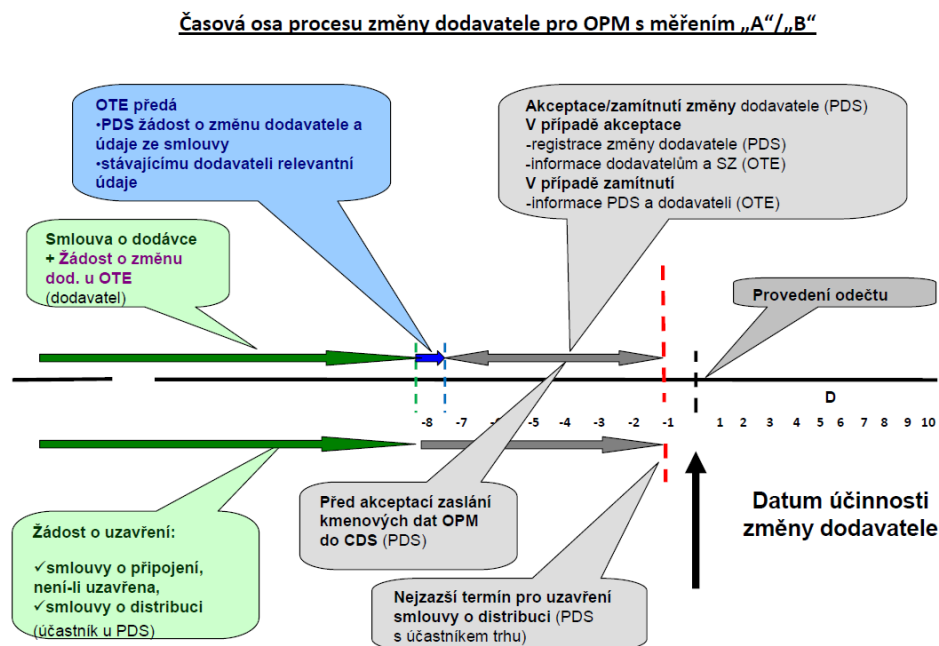
Doba potřebná k provedení změny dodavatele se odvíjí od doby potřebné pro ukončení smluvního vztahu se stávajícím dodavatelem. Délka výpovědní lhůty je dána smlouvou. V případě smluv na dobu neurčitou je obvyklá tříměsíční výpovědní lhůta, během níž lze bez problémů vyřídit vše potřebné (podepsat nové smlouvy, doložit potřebné dokumenty atd.).

Odběratelé elektřiny jsou zařazováni do příslušné odběratelské kategorie podle technického způsobu připojení k distribuční síti, a to podle úrovně napětí:



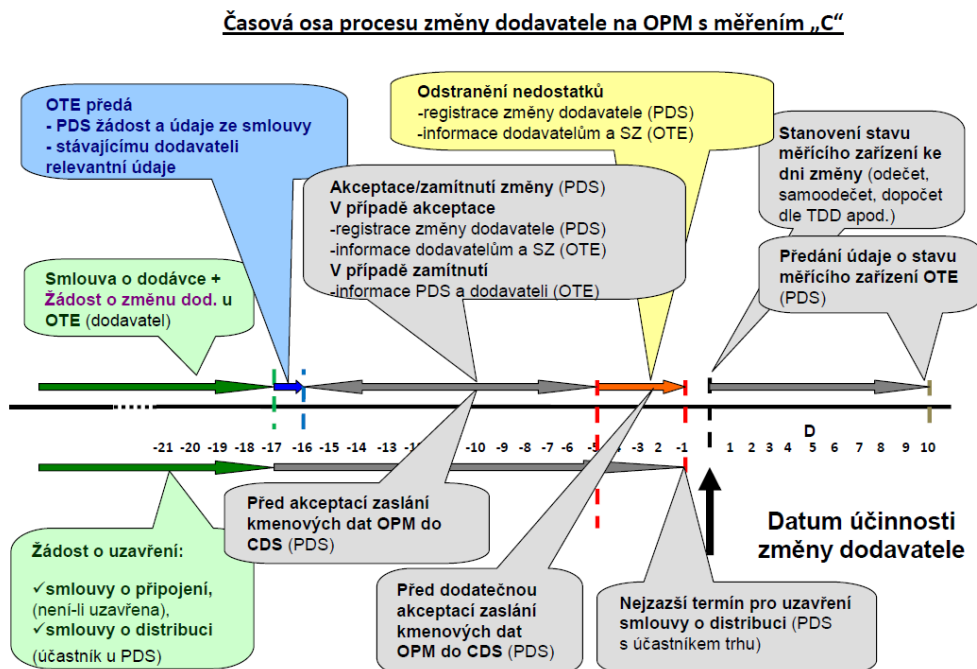
Obr. 3 – rozdělení zákazníků do kategorií. Zdroj: www.pragoplyn.cz

Časová náročnost procesu změny dodavatele podle jednotlivých kategorií je uvedena níže.



Obr. 4 – časová náročnost změny dodavatele pro OPM s měřením „A“ nebo „B“.

Zdroj: Proces změny dodavatele – OTE, a.s.



Obr. 5 – časová náročnost změny dodavatele pro OPM s měřením „C“. Zdroj: Proces změny dodavatele – OTE, a.s.

Změna technických parametrů na OM

Zákazník má uzavřenou smlouvu o sdružených službách dodávek elektřiny a chce změnit např. jistič (ze smlouvy o připojení) nebo distribuční sazbu (ze smlouvy o distribuci). Může to udělat sám u provozovatele distribuční soustavy, nebo musí jednat prostřednictvím svého dodavatele elektřiny? V případě změny jističe (navyšování či snížení proudové hodnoty) žádá zákazník přímo příslušného provozovatele distribuční soustavy (změnu pak provozovatel distribuční soustavy oznamuje dodavateli elektřiny).

V případě změny distribuční sazby jedná zákazník se svým dodavatelem elektřiny a ten následně oznamuje tento požadavek příslušnému provozovateli distribuční soustavy. Je-li změna sazby spojena s úpravami v odběrném místě, tyto záležitosti projednává provozovatel distribuční soustavy přímo se zákazníkem (jedná se o záležitosti související s připojením). Sazbu distribuce je však možné změnit nejvýše jednou za 12 měsíců od poslední změny sazby, není-li individuálně dohodnuto s distributorem jinak. Další podmínky změny distribuční sazby jsou uvedeny v cenovém rozhodnutí ERÚ č. 5/2010.

Způsoby zálohování, periodicita

Způsob zálohování je definován ve smlouvě a je rozdílný podle odečtového cyklu zákazníka.

V případě VO může zákazník zvolit ze dvou variant splatnosti záloh:

- 1) 8. den kalendářního měsíce, na který se záloha poskytuje; nebo
- 2) 3., 13. a 23. den kalendářního měsíce, na který se záloha poskytuje.

V případě MOP je záloha splatná jednorázově vždy k 15. dni kalendářního měsíce, na který se záloha poskytuje.

Výše záloh je stanovena ve smlouvě. Zákazník je povinen platit zálohy v termínech uvedených v předpisu záloh. Výše zálohy u MOP odpovídá 100% platbě za spotřebu elektřiny a je rozložena do 12 měsíčních splátek (1/12 předpokládané platby za roční spotřebu).

Fakturace probíhá dle charakteru zákazníka podle zařazení do odečtových cyklů. VO je fakturován měsíčně. MOP je fakturován ročně. Vyúčtování se připravuje na základě odečtu, který obchodník obdrží od příslušného provozovatele distribuční soustavy.

