

**Česká zemědělská univerzita v Praze**

**Provozně ekonomická fakulta**

**Katedra obchodu a financí**



## **Diplomová práce**

**Chování zákazníků v kategorii domácnost na trhu s  
plynem**

**Bc. Marek Kučera**

© 2024 ČZU v Praze

# ČESKÁ ZEMĚDĚLSKÁ UNIVERZITA V PRAZE

Provozně ekonomická fakulta

## ZADÁNÍ DIPLOMOVÉ PRÁCE

Bc. Marek Kučera

Veřejná správa a regionální rozvoj – c.v. Sez. Ústí – Tábor

Název práce

**Chování zákazníků v kategorii domácnost na trhu s plynem**

Název anglicky

**Behavior of customers in the category of household gas market**

### Cíle práce

Hlavním cílem práce bude vyhodnocení faktorů, které ovlivňují zákazníka k rozhodnutí změny dodavatele plynu, tj. zda sám tak činí ve vazbě na blížící se konec sjednané doby pro původně sjednaný produkt, kdy při pasivitě se mu následně změní cena plynu (resp. prolonguje dle aktuálního ceníku zveřejněného na webových stránkách jeho dodavatele), nebo tak jedná díky učiněnému náhodnému (např. podomnímu, písemnému nebo telefonnímu) kontaktu, který mu provedl nabídku změny dodavatele s „výhodnější“ cenou plynu (tj. neregulované složky ceny plynu) pro zákazníka odebírajícího plyn v domácnosti. Dílčím cílem práce bude analýza legislativy upravující pravidla trhu s plynem v energetických odvětvích a identifikace subjektů na trhu s plynem poskytující plyn pro zákazníky v kategorii domácnost. Druhým dílčím cílem bude analýza odlišností při srovnání nabídek zveřejněných jednotlivými dodavateli plynu.

### Metodika

V teoretické části práce bude provedena analýza legislativy upravující energetické odvětví a fungování trhu s plynem v České republice a bude charakterizována plynárenská soustava České republiky, včetně skladby ceny plynu a souvisejících služeb. V praktické části práce budou představeny existující způsoby prodeje plynu zákazníkům České republiky a popsána stanovená pravidla pro fungování trhu s plynem. Praktická část práce bude obsahovat vlastní výzkum, kde se v jednom časovém období prostřednictvím dotazníků shromáždí od vhodně vybraných zákazníků (dle věkové kategorie) data z řad domácností ke zjištění chování zákazníků v kategorii domácnost na trhu s plynem, včetně identifikace jak se věkové skupiny zákazníků (městech a obcích) rozhodují a jak se orientují ve způsobech, kterými lze volit podle výhodnosti dodavatele plynu.



**Doporučený rozsah práce**

60 – 80 stran

**Klíčová slova**

Trh s plynem, domácnost, cena plynu, zákazník.

---

**Doporučené zdroje informací**

FOSTER, Timothy R. V. *Jak získat a udržet zákazníka*. Praha: Computer Press, 2002. ISBN 80-7226-663-2.  
HENYCH, Michal; KUBÁTOVÁ, Sláva; MÜLLER, David; BLOUDEK, Jan. *Rozumíte svým zákazníkům?*. Praha: TC Business School, 2013. ISBN 978-80-7261-258-1.  
LOŠŤÁKOVÁ, Hana. *Diferencované řízení vztahů se zákazníky : [moderní strategie růstu výkonnosti podniku]*. Praha: Grada, 2009. ISBN 978-80-247-3155-1.  
MULAČOVÁ, Věra; MULAČ, Petr. *Obchodní podnikání ve 21. století*.  
NOVÝ, Ivan; PETZOLD, Jörg. *(Ne)spokojený zákazník – náš cíl?! : jak získat zákazníka špičkovými službami*. Praha: Grada, 2006. ISBN 80-247-1321-7.  
PRAŽSKÁ, Lenka; JINDRA, Jiří. *Obchodní podnikání : retail management*. Praha: Management Press, 2006. ISBN 80-7261-059-7.  
VLČEK, Radim. *Hodnota pro zákazníka*. Praha: Management Press, 2002. ISBN 80-7261-068-6.  
VYSEKALOVÁ, Jitka. *Emoce v marketingu : jak oslovit srdce zákazníka*. Praha: Grada, 2014. ISBN 978-80-247-4843-6.  
VYSEKALOVÁ, Jitka. *Chování zákazníka : jak odkrýt tajemství "černé skříňky"*. Praha: Grada, 2011. ISBN 978-80-247-3528-3.  
ZAMAZALOVÁ, Marcela. *Marketing obchodní firmy*. Praha: Grada, 2009. ISBN 978-80-247-2049-4.

**Předběžný termín obhajoby**

2021/22 LS – PEF

**Vedoucí práce**

doc. Ing. Aleš Hes, CSc.