Daň z elektřiny

Povinnost zavést systém zdanění elektřiny s účinností od 1. ledna 2008 vyplývá pro Českou republiku z ustanovení směrnice Rady 2003/96/ES o zdanění energetických produktů a elektřiny, ve znění směrnice Rady 2004/74/ES. Zdanění elektřiny upravuje část čtyřicátá sedmá zákona č. 261/2007 Sb., o stabilizaci veřejných rozpočtů. Daň z elektřiny ve výši 28,30 Kč/MWh je uplatňována na veškerou vyrobenou elektřinu, s výjimkou elektřiny pocházející z obnovitelných zdrojů energie, na straně spotřeby je od daně osvobozena elektřina používaná v některých energeticky náročných odvětvích (např. elektrolytické nebo metalurgické procesy, trakční doprava, spotřeba elektřiny pro výrobu elektřiny nebo kombinovanou výrobu elektřiny a tepla a další). Daň z elektřiny je obdobně jako daň z přidané hodnoty hrazena za finální produkt, tj. konečnými odběrateli.

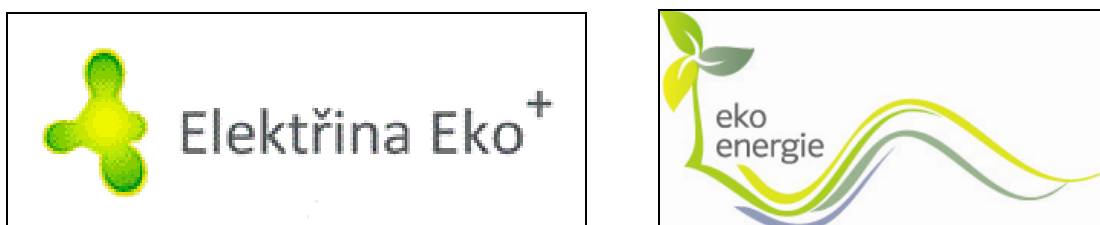
Dodávka elektřiny z obnovitelných zdrojů

Dodavatel nabízí elektrickou energii vyrobenou z obnovitelných zdrojů, tzv. ekologicky šetrnou elektřinu, pro částečnou nebo celkovou spotřebu zákazníka. Zákazník si sám určí procentuální podíl ekologicky šetrné elektřiny. Cena ekologicky vyrobené elektřiny se sjednává individuálně.

Výhody pro zákazníka:

- nákupem ekologicky šetrné elektřiny zákazník vyjádří svou vlastní odpovědnost a pozitivní přístup v oblasti životního prostředí;
- zákazník může zvýšit konkurenceschopnost a podnikatelskou důvěryhodnost pro své partnery, investory, peněžní ústavy, veřejnou správu i širokou veřejnost;
- ekologicky šetrná elektřina je osvobozena od daně z elektřiny ve výši 28,30 Kč (bez DPH)/MWh (*Zákon o stabilizaci veřejných rozpočtů č. 261/2007 Sb., část 47: Daň z elektřiny*);

- podpora plnění normy ISO 14001, popř. norem ISO 9001 a ISO/TS 16949, řešení je jednoduché a investičně přijatelné;
- zákazník obdrží certifikát, který potvrdí původ elektřiny dodávané z obnovitelných zdrojů;
- možnost využití symbolů EKO Energie k marketingovým účelům.



Obr. 6 - Příklad použití loga od společností Pragoplyn, a.s. (vlevo) a E.ON Energie, a.s. (vpravo)

Standardní návrhy podílu odběru elektřiny vyrobené ekologicky šetrným způsobem (minimální množství Eko elektřiny lze sjednat individuálně):

- 1) 100 % Eko elektřiny;
- 2) 50 % Eko elektřiny (50% dodávky elektřiny);
- 3) 20 % Eko elektřiny (80% dodávky elektřiny).

Příklad výpočtu cenového rozdílu dodávky standardního produktu a stejného produktu v modifikaci EKO:

Spotřeba v MWh	200,00
Cena Kč/MWh	1 450,00
Přirážka EKO Kč/MWh	100,00
Daň z elektřiny Kč/MWh	28,30

Podíl Eko energie	100%	50%	20%
Celková cena za Eko energii	315 660,00 CZK	157 830,00 CZK	63 132,00 CZK
Celková cena za standardní energii	0,00 CZK	147 830,00 CZK	236 528,00 CZK
Celková cena za spotřebovanou elektřinu	315 660,00 CZK	305 660,00 CZK	299 660,00 CZK
Daň z elektřiny celkem	5 660,00 CZK	2 830,00 CZK	1 132,00 CZK
Výsledná cena dodávky	310 000,00 CZK	302 830,00 CZK	298 528,00 CZK
Rozdíl	14 340,00 CZK	7 170,00 CZK	2 868,00 CZK
Rozdíl	4,9%	2,4%	0,97%

Obr. 7 – Příklad výpočtu dopadu využití části Eko elektřiny

Dodávka Biometanu

Biometan⁺ představuje energetický zdroj s vysoce pozitivním přínosem pro ochranu životního prostředí. Všeobecně je známý pod názvem bioplyn nebo biometan, obecně je pod pojmem Biometan⁺ míněna plynná směs metanu (CH₄) a oxidu uhličitého (CO₂).

Biometan⁺ je užitečný a ekologicky čistý plyn vznikající při anaerobní metanové fermentaci organických látek v přirozených prostředích (tj. mokřady, sedimenty, trávící ústrojí), zemědělském prostředí (tj. biomasa, organické odpady), odpadovém hospodářství na skládkách odpadů, v anaerobních čistírnách odpadních vod (ČOV) nebo v bioplynových stanicích.

Jedinou společností, která je schopna zajistit dodávky a deklarovat její původ v České republice je pražská společnost Pragoplyn, a.s.

Pragoplyn, a.s., zabezpečuje dodávky biometanu do plynárenské sítě, přičemž zákazník může uvažovat o využití Biometanu⁺ na výrobu tepla (spalování v kotli) nebo na kombinovanou výrobu elektřiny a tepla (tzv. kogenerační jednotka).

Výhody pro firmy

- Budování pozitivní image společnosti – společnost starající se o životní prostředí;
- Marketingové využití získaných certifikátů;
- Marketingové využití loga na produktech či výrobcích;
- Vysokou kvalitu produktu zajišťuje jeho certifikace v Německu, a to certifikátem původu a certifikátem udržitelnosti (výroby).



Obr. 8 – Logo Biometan společnosti Pragoplyn, a.s.

Změna ceny elektřiny ze strany dodavatele v průběhu období dodávky

Regulované ceny jsou každoročně stanoveny cenovým rozhodnutím Energetického regulačního úřadu do 30. listopadu s platností na celý následující kalendářní rok.

Cena silové elektřiny není Energetickým regulačním úřadem regulována a její výše se může měnit na základě smluvních vztahů mezi dodavatelem a odběratelem, zpravidla je však upravována jednou ročně. Někteří dodavatelé mohou také nabízet produkt, kdy se nabídková cena silové elektřiny v průběhu roku odvíjí od ceny elektřiny na energetických burzách, a tedy výše ceny bude upravována častěji.

Stav nouze v elektrizační soustavě

Stav nouze v elektrizační soustavě označuje stav odlišný od normálního stavu, kdy je nutno operativním řízením provozu zabránit šíření poruchových výpadků zařízení elektrizační soustavy. Stav musí být neprodleně převeden korektivními zásahy dispečerského řízení do normálního, případně výstražného, stavu. Za tímto účelem lze použít mimořádné prostředky dané regulačním plánem.