**Garantující pracoviště**

Katedra obchodu a financí

Elektronicky schváleno dne 20. 9. 2021

**prof. Ing. Luboš Smutka, Ph.D.**

Vedoucí katedry

Elektronicky schváleno dne 19. 10. 2021

**Ing. Martin Pelikán, Ph.D.**

Děkan

V Praze dne 15. 10. 2023

### **Čestné prohlášení**

Prohlašuji, že svou diplomovou práci "Chování zákazníků v kategorii domácnost na trhu s plynem" jsem vypracoval samostatně pod vedením vedoucího diplomové práce a s použitím odborné literatury a dalších informačních zdrojů, které jsou citovány v práci a uvedeny v seznamu použitých zdrojů na konci práce. Jako autor uvedené diplomové práce dále prohlašuji, že jsem v souvislosti s jejím vytvořením neporušil autorská práva třetích osob.

V Praze dne 30.03.2024

---

## **Poděkování**

Rád bych touto cestou poděkoval panu doc. Ing. Alešovi Hesovi, CSc. za odborné vedení, ochotu a cenné rady, které mi poskytl při zpracování této diplomové práce. Dále děkuji své rodině a přítelkyni za podporu během studia.

# Chování zákazníků v kategorii domácnost na trhu s plynem

## Abstrakt

Tato diplomová práce se zabývá chováním domácností, které jsou zákazníky na trhu s plynem, jež je strategickým odvětvím a zároveň jedním z nejdůležitějších energetických odvětvích v ČR. Započatá liberalizace trhu v roce 2007 ukončila mnohaletou státní regulaci, čímž se pro komoditní složku zavedlo soutěžní prostředí, které původně jednoduché vztahy mezi zákazníky a jedním monopolním dodavatelem učinilo mnohem složitější pro všechny zákazníky. Diplomová práce byla zaměřena na chování zákazníků v kategorii domácnost na liberalizovaném trhu s plynem a je rozdělena na teoretickou a praktickou část. V teoretické části jsou vysvětleny principy fungování trhu s plynem, týkající se dané problematiky na základě studia odborných publikací a článků. V praktické části se soustředím na analýzu trhu s plynem v ČR a na jeho hlavní účastníky, kteří ovlivňují rozhodovací proces zákazníka při nákupu komodity. V závěru diplomové práce jsou interpretovány výsledky dotazníkového šetření, ve kterém byly zaměřeny na vyhodnocení chování zákazníků v kategorii domácnost na trhu s plynem.

**Klíčová slova:** Trh s plynem, domácnost, cena plynu, zákazník, obchodník, dodavatel, liberalizace, smlouva, produkt

# **Behavior of customers in the category of household gas market**

## **Abstract**

This master's thesis deals with the behavior of households that are customers in the gas market, which is a strategic sector and one of the most important energy sectors in the Czech Republic. The initiated liberalization of the market in 2007 ended years of state regulation, introducing a competitive environment for the commodity sector, which made the originally simple relationships between customers and a single monopolistic supplier much more complex for all customers. The thesis focused on the behavior of customers in the household category in the liberalized gas market and is divided into theoretical and practical parts. The theoretical part explains the principles of the gas market operation related to the issue based on the study of professional publications and articles. In the practical part, I focus on analyzing the gas market in the Czech Republic and its main participants who influence the customer's decision-making process when purchasing the commodity. The conclusion of the thesis interprets the results of the questionnaire survey aimed at evaluating the behavior of customers in the household category in the gas market.

**Keywords:** Gas market, household, gas price, customer, trader, supplier, liberalization, contract, product

## Obsah

|  |           |
|--|-----------|
| <b>1 Úvod.....</b>   | <b>10</b> |
| 1.1 Cíl práce .....  | 12        |
| 1.2 Metodika .....   | 13        |
| <b>Teoretická východiska.....</b>  | <b>17</b> |
| 1.3 Vývoj plynárenství v ČR.....   | 17        |
| 1.4 Vývoj plynárenství v Evropě .....  | 20        |
| 1.5 Vývoj legislativního rámce evropského plynárenství .....                                     | 23        |
| 1.6 Vývoj liberalizace plynárenství v ČR .....   | 26        |
| 1.7 Trh s plynem .....   | 30        |
| 1.7.1 Popis principu rolí na trhu s plynem .....   | 30        |
| 1.7.2 Zákazník v roli účastníci trhu s plynem .....  | 31        |
| 1.7.3 Typy zákazníků .....   | 33        |
| 1.7.4 Potřeby zákazníků .....  | 34        |
| 1.7.5 Nákupní chování zákazníka .....  | 35        |
| 1.7.6 Nákupní role .....   | 37        |
| 1.7.7 Zákazník z hlediska marketingových podnětů.....  | 38        |
| <b>2 Vlastní práce.....</b>  | <b>42</b> |
| 2.1 Analýza trhu s plynem v ČR.....  | 42        |
| 2.2 Analýza subjektů na trhu s plynem poskytující plyn pro zákazníky v kategorii domácnost ..... | 50        |
| 2.2.1 Innogy Energie, s.r.o. ....  | 56        |
| 2.2.2 Pražská plynárenská, a.s. ....   | 56        |
| 2.2.3 ČEZ Prodej, a.s. ....  | 57        |
| 2.2.4 E.ON Energie, a.s. ....  | 58        |
| 2.2.5 MND a.s.....   | 59        |
| 2.3 Porovnání nejvýznamnějších obchodníků na českém plynárenském trhu .....                      | 60        |
| <b>3 Výsledky z výzkumného problému.....</b>   | <b>62</b> |
| 3.1 Vlastní práce.....   | 62        |
| 3.1.1 Výsledky dotazníkového šetření .....   | 62        |
| 3.2 Interpretace výsledků dotazníkového šetření a diskuse .....                                  | 65        |
| 3.2.1 První hypotéza .....   | 65        |
| 3.2.2 Druhá hypotéza .....   | 70        |
| 3.2.3 Třetí hypotéza .....   | 72        |
| 3.2.4 Čtvrtá hypotéza.....   | 74        |
| 3.2.5 Pátá hypotéza .....  | 77        |
| 3.2.6 Šestá hypotéza.....  | 79        |

|   |           |
|---|-----------|
| <b>4 Závěr.....</b>                                   | <b>84</b> |
| <b>5 Seznam použitých zdrojů .....</b>                | <b>87</b> |
| <b>6 Seznam obrázků, tabulek, grafů a zkratk.....</b> | <b>92</b> |
| 6.1 Seznam obrázků .....                              | 92        |
| 6.2 Seznam tabulek .....                              | 92        |
| 6.3 Seznam grafů.....                                 | 93        |
| 6.4 Seznam použitých zkratk.....                      | 94        |
| <b>7 Přílohy .....</b>                                | <b>95</b> |

# 1 Úvod

Statistiky vydané operátorem trhu, který v českém energetickém odvětví zajišťuje mimo jiné i registraci účastníků trhu v elektroenergetice a plynárenství, uvádějí, že v plynárenském sektoru v roce 2018 přešlo k novému dodavateli zemního plynu 226 974 domácností a následně v roce 2019 to ale bylo 190 446 domácností, tedy o 36 528 méně. Také v roce 2020 tento počet přechodů opět meziročně klesl na 176 716. V roce 2020 to bylo nejméně za posledních 5 let, kdy počet změn dodavatelů zemního plynu klesl pod hranici 200 tisíc, a to už byl od roku 2018 pokles o 22,14 % tj. o 50 258 méně, přičemž na liberalizovaném trhu s plynem nic nenasvědčovalo, že by po pandemii COVID-19 mohlo dojít k zásadní změně, která přepíše statistiky nejen v evidenci o počtu provedených změn mezi kupujícími zákazníky ale i dodavateli zemního plynu v České republice. Následný rok po roce 2020 bylo obdobím, kdy mimo jiné i plynárenství bylo ve znamení dynamických změn, které se promítly do počtu změn dodavatelů zemního plynu, a kdy V roce 2021 automaticky změnilo stávajícího dodavatele celkem 450 273 domácností především v souvislosti úpadkem několika významných dodavatelů, které ze zákona nahradil institut dodavatele poslední instance pro to, aby zákazníci z řad domácností po omezenou dobu nezůstaly bez dodávek plynu, než opět získají svého obchodníka. V roce 2022 pak meziroční počet změn dodavatelů zemního plynu předvídavě klesl na 204 769, kdy se bezprecedentní situace stabilizovala.

Nejen elektřina v elektroenergetice nebo voda ve vodárenství jsou nezbytným produktem pro veškerý celospolečenský život k zajištění práva na přiměřenou životní úroveň, tak i zemní plyn v rámci jeho odvětví je strategickým a nezbytným energetickým produktem v oboru podnikatelské činnosti pro zajištění běžných životních podmínek veřejného i rodinného života v domácnosti. A právě téma této diplomové práce bude svázáno s reprezentanty kategorie domácnost, jež v rámci plynárenského sektoru spadají do definice zákazníka, který v rámci svého odběrného místa odebírá zemní plyn pro spotřebu v domácnosti, kde se plyn spotřebovává pro vytápění, vaření anebo přípravu teplé vody. I když v letních měsících není otopné období a dodávky plynu pro domácnosti z plynárenské distribuční soustavy jsou nejnižší v roce, jde o zásadní položky nákladů za příslušné zúčtovací období připadající na bydlení, které může domácnost v průběhu roku ovlivnit svým chováním v rámci energetického managementu a možných konkurenčních nabídek



dodávek plynu jednotlivými dodavateli (obchodníky) za cenu dostupnou tržní nabídkou. To zejména díky tomu, že v tomto odvětví od 1. ledna 2007, došlo k liberalizaci trhu a pro komoditní složku bylo nastoleno soutěžní prostředí, které ukončilo mnohaletou státní regulaci. Kdo jiný, než lidé v rámci svých rodinných rozpočtů by měli vyvíjet racionální a cílené úsilí k tomu, aby se vyhnuli potencionální energetické chudobě, která je v současnosti tak často skloňována v podobě hrozby, jež ve svém důsledku dopadá na jednotlivce i jeho rodinu a snižuje úroveň komfortu bydlení celé domácnosti. V daném případě dodávky plynu pro domácnosti slouží hlavně pro fyzické osoby, které jím především topí, tj. pro bydlení přiměřené úrovni, která se rovněž odvíjí od dostatku vlastních financí k dosažení vnímané úrovně tepelné pohody vytápěných bytových a nebytových prostor v domácnosti.