Stav nouze v elektrizační soustavě je omezení nebo přerušení dodávek elektřiny na celém území ČR nebo v její části (např. v případech živelné události nebo havárie na zařízeních pro výrobu, přenos a distribuci elektřiny apod.). Je-li vyhlášen stav nouze, nevyplývají z této situace pro zákazníka typu domácnost žádné povinnosti, nicméně zákazníci mohou zaznamenat určité omezení či dokonce přerušení dodávek elektřiny, a to i v těch částech území, které zdánlivě některou z výše uvedených situací nebylo zasaženo. Při vyhlášení stavu nouze nelze uplatnit náhrady za porušení standardů tak, jak jsou stanoveny vyhláškou č. 540/2005 Sb., o kvalitě dodávek elektřiny a souvisejících služeb v elektroenergetice.

Regulační plán

Regulační plán určuje omezení výkonu odebíraného odběratelem v jednotlivých regulačních stupních. Spotřeba nebo dodávka Elektřiny při stavu nouze nebo činnostech bezprostředně zamezujících vzniku stavu nouze je omezována snížením výkonu odebíra-

ného odběratelem v souladu s vyhlášenými stupni plánu omezování spotřeby. U odběratelů s registračním záznamem průběhu spotřeby se jedná o snížení sjednaných hodinových výkonů v diagramu zatížení. U ostatních odběratelů se jedná o snížení sjednaných průměrných hodinových výkonů.

Zákazník je povinen sjednávat s dodavatelem regulační plán. Výkonová náplň v jednotlivých regulačních stupních je součástí smlouvy o dodávce elektřiny mezi dodavatelem a daným odběratelem.

Regulační plán tvoří přílohu vyhlášky č. 219/2001 Sb. Ministerstva průmyslu a obchodu o stavech nouze v elektroenergetice.

Regulační plán podle vyhlášky č. 80/2010					
hladina napětí	do 1 kV		nad 1 kV		
rezervovaný výkon/ hodnota hl. jističe	do 200 A	nad 200 A	do 100 kW	nad 100 kW a do 1 MW	nad 1 MW
základní stupeň	nesnižuje odebíraný výkon - vyjadřuje normální provozní stav s vyrovnanou výkonovou bilancí				
výstražný stupeň	nesnižuje odebíraný výkon - upozorňuje na možná omezení v energetické soustavě a upozorňuje na nutnost zvýšené pozornosti při sledování prostředků informujících o energetické situaci a vyhlášení regulačních stupňů				
RS č. 1	odebíraný výkon snižuje provozovatel soustavy pomocí HDO	odebíraný výkon snižuje provozovatel soustavy pomocí HDO	X	X	X
RS č. 2	odebíraný výkon snižuje provozovatel soustavy pomocí techn. prostředků do 1 hodiny	X	odebíraný výkon snižuje provozovatel soustavy pomocí techn. prostředků do 1 hodiny	X	X
RS č. 3	X	X	X	X	snižuje odebíraný výkon o 15% do 30 min.
RS č. 4	X	snižuje odebíraný výkon o 15% do 1 hodiny	X	snižuje odebíraný výkon o 15% do 1 hod.	X
RS č. 5	X	X	X	X	navazuje na RS 3, snižuje odebíraný výkon o dalších 15% do 1 hod. při respektování bezpečnostního minima
RS č. 6	X	navazuje na RS 4, snižuje odebíraný výkon o dalších 15% do 2 hod. při respektování bezpečnostního minima	X	navazuje na RS 4, snižuje odebíraný výkon o dalších 15% do 2 hod. při respektování bezpečnostního minima	X
RS č. 7	bezpečnostní minimum je stanoveno v PPDS	snižování odebíraného výkonu na hodnotu bezpečnostního minima do 1 hodiny	bezpečnostní minimum je stanoveno v PPDS	snižování odebíraného výkonu na hodnotu bezpečnostního minima do 1 hod.	
Odebíraným výkonem se rozumí průměrná hodnota výkonu odebíraného z elektrizační soustavy v obchodní hodině předcházející okamžiku vyhlášení regulačního stupně, nebo hodnota rezervované kapacity v příslušném kalendářním měsíci					

Tabulka č. 1 – Matice definující regulační stupně

Bezpečnostní minimum představuje výkon odebíraný z distribuční sítě, který stanovuje zákazník, jako součet výkonů potřebných spotřebičů elektřiny, podle vyhlášky 80/2010, Přílohy č. 1, části IV., odstavců 1 až 3.

HDO je systém hromadného dálkového ovládání. HDO představuje označení pro soubor zařízení sloužících k řízení (spínání) elektrických spotřebičů. HDO je prováděno pomocí vysílačů umístěných v rozvodnách distribučních soustav a přijímačů umístěných

u spotřebitelů. HDO je významným prostředkem řízení zatížení. Jinými slovy, prostřednictvím HDO je v průběhu dne u odběratelů dálkově přepínán nízký a vysoký tarif a současně ovládány některé spotřebiče. Cena elektřiny v době platnosti nízkého tarifu je pro zákazníka levnější. V době platnosti nízkého tarifu se u zákazníka spínají zařízení sloužící k vytápění objektů nebo k ohřevu teplé vody. Časy spínání nízkého tarifu jsou k dispozici na internetových stránkách příslušných provozovatelů distribučních soustav, a dále se o nich zákazník může informovat na telefonických informačních linkách nebo v zákaznických centrech. Tyto časy mohou být ze strany distributora měněny, jakákoliv změna však musí být zveřejněna minimálně s týdenním předstihem.

Dodavatel poslední instance

Dodavatelem poslední instance je subjekt na trhu s elektřinou, který má v zákonem stanovených případech povinnost dodávat elektřinu zákazníkům za ceny stanovené Energetickým regulačním úřadem. Institutu dodávky od dodavatele poslední instance mohou využít zákazníci v případech, kdy jejich stávající dodavatel pozbyl schopnost dodávat elektřinu. Dodavatel poslední instance by současně měl být pojistkou pro malé zákazníky a domácnosti, kteří mají právo volby svého dodavatele elektřiny, avšak z různých příčin dodavatele na trhu s elektřinou nenalezli.

3.1. Současné formy obsluhy

3.1.1. Poradenská centra

Nový trend, který se vyznačuje snižováním nákladů na obsluhu a začlenění nejmodernějších forem komunikace, přináší snižování počtu zákaznických center. Tato zákaznická centra, která se vyskytovala ve většině okresních měst a mnohdy i v méně významných obcích, se stala „požírači“ nákladů. Jejich vytíženost klesala souběžně s růstem modernějších způsobů komunikace. Proto se postupně velcí hráči na trhu s energiemi zaměřili na snižování nákladů formou rušení zákaznických center a zvyšování center pro moderní komunikaci soustředěné kolem call center.

Zároveň však z důvodu marketingového povědomí a pro podporu uvědomění si síly a stability firmy, která provozuje toto centrum. Tato centra jsou nyní zřizována a slouží jako výkladní skříň těmto dodavatelům. Tato poradenská centra se snaží otevírat i menší alternativní dodavatelé energií a tím deklarovat zákazníkovi jejich sílu a finanční samostatnost a zajištění kvality poskytovaných služeb.