Mnoho domácností v ČR je napojeno svým odběrným místem k plynárenské soustavě s rozvinutou celoplošnou státní a mezinárodní působností, prostřednictvím které zákazník (i v kategorii domácnost) nakupuje plyn za cenu, jejíž komoditní složka je ovlivněna vztahem nabídky a poptávky na energetické komoditní burze. A protože jako na každém jiném relevantním českém trhu, tak i plynárenském trhu se lze domnívat, že vítězí jen ten zákazník, který je včas a dobře informován a ve vazbě na to pak činí kroky ke změně dodavatele pro potencionálně výhodnější cenu produktu u licencovaných a aktivních obchodníků s plynem k zajištění požadované spolehlivé a bezpečné dodávky plynu za přijatelné ceny.

## 1.1 Cíl práce

Diplomová práce si dává za cíl shromáždit v rámci dotazníkového šetření informace a vyhodnotit chování zákazníků v kategorii domácnost na trhu s plynem. Soustředěně informace podle věkové kategorie zpracovat a na základě výsledků z výzkumu zmapovat a vyhodnotit dle velikosti územně správního celku způsoby jednání respondentů na tomto trhu a určit, které faktory ho ovlivňují k rozhodnutí změny dodavatele plynu. Dotazník by měl přinést informace o tom, jaké faktory působí na zákazníka k rozhodnutí změny dodavatele. V dané věci s ohledem na cíl je předmětem dotazníkový výzkum problému, který bylo potřeba strukturovat (tj. operacionalizovat) na konkrétnější složky ve vazbě na zákazníka, jenž pro svou (energeticky náročnou) domácnost má možnost (v místě bydliště) nakoupit plyn na liberalizovaném trhu od takového obchodníka, který v rámci dodávkového vztahu sjednává se zákazníkem obchodní podmínky k ceníkovému produktu a tím zajištění dodávek plynu pro jeho odběrné místo. Danou problematikou se dosud žádná jiná práce nezabývala, a tudíž nebylo možno dosažené výsledky porovnat pro účely celkového zhodnocení dosažených cílů.

Výzkumná struktura bude pojímat hypotézy, které jsou proměnnými ve vztahu k zákazníkovi, pro něhož zahrnují podstatné vlastnosti, které ho ovlivňují při rozhodování o změně dodavatele plynu. Ve svém významu se jedná o důležité stránky, vč. dalších faktorů pro zákazníka důležitých, které jsou pojímány z hlediska ceny za produkt, typu smluvního vztahu, dostupností pobočky v místě bydliště zákazníka, referencemi o dodavateli plynu.

Mezi dílčí cíle pak patří jednotlivé vyhodnocení dotazníkových otázek podle identifikačních znaků a popsání sledovaných proměnných postihující stavy, které jsou pro zákazníka důležitou stránkou v obchodním styku v plynárenství, v němž se nedávno odehrálo několik významných změn (od privatizace českého plynárenství v roce 2002 přes postupnou liberalizaci v letech 2005-2007), kdy došlo k zavedení tržních principů, prostřednictvím kterých si v plynárenství zákazník má právo vybrat pro něj nejvýhodnějšího dodavatele plynu, resp. obchodníka s plynem, s nímž lze na současném liberalizovaném trhu, plném významné konkurence, vyjednat pro zákazníka co nejvýhodnější ceny a smluvní podmínky.

## 1.2 Metodika

Pro účely této práce, jako hlavní nástroj výzkumu, bylo zvoleno dotazníkové šetření a jeho šíření formou internetové distribuce k náhodným respondentům, kteří zastupují domácnosti na trhu s plynem. Jedná se o sběr dat formou stejného pravděpodobnostního výběru, který je neutrální dle prostého náhodného výběru k realizaci předmětného dotazníkového šetření. Dotazník respondenti vyplňovali anonymně a na základě jejich odpovědí budou vykonány různé závěry. Metodický postup byl tedy rozdělen na dvě části, a to na část přípravnou a část realizační. Součástí předmětného průzkumu bude v úvodu dotazníku stručnou charakteristikou specifikována cílová skupina, která nám oddělí ty, jichž se ptát nechceme od těch, kterých se ptát chceme. Cílová skupina je pak taková, která rozhoduje či spolurozhoduje o dodavateli plynu v domácnosti.

### **Sled kroků při konstrukci kvantitativního zákaznického výzkumu**

1. Definování zkoumaného problému a cíle
2. Vyjádření teoretické hypotézy
3. Formulace souboru pracovních hypotéz
4. Rozhodnutí o technice sběru informací
5. Konstrukce nástrojů pro terénní sběr informací
6. Předvýzkum
7. Terénní sběr dat
8. Analýza dat
9. Interpretace, závěry, případně teoretické zobecnění

### **Přípravná fáze výzkumu:**

Přípravná část obsahuje samotné definování problému. Dále určení cíle výzkumu a také vytvoření dotazníku, který vychází ze souboru hypotéz, a je potřebný pro následující vyhodnocení. Data dotazníku budou vyhodnocena ve 3. kapitole.

### **Definování problému:**

Problematikou této práce je chování zákazníků v kategorii domácnost na trhu s plynem v dnešní době. Důležité je, co zákazník ovlivňuje v rozhodování, zda volí nějakou strategii či nikoli, nebo zda se nerozhodují sami za sebe a nechají se ovlivňovat ostatními. Pro prezentaci této problematiky byl vybrán trh s plynem, v němž existuje několik desítek

aktivních dodavatelů plynu. Čímž není pro zákazníky úplně jednoduché vybrat optimálního dodavatele plynu pro svou domácnost.