3.1.2. Call centrum

Současná call centra neplní jen úlohu komunikačního kanálu zprostředkujícího kontakt se zákazníkem a dodavatelem, ale i prodejní kanál a zároveň obranný mechanismus pro udržení portfolia zákazníků. Převážná forma komunikace call centra se zákazníkem je především prostřednictvím telefonu a pošty. Avšak s rozvojem komunikačních technologií se call centra začala více zaměřovat i na tento typ komunikace. Proto společnosti začali vytvářet speciální webové rozhraní pro získání interakce se zákazníkem. Postupně také zavedli specializované poradenské portály, které pomáhají zákazníkům s rozhodováním při použití různých úsporných opatření. Nově pak na základě požadavků zákazníků vytvořili aplikace využívající databáze informací o zákaznících, jejich účetních datech, fakturách a informacích o provedených platbách. Tyto systémy jsou díky zajištěnému zabezpečenému přístupu prostřednictvím webového prostředí dostupné pro většinu zákazníků, kteří mají přístup k internetu. Call centra jsou zaměřena především na tzv. hromadné zákazníky, tzn. zákazníky s malou spotřebou a domácnosti.

3.1.3. PhoneKAM centrum

Název PhoneKAM centrum vychází z významu anglických slov phone a zkratky KAM. Význam zkratky KAM – key account manager, znamená manažera starajícího se o klíčové zákazníky. Ve spojení s anglickým slovem phone označuje manažera, který zajišťuje servis prostřednictvím telefonu, na rozdíl od standardního způsobu obsluhy regionální či individuální viz dále. Tato forma obsluhy je určena pro zákazníky s menší obsluhou avšak vyžadující individuální přístup a péči. Může se jednat o zákazníky s rozmezím spotřeby od 50 do 150 MWh.

3.1.4. Regionální forma obsluhy

Regionální forma obsluhy je principem, který využívá regionální rozdílnosti zákazníků a obsluha formou KAM (key account manager) je individuální avšak zaměřena na střední segment zákazníků se spotřebou od 150 MWh do 1 GWh. Území působnosti daného dodavatele je rozděleno do územních oblastí, které má určitá skupina obchodníků (KAMů) na starosti – stará se o obsluhu zákazníků v této oblasti.

3.1.5. Individuální forma obsluhy

Individuální forma obsluhy je nejvyšším principem obsluhy, která je zaměřena na zákazníky s největší spotřebou, řetězové zákazníky a zákazníky charakterizované jako municipality (obce, města a kraje apod.). Jejich spotřeba je vyšší jak 1 GWh (může být i v součtu za všechna odběrná místa v případě řetězových zákazníků). Tato forma obsluhy není odvislá od regionu, ale jen dle velikosti zákazníka. Regionální odpovědnost jednotlivých KAM je dána jen interním rozhodnutím dodavatele a nikoli odlišnostmi regionů.

3.2. Využívané komunikační kanály

3.2.1. Pošta

Poštovní komunikace je jednou z nejzákladnějších forem komunikace, která byla dříve jediným možným způsobem komunikace. Nyní je využívána pro doručování smluv, dodatků smluv a nových akčních nabídek stávajícím zákazníkům. Samozřejmě je touto formou písemně oznamována celá řada změn, např. změna doručovací adresy, požadavek na změnu distribuční sazby aj. Poštovní komunikační kanál je také využíván pro akviziční zaslání nabídek na základě nakoupené databáze poštovních kontaktů.

3.2.2. Email

Email je poměrně mladý komunikační kanál, který získává na své oblibě i díky dostupnosti internetu mezi občany a firmami. Jednou z jeho předností je rychlost a přímocha-

rost kontaktu, který je v reálném čase a s minimálním časovým zpožděním jej příjemce obdrží. Nevýhodou však bývá, že dodavatelé často používají tzv. univerzální email, který je vyřizován více operátory, a jsou vyřizovány dle pořadí, ve kterém přišli. Další nevýhodou v podmínkách českého trhu, je nemožnost právního vymáhání a neakceptace požadavků zákazníka. Z tohoto důvodu, je jen další z možností komunikace a je třeba následné právní úkony uskutečnit v písemné podobě a stvrdit podpisy obou smluvních stran.

3.2.3. Webový formulář

Webový formulář je využíván k předání požadavku zákazníka s definicí problému či požadované informace. Reakce je ve většině případů realizována odpovědí na email či poštovní adresu a není realizována v reálném čase, ale se zpožděním. S tímto zpožděním však zákazník počítá a je připraven na pozdější zaslání řešení. Tento způsob je však nahrazen interaktivní verzí, viz dále.

3.2.4. Interaktivní webový portál

Tento nový systém je využíván pro reálnou interakci mezi zákazníkem a dodavatelem. V tomto systému je umožněno zákazníkovi měnit základní informace, např. zasilací adresu, kontakt apod. Díky zabezpečenému přístupu do tohoto prostředí, umožňuje zde dodavatel kontrolovat zákazníkovi také data smlouvy, informace o spotřebě, fakturách a platbách, které se vztahují k jednotlivému zákazníkovi. Data jsou v reálném čase načítána z informačního systému dodavatele.

3.2.5. Interaktivní software – nápovědný systém

Tento systém byl vytvořen pro vyjasnění některých pojmů pro zákazníky, neočekává žádnou interakci mezi zákazníkem a dodavatelem. Tento software slouží především ke vzdělávání zákazníků a zlepšení následné komunikace při zadávání požadavků od zákazníka. Software je pro zákazníka dostupný přes webové stránky dodavatele.

3.3. Nabízené služby

3.3.1. Dodávka elektrické energie a zemního plynu

Základní nabídkou energetických společností je nabídka dodávek komodit, především elektrické energie a zemního plynu. V současnosti je trend u velkých energetických společností nabízet, proti jejich původnímu zaměření na jedinou komoditu, obě komodity, tzn. jak elektřinu, tak zemní plyn. To vede ke zvyšování konkurence na trhu s komoditami. Liberalizace trhu přinesla zvýšení počtu subjektů, které nabízejí dodávky těchto dvou komodit, hovoří se o tzv. alternativní dodavatele energií.

3.3.2. Energetické úspory

Novým trendem v poskytování služeb je nabídka energetických úsporných opatření. Tato opatření jsou různého charakteru a s různým efektem pro zákazníka. Může to být např. formou zateplení objektů zákazníka, využití nové technologie výroby, zahájení používání úsporných spotřebičů apod. Cesta jak dosáhnout i ekonomické únosnosti pro zákazníka je nabídka formou tzv. **EPC – energy performance contracting**. Tato forma představuje nákup technologie, investice do úspor prostřednictvím dodavatele či jejich partneři a zákazník tuto investici hradí formou splátek. Resp. zákazník splácí ve formě částky představující úsporu z plateb za energii. Jako příklad uveďme, že zákazník platil před opatřeními např. 100.000 Kč měsíčně, po úpravách by platil 80.000 Kč měsíčně, z tohoto vyplývá úspora 20.000 Kč měsíčně. Tato částka je použita na úhradu investice tzn., že zákazník hradí stále stejnou částku za energie, ale nepotřeboval peníze na investici.

3.3.3. Energetický audit

Energetický audit je nová služba spojená s posouzením efektivity používaných technologií při spotřebě energií. Výstupem tohoto auditu je doporučení na opatření vedoucí

ke zvýšení efektivity a účinnosti využití energií. Záleží následně na zákazníkovi na provedení investice či využití systému EPC – energy performance contracting.

3.3.4. Alternativní zdroje

V současnosti se rozšířila nabídka i tzv. alternativních zdrojů energie. V současnosti je otázka alternativních zdrojů velice aktuální. Jednou z možností je využívání CNG - compressed natural gas používaný pro pohon automobilů, druhou variantou je využití elektrické energie pro elektromobily, tzv. e-smart technologie. Další z možností je využití obnovitelných energií, jako je bioplyn či spalování biomasy. Jednou z možných multifunkčních zařízení, využívající ekologicky méně škodlivého zdroje při vyšší využitelnosti tohoto zdroje, jsou kogenerační jednotky. Kogenerační jednotky využívají zemní plyn pro vytváření tepla a zároveň elektrické energie.

Požadované informace pro přípravu nabídky

- 1) Získání informací je základní a nutná podmínka pro možnost učinění cenové nabídky zákazníkovi. Pro tyto informace poskytuje dodavatel šablonu v elektronické podobě (XLS soubor), do které se požadované informace zapisují. Důležitá informace, kterou je nutno předat zákazníkovi, je učinění výpovědi u stávajícího dodavatele elektrické energie. Proto je nutno počítat s výpovědní lhůtou, která činí u smlouvy na dobu neurčitou 3 měsíce. V ostatních případech je nutné podat výpověď nejpozději k termínu dohodnutému ve stávající smlouvě nebo uvedeném v obchodních podmínkách původního dodavatele elektřiny. Za toto zodpovídá zákazník, obchodník garantuje učinění této výpovědi v odpovídajícím termínu.
- 2) Základní informace nutné pro vytvoření cenové nabídky pro segment maloodběratel/podnikatel jsou:
 - a) Název společnosti;
 - b) IČ;

- c) Název odběrného místa – jedná se o bližší určení místa, pokud má zákazník více odběrných míst;
 - d) Adresa odběrného místa;
 - e) EAN nebo distribuční území – EAN je 18-ti místný kód identifikující odběrné místo (8591...); distribuční území – jedná se o regionálního poskytovatele distribučních služeb (ČEZ distribuce, a.s., E.ON distribuce, a.s., PRE distribuce, a.s. apod.);
 - f) Typ měření – zde se jedná většinou o neprůběhové měření typu C; v některých případech o měření typu B, v tomto případě je navíc nutné získat odběrový diagram;
 - g) Poptávané období – jedná se o definici období, pro které je požadována nabídka (např. 2012, od 1. 5. 2011 do 31. 12. 2012 apod.);
 - h) Plánovaná spotřeba VT MWh – plánovaná spotřeba ve vysokém tarifu (VT) v MWh;
 - i) Plánovaná spotřeba NT MWh - plánovaná spotřeba v nízkém tarifu (NT) v MWh;
 - j) Distribuční sazba – jedná se o sazbu přidělenou distribuční společností dle charakteru odběru (např. C02d, C25d apod.);
 - k) Jistič – jedná se o hodnotu hlavního jističího prvku v odběrném místě (např. 3x25A, 1x25A apod.);
 - l) Požadovaná smlouva – zda je požadována smlouva sdružená či na dodávku.
- Pro tento segment zákazníků dodavatel poskytuje formulář žádosti o smlouvu

3) Základní informace nutné pro vytvoření cenové nabídky pro segment velkoodběratel jsou:

- a) Název společnosti;
- b) IČ;
- c) Název odběrného místa – jedná se o bližší určení místa, pokud má zákazník více odběrných míst;

- d) Adresa odběrného místa;
- e) EAN nebo distribuční území – EAN je 18-ti místný kód identifikující odběrné místo (8591...); distribuční území – jedná se o regionálního poskytovatele distribučních služeb (ČEZ distribuce, E.ON distribuce, PRE distribuce apod.);
- f) Typ měření – zde se jedná průběhové měření typu A a B;
- g) Poptávané období – jedná se o definici období, pro které je požadována nabídka (např. 2012, od 1. 5. 2011 do 31. 12. 2012 apod.);
- h) Plánovaná spotřeba MWh – plánovaná spotřeba v MWh;
- i) Napěťová hladina – zda je odběrné místo napojeno na vysoké napětí;
- j) Požadovaná smlouva – zda je požadována smlouva sdružená či na dodávku;
- k) Odběrový diagram – viz definice pojmu.

Obsluha zákazníka

- 1) Standardní obsluha zákazníka je založena na individuálním přístupu a řešení problému.
- 2) Každému zákazníkovi je přidělena jediná kontaktní osoba pro obě komodity.
- 3) V případě kontaktu prostřednictvím obchodního zástupce, záleží na nastavení vzájemné spolupráce mezi dodavatelem a obchodním zástupcem. Obchodní zástupce v tomto okamžiku vystupuje jako prostředník.

Základní kontakt se zákazníkem je uskutečňován prostřednictvím telefonu, faxu či emailu, ale také pravidelnými konzultacemi zákazníka.

4. Diskuse

Všechny uvedené služby, rozšiřující se počet subjektů nabízejících dodávky energií vede ke zvyšujícímu počtu změn dodavatele, resp. počty zákazníků, kteří mění svého dodavatele. Pokud se porovnají údaje za rok 2005 až 2010 je zřejmý vzrůstající trend těchto změn. Tabulka č. 3 až Tabulka č. 8 v Příloze č. 1 této bakalářské práce uvádějí konkrétní hodnoty. V následující Tabulce č. 2, jsou uvedeny hodnoty za první tři měsíce roku 2011. Z těchto hodnot je patrné při porovnání s předchozími roky, že rok 2011 bude, co se týče počtu změn dodavatele, přibližně dvojnásobným.

Tabulka č. 2 - Počet změn dodavatele 2011

Měsíc	Celkem OPM	Podle typu měření				Podle napěťových hladin				Podle kategorie			
		A	B	C	dopočtová	VVN	VN	NN	nezadáno	VO	MOP	MOO	ostatní
Leden	64328	2177	4584	57011	556	34	4775	58652	867	6761	26819	30175	573
Únor	40233	98	634	39485	16	0	249	39968	16	732	6706	32775	20
Březen	38612	109	613	37875	15	3	327	38266	16	722	3303	34567	20
Celkem rok	143173	2384	5831	134371	587	37	5351	136886	899	8215	36828	97517	613

Zdroj: www.ote-cr.cz

Komentář:

Tabulka udává počet odběrných a předávacích míst (OPM), na kterých byla potvrzena změna dodavatele a vyjadřuje:

- celkový počet odběrných a předávacích míst (OPM), u kterých došlo v daném kalendářním měsíci ke změně dodavatele;
- členění počtu OPM, kde došlo ke změně dodavatele, podle typu měření
A = průběhové s dálkovým přenosem;
B = průběhové s manuálním přenosem;
C = neprůběhové a
tzv. dopočtová za síť vyjadřující ztráty v síti, příp. neměřenou vlastní spotřebu,
- členění počtu OPM, kde došlo ke změně dodavatele, podle napěťových hladin
VVN = NÚ 400 kV, 220 kV a 110 kV;

VN = NÚ 35 kV, 22 kV, 10 kV, 6 kV a 3 kV;

NN = NÚ 0,4 kV;

nezadáno = případy, u kterých nelze napěťovou hladinu jednoznačně určit (virtuální OPM pro účely vyrovnávacího trhu, zahraničí, dopočtová OPM za síť a sumární OPM obchodníka vertikálně integrovaného podnikatele, jehož součástí je provozovatel distribuční soustavy);

- členění počtu OPM, kde došlo ke změně dodavatele, podle kategorie

VO = velkoodběr;

MOP = maloodběr podnikatelé, tj. třídy TDD 1, 2, 3, 8;

MOO = maloodběr domácnosti, tj. třídy TDD 4, 5, 6, 7 a

ostatní = dopočtová OPM a výrobní OPM s měřením typu "C".