Samotná změna dodavatele je pro některé lidi náročný a časově zdlouhavý závazkově-dodávkový proces a snaží se, aby jejich rozhodnutí bylo co nejlepší, čímž tento problém byl v základu charakterizován jako: **Lidé v domácnostech se sami příliš nezajímají o aktuální cenové produkty nabízené dodavateli na trhu s plynem.**

K dosažení předmětného cíle byl zvolen výzkum kvantitativní, který bude zajišťovat rozsáhlejší soubor respondentů k zabezpečení dostatečně velkého reprezentativního vzorku, resp. domácností na trhu s plynem.

Stanovení výzkumného problému bylo uskutečněno na základě teoretických podkladů, které byly soustředěny z literární rešerše z teorie k energetickému trhu.

V rámci strukturalizace problému byly naformulovány k řešené problematice pracovní hypotézy, které se zavádí pro podstatné vztahy mezi existujícími proměnnými (znaky):

#### Pracovní hypotézy:

- Pro domácnosti napříč věkem je složité posoudit výhodnost nabídek, kterým v předkládané struktuře nerozumí.
- S věkem roste loajalita k dodavateli.
- Doba platnosti sjednaného produktu je častěji hlídána v rodinných domech než bytových domech.
- Domácnosti ve velkoměstech oproti ostatním sídelním útvarům jsou spokojenější s činnostmi obchodních zástupců při procesu změny dodavatele.
- Domácnosti při změně dodavatele více než cena zajímá reference obchodníka.
- Energetická chudoba také zasahuje do úplné domácnosti již bez závislých dětí, kde rodina pociťuje, že není ekonomicky schopna udržovat vhodnou teplotu.

Dále byly navoleny „identifikační znaky“ (tj. sociodemografické parametry jednotky, tj. domácnosti) a „stanovení sledovaných znaků“ ve vazbě na předmět výzkumu a formulace pracovních hypotéz.

#### **Stanovení identifikačních znaků:**

- Věk reprezentanta domácnosti
- Velikost domácnosti
- Typ obce, v níž domácnost plyn odebírá

- Druh nemovitosti, pro kterou domácnost plyn odebírá

**Stanovení sledovaných znaků:** ve vazbě na předmět výzkumu

- Osobní zkušenost zákazníka a jeho přehledu na plynárenském trhu
- Informace o historii v rámci dodávkovém vztahu u zákazníka na trhu s plynem
- Jakým způsobem zákazník získává informace o cenových nabídkách plynu
- Složky znaků (faktorů)
- Postoj zákazníka po kontaktu s prodejcem ve věci cenové nabídky plynu
- Vlastní přístup zákazníka
- Vnímání energetické chudoby

**Plán výzkumu:**

Pro každý výzkum je velmi důležité vymyslet a vypracovat plán. Tuto část je velice důležité dobře připravit a časově zorganizovat realizaci připraveného plánu výzkumu. Pro tuto práci byla zvolena metoda dotazníku, protože bylo potřeba oslovit co největší počet respondentů různých věkových skupin.

Pro tento výzkum byl dotazník anonymní a přístupný v elektronické on-line podobě na sociální síti Instagram pro sdílení odkazu k elektronickému dotazníku. Pro účely dotazníku byla použita dotazníková aplikace Survio, která je veřejně dostupná internetu a umožňuje na dotazníkové platformě sestavení a distribuci on-line dotazníků, jež lze dále nasdílet na sociální sítě a rovněž elektronicky distribuovat e-mailovou poštou, tak jak bylo v případě této práce mnohokrát realizováno do firem a veřejnoprávních korporací sdružující potenciální respondenty. Využití dotazníkové platformy Survio bylo výhodné z důvodu zapojení co největšího počtu respondentů, a to v krátkém čase, v němž se nabízí možnost co nejvíce skupinám zúčastnit se zákaznického výzkumu.

Dotazník obsahoval 13 otázek. V úvodu byl respondent seznámen s účelem výzkumu a jeho dalším zpracováním. Otázky byly zaměřené na problematiku chování zákazníků (respondentů) v dodávkovém vztahu v plynárenském odvětví, podle toho, co nám mají jednotlivé odpovědi přinést pro vyhodnocení chování respondentů ve spojitosti se znaky, které ho ovlivňují k rozhodnutí změny dodavatele plynu. Otázky zjišťovaly například jaká kritéria jsou pro zákazníka důležitá. Dle toho můžeme vyhodnotit, zda sjednává dodávku plynu převážně podle ceny, podle doporučení svého okolí nebo necenových faktorů. Například je-li pro něj velmi důležitá reference dodavatele nebo typ smluvního vztahu, který

má uzavřen z minulosti, což může mít na neorientovaného zákazníka na trhu s plynem vliv, který respondenta ovlivňuje při koupi, ať už vědomě či nikoli.

Velikost vzorku byla určena podle softwaru na webové stránce (Raosoft<sup>1</sup>), kterou lze určit alespoň minimální počet respondentů doporučený k realizaci průzkumu. Doporučená velikost předmětného průzkumu podle statistického softwaru Raosoft vychází v minimální účasti 385 jedinců (resp. zákazníků z řad domácností) při 95 % úrovni spolehlivosti a s 5 % mírou akceptovaných chyb. Velikost cílové skupiny je přibližně 2 756 000 a toto číslo je stanoveno z počtu evidovaných jednotek (zákazníků) dle statistických údajů Energetického regulačního úřadu.