Závěr

V současné době se většina energetických společností snaží odlišit a nabídnout svým zákazníkům nové služby a nové akční nabídky. Nejčastější formou nabídky pro „velké hráče“ se staly různé formy kampaní. Další z cest, kterou „velcí hráči“ na trhu s energiemi začali praktikovat je zahájení nabízení další komodity. Jedná se například o původní specializované firmy na elektrickou energii, které začali nabízet i komoditu zemní plyn a obráceně, firmy specializované na zemní plyn zahájili nabízet i elektrickou energii.

Z analýzy vyplývá, že společnosti se snaží co nejvíce zjednodušit přístup zákazníkovi k volbě změny dodavatele. Nabízí kompletní servis a pomoc při změně dodavatele, což představuje především kompletní zajištění administrace změny dodavatele, což představuje získání informací od původního dodavatele, výpověď stávající smlouvy s dodavatelem i distributorem, uzavření nové smlouvy o distribuci a příprava nové smlouvy. Samozřejmě zákazníkovi nabídne výhodu lepší ceny a případně některou z nabízených služeb zcela zdarma.

U maloodběratelů je větší problém najít vhodnou nabídku, která přiměje zákazníka ke změně. Důvodem jsou minimální rozdíly v cenách jednotlivých dodavatelů, které zákazníkovi uspoří jen v řádech stokorun.

Pro velkoodběratele je již motiv daleko složitější, kromě finanční úspory očekávají daleko vyšší úroveň nabízených služeb. Mezi nejzákladnější požadavky velkoodběratelů je mít základní přehled o aktuální spotřebě na každém ze svých odběrných míst, přehled o provedených platbách a vystavených fakturách. Samozřejmostí je pro velkoodběratele individuální přístup a osobní řešení zákaznických požadavků či řešení problémů.

Definice pojmů

„**Zákazníkem**“ se rozumí fyzická či právnická osoba odebírající elektřinu odběrným elektrickým zařízením, které je připojeno k přenosové nebo distribuční soustavě, jak je tento pojem definován v ustanovení § 2, odst. 2, písm. a) a pododst. 19 Energetického zákona.

„**Odběrným místem**“ (**OM, OPM**) je místo, kde je instalováno odběrné elektrické zařízení jednoho zákazníka, včetně měřicích transformátorů, do něhož se uskutečňuje dodávka elektřiny.

„**Územní oblastí**“ se rozumí zejména území provozovatele distribuční soustavy provozované distribuční společnostmi, např. ČEZ Distribuce, a.s., E.ON Distribuce, a.s., PRE Distribuce, a.s. apod.

„**Smlouvou o dodávce elektřiny**“ se rozumí smlouva o dodávce elektřiny uzavřená mezi zákazníkem a dodavatelem v souladu s ustanovením § 50 odst. 1 Energetického zákona, vždy však podle vzoru, který poskytuje dodavatel.

„**Smlouvou o sdružených službách dodávky elektřiny**“ se rozumí smlouva o sdružených službách dodávky elektřiny uzavřená mezi zákazníkem a dodavatelem dle ustanovení § 50 odst. 2, Energetického zákona, vždy však podle vzoru, který poskytuje dodavatel.

„**Smlouvami o dodávkách elektřiny**“ se rozumí Smlouva o dodávce elektřiny nebo Smlouva o sdružených službách dodávky elektřiny.

„**Návrhem Smlouvy o dodávkách elektřiny**“ se rozumí pouze vzor Smlouvy o dodávce elektřiny a/nebo vzor Smlouvy o sdružených službách dodávky elektřiny, který však není návrhem smlouvy ve smyslu ustanovení § 43a, občanského zákoníku, jelikož není podepsán.

„**Produktové portfolio**“ se rozumí popis produktů v členění na jednotlivé segmenty zákazníků, které je definováno.

„Maloodběratel/Obyvatel“ (MOO) se rozumí odběratel kategorie D, tj. fyzická osoba, jejíž odběrné místo je připojeno k distribuční soustavě nízkého napětí, a která odebírá elektřinu k uspokojování své osobní potřeby související s bydlením nebo osobních potřeb členů své domácnosti; za odběratele kategorie D se považuje i fyzická nebo právnická osoba v rozsahu odběru elektřiny pouze pro potřeby správy a provozu společných částí domu sloužících pouze pro společné užívání vlastníkům nebo uživatelům bytů.

„Maloodběratel/Podnikatel“ (MOP) se rozumí odběratel kategorie C, kterému je dodávána elektřina pro podnikatelské účely a jehož odběrné místo je připojeno k distribuční soustavě nízkého napětí.

„Sazba distribuce = distribuční sazba“ je stanovována na základě charakteristiky odběru, tj. pro jaký účel a jaké spotřebiče budou využívat elektrickou energii. Podmínky pro přiznání jednotlivých distribučních sazeb stanovuje cenové rozhodnutí Energetického regulačního úřadu č. 5/2010. Distribuční sazba definuje platbu za přepravu elektřiny a rezervaci kapacity vedení k zákazníkovi.

„Velkoodběratel“ (VO) se rozumí odběratel kategorie A, jehož odběrné místo je připojeno k přenosové soustavě nebo odběratel, jehož odběrné místo je připojeno k distribuční soustavě velmi vysokého napětí a vysokého napětí; a dále odběratel kategorie B, jehož odběrné místo je připojeno k distribuční soustavě velmi vysokého napětí a vysokého napětí.

„Odběrový diagram“ se rozumí diagram hodinových spotřeb za každé odběrné místo optimálně za kalendářní rok, případně za posledních 12 po sobě jdoucích měsíců. Odběratel kategorie A, jehož odběrné místo je připojeno k přenosové soustavě nebo odběratel, jehož odběrné místo je připojeno k distribuční soustavě velmi vysokého napětí nebo vysokého napětí; a dále odběratel kategorie B, jehož odběrné místo je připojeno k distribuční soustavě velmi vysokého napětí nebo vysokého napětí.

„Typový diagram“ se rozumí relativní hodnoty, charakterizující průběh spotřeby elektřiny zákazníků s měřením typu C, používané pro vyhodnocování odchylek.

„Odečtový cyklus“ se rozumí cyklus fyzických odečtů spotřeby elektřiny distribuční společností. Jedná se jednoměsíční interval, ve kterém je pravidelně odečítána hodnota spotřeby v dané lokalitě zpravidla jednou za rok.

„Obchodním případem“ se rozumí uzavření Smlouvy o dodávce elektřiny a/nebo Smlouvy o sdružených službách dodávky elektřiny se zákazníkem.

Sazba - Sazba je část ceníku, která stanovuje ceny a podmínky pro dodávku elektrické energie. V nabídce jsou tzv. dvoutarifní sazby (u nich je možné využívat výhodnějších cen v době, kdy je celkově nižší spotřeba elektřiny - tzv. nízkého tarifu) nebo jednotarifní sazby, kde tato výhoda není.

Tarif nízký (NT) - Nízký tarif je časové pásmo, kdy je nižší zatížení elektrické rozvodné sítě. V této době jsou zpravidla i nižší náklady na výrobu elektřiny. Energetické společnosti proto motivují odběr v tomto čase nižší cenou. Protože spotřeba elektřiny se mění v průběhu roku, časové pásmo, kdy zákazník platí nižší cenu, se podle typu sazby může rovněž měnit. Konkrétně je možné se u různých sazeb setkat s těmito variantami:

doba platnosti nízkého tarifu se v průběhu roku nemění a je stanovena pevně (sazba D61),
doba platnosti nízkého tarifu je stanovena předem na dobu tří měsíců; trvá 8 nebo 16 hodin denně a v průběhu tohoto období se nemění; jedná se o tzv. programové řízení (sazby D24 a D34),

doba platnosti nízkého tarifu se může kdykoliv měnit; dodavatel je však povinen dodržet celkovou dobu platnosti nízkého tarifu a podmínky příslušné sazby; jedná se o tzv. operační řízení.

Tarif vysoký (VT) - Vysoký tarif platí v době mimo platnost nízkého tarifu. V této době se platí za odebranou elektrickou energii vyšší cena.

Jistič - Hlavní jistič před elektroměrem je technické zařízení, které chrání Vaše odběrné místo. Zpravidla se nachází v blízkosti elektroměru a lze jím vypnout dodávku elektřiny pro celé odběrné místo. Jako hlavní jistič před elektroměrem může být použit pouze jistič odpovídající technické normě ČSN EN 60898 nebo ČSN EN 60947 s vypínací charakteris-

তিক "B"; v případě odběrů se spotřebičem s velkým záběrovým proudem je možno použít jistič s vypínací charakteristikou "C". V případě použití jističů s nastavitelnou zkratovou spouští musí být tyto konstrukčně upraveny tak, aby bylo možné nastavení spouště řádně zaplombovat. Pokud tato úprava nebude konstrukčně možná, bude pro stanovení měsíčního platu za příkon uvažována maximální nastavitelná hodnota jističe. V opodstatněných případech může dodavatel povolit jistič s charakteristikou "D" specifikovanou podle výše uvedených norem. Jistící prvek musí být opatřen nezáměnným označením jmenovité hodnoty proudu (např. zvláštní barva ovládací páčky). Pokud byl hlavní jistič před elektroměrem řádně instalován a dodavatelem registrován v přihlášce nebo ve Smlouvě o dodávce elektřiny před datem 1. 7. 2001, může mít vypínací charakteristiku jinou než výše uvedenou. Dodavatel je oprávněn překontrolovat, zda hlavní jistič před elektroměrem splňuje podmínky technické normy. Hodnota jističe se udává v ampérech (A).

Seznam použité literatury

JANEČKOVÁ, L., VAŠTÍKOVÁ, M.: Marketing služeb. 1.vyd. Praha: Grada Publishing, 2001. 180s., ISBN 80-7169-995-0

Kotler, P. – Keller, K. L.: Marketing Management. Prentice Hall; 12 edition. 816 s. ISBN: 978-0131457577

PARMOVÁ, D.: Řízení služeb: přednášky. 1.vyd. České Budějovice: Jihočeská univerzita v Českých Budějovicích Zemědělská fakulta, 2004. 96 s., ISBN 80-7040-673-9

SPÁČIL, A.: Péče o zákazníky: co od nás zákazník očekává a jak dosáhnout jeho spokojenosti. 1.vyd. Praha: Grada Publishing, 2003. 116s., ISBN 80-247-0514-1

STORBACKA, K., LEHTINEN, J.: Řízení vztahů se zákazníky. 1.vyd. Praha: Grada Publishing, 2002. 168 s., ISBN 80-7169-813-X

Elektrická-energie [online]. 2011 [cit. 2011-04-21]. Dostupné z WWW: <http://www.pragoplyn.cz/cs/elektricka-energie/popis-komodity/>

Domácnosti [online]. 2011 [cit. 2011-04-21]. Dostupné z WWW: <http://www.eon.cz/cs/citizen/index.shtml>

Zmeny-dodavatele [online]. 2011 [cit. 2011-04-21]. Dostupné z WWW: <http://www.ote-cr.cz/statistika/mesicni-zprava-elektrina/zmeny-dodavatele>

Právní předpisy ČR [online]. 2011 [cit. 2011-04-21]. Dostupné z WWW: http://www.eru.cz/dias-browse_articles.php?parentId=117

Domácnosti [online]. 2011 [cit. 2011-04-21]. Dostupné z WWW: <http://www.cez.cz/cs/pro-zakazniky/domacnosti.html>

Rozvoj a regulace trhu [online]. 2011 [cit. 2011-04-21]. Dostupné z WWW: http://www.mfcr.cz/cps/rde/xchg/mfcr/xsl/rozvoj_trhu.html?page=3&year=>

Příloha č. 1

Tabulka č. 3 - Počet změn dodavatele 2005

Měsíc	Celkem OPM	Podle typu měření				Podle napět'ových hladin				Podle kategorie			
		A	B	C	dopočtová	VVN	VN	NN	nezadáno	VO	MOP	MOO	ostatní
Leden	1677	609	788	261	19	30	1334	279	34	1397	261	0	19
Únor	284	4	18	262	0	0	21	262	1	22	262	0	0
Březen	283	17	19	245	2	4	32	243	4	36	245	0	2
Duben	116	20	24	71	1	0	44	71	1	44	71	0	1
Květen	12	5	5	2	0	1	9	2	0	10	2	0	0
Červen	80	8	26	46	0	2	31	46	1	34	46	0	0
Červenec	166	17	26	115	8	2	34	95	35	43	115	0	8
Srpen	197	12	6	177	2	0	14	177	6	18	177	0	2
Září	27	11	8	8	0	1	17	9	0	19	8	0	0
Říjen	26	3	8	15	0	0	10	15	1	11	15	0	0
Listopad	252	3	1	248	0	0	4	248	0	4	248	0	0
Prosinec	391	5	7	379	0	0	12	379	0	12	379	0	0
Celkem rok	3511	714	936	1829	32	40	1562	1826	83	1650	1829	0	32

Zdroj: www.ote-cr.cz

Tabulka č. 4 - Počet změn dodavatele 2006

Měsíc	Celkem OPM	Podle typu měření				Podle napět'ových hladin				Podle kategorie			
		A	B	C	dopočtová	VVN	VN	NN	nezadáno	VO	MOP	MOO	ostatní
Leden	2544	693	556	1285	10	32	1193	1307	12	1249	1093	192	10
Únor	142	38	27	77	0	2	57	81	2	65	65	12	0
Březen	487	15	54	418	0	0	68	419	0	69	370	48	0
Duben	1498	125	187	1177	9	1	236	1233	28	312	1168	9	9
Květen	1106	15	23	1068	0	1	29	1076	0	38	1037	31	0
Červen	972	10	11	951	0	0	17	953	2	21	884	67	0
Červenec	995	43	177	773	2	2	76	913	4	220	73	700	2
Srpen	529	2	99	428	0	0	6	523	0	101	84	344	0
Září	818	7	132	678	1	0	21	796	1	139	201	476	2
Říjen	444	2	53	389	0	0	17	427	0	55	178	211	0
Listopad	1189	7	44	1138	0	1	18	1170	0	51	188	950	0
Prosinec	2426	6	132	2288	0	0	27	2399	0	138	352	1936	0
Celkem rok	13150	963	1495	10670	22	39	1765	11297	49	2458	5693	4976	23