---

<sup>1</sup> <http://www.raosoft.com/samplesize.html>

## **Teoretická východiska**

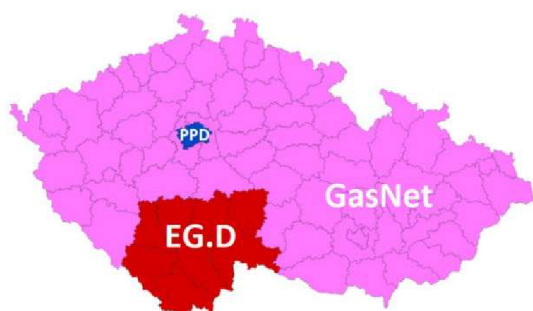
### **1.3 Vývoj plynárenství v ČR**

Na českém území tak jako jinde ve větě má plynárenství dlouhou historii, jejíž počátky sahají až do roku 1847, kdy v tehdejší pražské předměstské obci Karlín byla uvedena do provozu první plynárna, která dne 15. září 1848 v pražských ulicích rozsvítila prvních více než 200 plynových lamp veřejného osvětlení. Pro osvětlení vybraných pražských ulic, některých veřejných budov, i prvních domácností se používalo svítiplynu. Následně došlo na českém území k výstavbě celé řady městských karbonizačních plynáren. První taková plynárna byla postavena v Brně v roce 1848. Dále v roce 1927 byla v Praze-Michli uvedena do provozu plynárna, která v tehdejší Československu byla největší a také v porovnání patřila k nejmodernějším. Její zprovoznění tak nahradilo malé a nevyhovující plynárny v Praze na Žižkově, v Holešovicích a na Smíchově (Benedikt, 2015a, s. 21). Je pak zajímavostí, že v roce 1940, v době německé okupace svítiplynem svítilo nejvíce lamp v celé tuzemské historii, přičemž o rok později v Záluží u Mostu došlo k výstavbě první tlakové plynárny na našem území využívající tlakového zplyňování hnědého uhlí kyslíkem a vodní párou. Těsně po konci 2. světové války došlo k první vlně znárodnění, která se mj. týkala klíčového průmyslu vč. energetických podniků. Znárodnění zasáhlo i plynárenství, které bylo v důsledku válečného období značně zanedbané a ve velmi špatném stavu. S ohledem ke stavu československého průmyslu byla zahájena obnova i plynárenství. V roce 1946, byl postaven dálkovod z Podivína do Brna a v následujícím roce dálkovod svítiplynu z Mostu do Prahy (FCC PUBLIC, 2017). Byla přijata varianta koncepce z roku 1947, která byla založena na vzniku velkých zdrojů plynu a sítě dálkovodů, čímž byl položen základ plošné plynofikace celého území státu a základ plynárenské distribuční soustavy v podobě, jak ji známe dnes (TZB-info, 2019). Těmito dálkovody započala další vývojová etapa celého sektoru pro zásobování měst dálkovými plynovody. V rámci centrálně plánované ekonomiky v roce 1965 vzniklo oborové ředitelství Československé plynárenské podniky, které se ve spojitosti s federalizací Československa v roce 1968 rozdělily na České a Slovenské plynárenské podniky s koncernovým uspořádáním. V roce 1970 Československo započalo s projektem tranzitních plynovodů pro dodávky zemního plynu ze Sovětského svazu do Rakouska, NDR a NSR. Až v roce 1988 proběhla další

restrukturalizace, v rámci které bylo celé koncernové uspořádání nahrazeno Českým plynárenským státním podnikem, ČPP s. p. Následně v roce 1994 bylo v důsledku privatizace zřízeno 8 samostatných regionálních plynárenských distribučních akciových společností. Šlo o státní podnik Tranzitní plynovod, později transformovaný na akciovou společnost Transgas, a samostatné podniky Plynostav a Plynoprojekt. V roce 1988 přešla Praha zcela na přímé zásobování zemním plynem a v celé republice byla definitivně výroba svítiplynu ukončena v roce 1996. V ČR je dnes od ukončení éry svítiplynu dodáván plynárenskými sítěmi výhradně zemní plyn, který se stal významnou součástí energetického mixu. V posledních letech se nejen ČR ale i celá Evropská unie snaží o diverzifikaci zdrojů zemního plynu. Kromě Ruska se dalšími významnými dodavateli zemního plynu staly Norsko, Alžírsko nebo Katar (FCC PUBLIC, 2017).

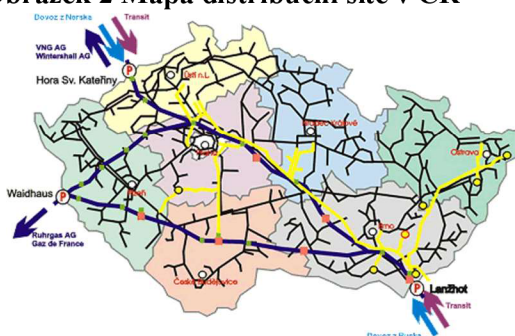
V roce 2002 byl pak završen proces privatizace celé plynárenské soustavy. V němž ve vyhlášeném výběrovém řízení zvítězila německá společnost RWE Gas, která při prodeji akciových podílů státu ve společnosti Transgas, a. s., vč. osmi samostatných regionálních plynárenských distribučních společností, získala rozsahově významný majetek síťového plynárenského sektoru, čímž se v ČR stala s názvem RWE GasNet, s.r.o. distributorem plynu vedle společnosti Pražská plynárenská Distribuce a.s. (PPD) pro distribuční síť na území Prahy a EG.D s.r.o. (od roku 2021 přejmenovaná společnost E.ON Distribuce a.s.) pro distribuční síť na území Jihočeský kraj a Pelhřimovsko (CenyEnergie, 2020).

**Obrázek 1 Území distributorů v ČR**



**Zdroj:** (CenyEnergie, 2020)

**Obrázek 2 Mapa distribuční sítě v ČR**



**Zdroj:** (Musil, 2004)

Následně v roce 2005 byla v ČR zahájena liberalizace plynárenství, která po patnácti letech dospěla k zavedení plně tržního prostředí do odvětví, spolu s propojením domácího trhu s evropským trhem. Liberalizace měla zásadní dopad, který změnil dosavadní role a aktéry v plynárenském sektoru, vazby mezi jednotlivými hráči, podílejícími se na výrobě, přepravě,



distribuci a dodávce plynu a dala vzniknout řadě nových institucí. Důsledkem liberalizace je mizející role státu v tomto sektoru, závislost cen plynu na zahraničních a světových trzích a možnost podílet se na trhu s plynem ať již jako spotřebitel, či jako aktivní účastník trhu na straně výrobce, obchodníka či některé z tržních institucí. Původně, kdy historicky po desetiletí existovala centrálně plánovaná ekonomika, byly také v energetice vertikálně integrované společnosti, které z pozice monopolní struktury měly jednu nespornou výhodu, a to jednoduché vztahy, jež byly založené na jednom subjektu (Bachanová, 2006, s. 13-17). Tehdy tento subjekt (pod státní kontrolou) zodpovídal za dodávku plynu od výrobce ke spotřebiteli a jejich spolehlivost vč. její kvality, přičemž po roce 1990 přechodem od ekonomiky centrálně plánované k ekonomice tržní se tyto vztahy staly od roku 2007 mnohem komplikovanější. Znalost tohoto prostředí, fungování trhu a schopnost orientace na něm se stává nutností pro velké množství lidí pracujících v odvětví a výhodou pro mnohem širší okruh zákazníků, kteří mohou díky znalostem ovlivnit svůj stále rostoucí účet za plyn (Benedikt, 2015a, s. 11).

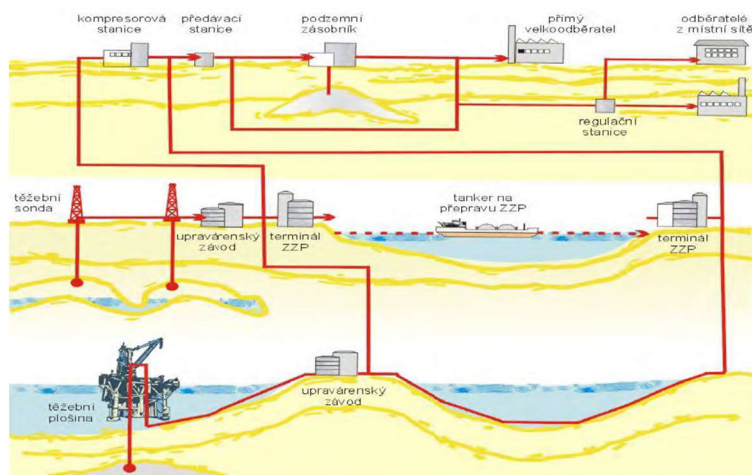
V době postupné privatizace plynárenského sektoru byl ještě pro plynárenský sektor zaveden nový způsob účtování spotřeby plynu. Od roku 2001 tato novinka přinesla odběratelům jednu zásadní změnu, která přinesla to, že pro odběrná místa již nebyly účtovány dodávky plynu za objem odebraného zemního plynu změřeného v  $m^3$ , ale za množství dodané energie v MWh, které odběratel využitím získal ve svém odběrném místě z uskutečněné dodávky zemního plynu. Zemní plyn jakožto primární zdroj energie je dodáván z různých zdrojů a jeho energetické složení se mírně liší. Proto při snížení spalného tepla se spotřeba v objemových jednotkách zvýší, ale energeticky zůstane stejná ke krytí požadovaných energetických potřeb, a tím i platba za odebraný plyn se rovněž nezmění. U původního způsobu účtování, kdy odběratel platil za množství dodaného zemního plynu v  $m^3$ , by se při snížení kvality plynu zároveň zvýšila i platba, která byla vztažena k objemovým jednotkám, jež vychází z náměrů měření v odběrných místech odběratelů. Hlavním důvodem změny účtování dodávky plynu měl být pro odběratele objektivnější způsob účtování spotřeby zemního plynu, kdy odběratelé za stejnou vyúčtovanou platbu dostali stejné množství odebrané energie v zemním plynu. Zavedením energetické jednotky (v MWh) namísto objemové ( $m^3$ ) byly eliminovány existující rozdíly v jakosti zemního plynu dodávaného z odlišných světových zdrojů a také odlišné hodnoty atmosférického tlaku při odběru na různých místech v ČR. V důsledku platnosti přírodních zákonů je pak nutné, při přepočtu