Zdroj: www.ote-cr.cz

Tabulka č. 5 - Počet změn dodavatele 2007

Měsíc	Celkem OPM	Podle typu měření				Podle napětových hladin				Podle kategorie			
		A	B	C	dopočtová	VVN	VN	NN	nezadáno	VO	MOP	MOO	ostatní
Leden	12061	1382	1914	8746	19	31	2990	9006	34	3296	4676	4070	19
Únor	5202	43	167	4991	1	0	87	5109	6	210	1556	3433	3
Březen	4564	30	137	4396	1	0	58	4502	4	167	1618	2778	1
Duben	3737	23	63	3651	0	1	47	3688	1	86	1044	2607	0
Květen	3923	9	30	3884	0	2	17	3904	0	39	2189	1695	0
Červen	869	6	33	830	0	0	22	847	0	39	376	454	0
Červenec	2237	18	37	2182	0	1	32	2204	0	55	624	1558	0
Srpen	2299	20	25	2253	1	1	29	2245	24	45	789	1464	1
Září	3166	27	97	3038	4	2	79	3073	12	124	744	2294	4
Říjen	1422	10	94	1318	0	0	18	1402	2	104	424	894	0
Listopad	3505	16	47	3442	0	0	35	3173	297	63	942	2500	0
Prosinec	3031	31	94	2906	0	0	61	2252	718	125	1009	1897	0
Celkem rok	46016	1615	2738	41637	26	38	3475	41405	1098	4353	15991	25644	28

Zdroj: www.ote-cr.cz**Tabulka č. 6 - Počet změn dodavatele 2008**

Měsíc	Celkem OPM	Podle typu měření				Podle napětových hladin				Podle kategorie			
		A	B	C	dopočtová	VVN	VN	NN	nezadáno	VO	MOP	MOO	ostatní
Leden	18997	1667	2577	14731	22	40	3558	13805	1594	4244	12768	1963	22
Únor	7988	55	292	7641	0	4	156	7083	745	347	5370	2271	0
Březen	4818	29	124	4665	0	0	50	4353	415	153	3138	1527	0
Duben	3706	24	130	3552	0	1	57	3518	130	154	2137	1415	0
Květen	5223	26	179	5017	1	1	42	5178	2	205	3112	1905	1
Červen	2828	18	115	2695	0	0	34	2790	4	133	1543	1152	0
Červenec	4120	16	148	3956	0	0	45	4073	2	164	2643	1313	0
Srpen	1705	15	117	1573	0	1	42	1660	2	132	905	668	0
Září	1735	8	139	1586	2	0	24	1708	3	147	748	838	2
Říjen	2493	5	167	2321	0	0	19	2473	1	172	1084	1237	0
Listopad	1542	13	153	1376	0	0	30	1512	0	166	675	701	0
Prosinec	2534	106	426	2002	0	4	199	2331	0	532	1228	774	0
Celkem rok	57689	1982	4567	51115	25	51	4256	50484	2898	6549	35351	15764	25

Zdroj: www.ote-cr.cz

Tabulka č. 7 - Počet změn dodavatele 2009

Měsíc	Celkem OPM	Podle typu měření				Podle napět'ových hladin				Podle kategorie			
		A	B	C	dopočtová	VVN	VN	NN	nezadáno	VO	MOP	MOO	ostatní
Leden	19525	1481	2925	15099	20	32	3368	15592	533	4406	11397	3702	20
Únor	3111	62	154	2892	3	0	104	3003	4	216	1398	1494	3
Březen	4658	267	506	3874	11	6	584	3935	133	773	1584	2290	11
Duben	8858	46	182	8627	3	12	87	8755	4	228	5769	2858	3
Květen	5076	19	178	4879	0	5	45	5025	1	197	1339	3540	0
Červen	6284	33	203	6047	1	3	51	6225	5	236	1952	4095	1
Červenec	6614	44	264	6303	3	5	81	6525	3	308	2898	3405	3
Srpen	7290	27	248	7012	3	0	42	7243	5	275	1726	5286	3
Září	6860	21	203	6634	2	2	34	6810	14	224	1304	5329	3
Říjen	8940	26	312	8600	2	1	47	8886	6	338	1632	6968	2
Listopad	8614	23	336	8254	1	0	45	8566	3	359	1248	7002	5
Prosinec	10914	321	1224	9362	7	20	601	10284	9	1545	1240	8120	9
Celkem rok	96744	2370	6735	87583	56	86	5089	90849	720	9105	33487	54089	63

Zdroj: www.ote-cr.cz**Tabulka č. 8 - Počet změn dodavatele 2010**

Měsíc	Celkem OPM	Podle typu měření				Podle napět'ových hladin				Podle kategorie			
		A	B	C	dopočtová	VVN	VN	NN	nezadáno	VO	MOP	MOO	ostatní
Leden	38022	1739	3419	32828	36	32	3597	34035	358	5158	20859	11965	40
Únor	11734	50	807	10873	4	0	120	11610	4	857	3011	7861	5
Březen	11584	38	696	10849	1	2	89	11444	49	734	2162	8687	1
Duben	12847	37	410	12399	1	1	62	12781	3	447	2002	10397	1
Květen	12903	25	483	12389	6	1	65	12801	36	508	4615	7774	6
Červen	14462	99	1180	13172	11	2	297	14150	13	1279	1729	11440	14
Červenec	13556	51	1283	12219	3	0	97	13453	6	1334	1508	10711	3
Srpen	25473	38	1050	24381	4	0	76	25390	7	1088	3878	20499	8
Září	24428	35	602	23789	2	0	65	24361	2	637	1823	21963	5
Říjen	27870	73	622	27172	3	0	138	27726	6	695	2072	25099	4
Listopad	28637	93	960	27577	7	0	234	28393	10	1053	2727	24849	8
Prosinec	27665	2058	1164	24435	8	12	2296	25349	8	3222	1686	22745	12
Celkem rok	249181	4336	12676	232083	86	50	7136	241493	502	17012	48072	183990	107

Zdroj: www.ote-cr.cz**Komentář:**

Tabulka udává počet odběrných a předávacích míst (OPM), na kterých byla potvrzena změna dodavatele a vyjadřuje:

- celkový počet odběrných a předávacích míst (OPM), u kterých došlo v daném kalendářním měsíci ke změně dodavatele;
- členění počtu OPM, kde došlo ke změně dodavatele, podle typu měření
A = průběhové s dálkovým přenosem;
B = průběhové s manuálním přenosem;
C = neprůběhové a
tzv. dopočtová za síť vyjadřující ztráty v síti, příp. neměřenou vlastní spotřebu;
- členění počtu OPM, kde došlo ke změně dodavatele, podle napěťových hladin
VVN = NÚ 400 kV, 220 kV a 110 kV;
VN = NÚ 35 kV, 22 kV, 10 kV, 6 kV a 3 kV;
NN = NÚ 0,4 kV;
nezadáno = případy, u kterých nelze napěťovou hladinu jednoznačně určit (virtuální OPM pro účely vyrovnávacího trhu, zahraničí, dopočtová OPM za síť a sumární OPM obchodníka vertikálně integrovaného podnikatele, jehož součástí je provozovatel distribuční soustavy);
- členění počtu OPM, kde došlo ke změně dodavatele, podle kategorie
VO = velkoodběr;
MOP = maloodběr podnikatelé, tj. třídy TDD 1, 2, 3, 8;
MOO = maloodběr domácnosti, tj. třídy TDD 4, 5, 6, 7 a
ostatní = dopočtová OPM a výrobní OPM s měřením typu "C".