spotřeby objemu plynu na spotřebu v energetických jednotkách promítnout všechny změny postihující chování plynu, což je dáno jednak nadmořskou výškou a stavem ovzduší, ale také tlakem plynu, venkovní teplotou, složením plynu a jeho teplotou. Zavedením energetické jednotky pak později mohl zákazník snadněji porovnávat cenové nabídky nabízené dodavateli plynu po otevření trhu s plynem (Tzb-info, 2002).

#### **1.4 Vývoj plynárenství v Evropě**

Také na evropském kontinentu v rámci postupného rozvoje hospodářství a technologického vývoje byly jednotlivými státy prosazovány inovativní energetické a průmyslové technologie. Jednou z nich bylo zavedení tlakového zplyňování uhlí. Až do té doby název „městský plyn“ korespondoval se skutečností, že místní plynárny zásobovaly jen lokální městské sítě až. Tlakové zplyňování umožnilo výstavbu a provoz dálkových plynovodů, tedy rozvoj potřeby plynu i mimo oblasti městské lokální výroby. Tyto budované síťové systémy rozvodu plynu se tak postupně stávaly národními, plošně budovanými a centrálně řízenými systémy pro dálkovou přepravu a distribuci plynu. Od konce 50. let minulého století pak docházelo v průmyslově vyspělých zemích Evropy k útlumu těžby uhlí, což bylo mimo jiné provázeno i eliminací produkce svítiplynu, který se postupem času začal distribuovat sítěmi i k výrobě elektřiny a pro vytápění. Svítiplyn produkovaný tlakovým zplyňováním hnědého uhlí a také přepracováním zemního plynu byl postupně nahrazován plynem zemním (ZEMNÍ PLYN). Ten pocházel z nově objevených evropských ložisek. Nejprve z ložisek nizozemských, kde v roce 1959 byl objeveno Groningen pole, čímž započala pomyslná moderní historie těžby zemního plynu v Evropě. O několik let později následovaly první objevy v britském sektoru Severního moře. Poté následovaly stejně významné objevy plynu v norském sektoru (Stern, s. 1).

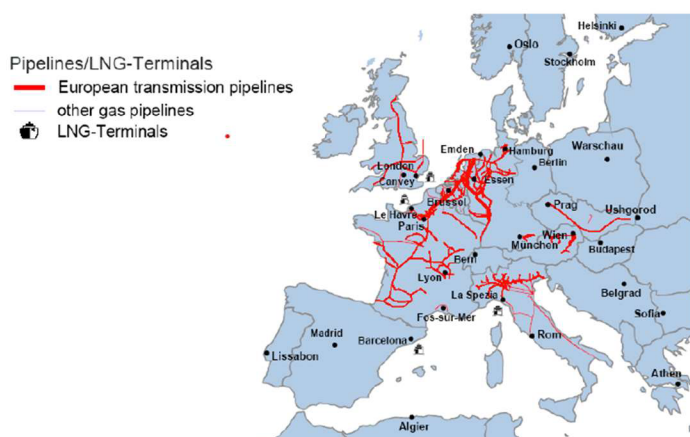
**Obrázek 3 Schématické znázornění cesty plynu od těžby po spotřebu**



**Zdroj:** (Benedikt, 2015, s. 19)

Na přelomu 60. let a 70. let minulého století byly (prostřednictvím „détente“ politiky) zahájeny diplomatické rozhovory mezi vládami Sovětského svazu na straně jedné a Německa, Rakouska a Itálie (později ještě Francie) na straně druhé. Obsahem rozhovorů byla příprava dohod o masivním exportu ruského plynu do západní Evropy. Jednání byla zakončena dohodou, na jejímž základě došlo k realizaci stavby dálkového přepravního plynovodu ze Sovětského svazu přes území bývalé Československé socialistické republiky směrem na jih Evropy a na západ Německa (ZEMNÍ PLYN).

**Obrázek 4 Evropské tranzitní plynovody 1970**



**Zdroj:** (Hlinčík)

Jednotlivé státy západní části Evropy byly připojovány importními plynovody v ose od východu na západ a vytváření jakýchkoliv vzájemných propojení bylo opomíjeno. Veškerý

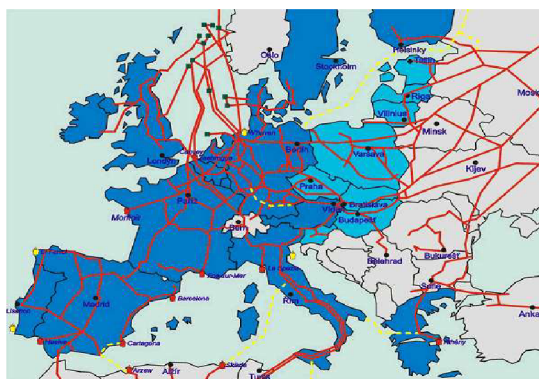
exportovaný plyn byl přepravován přes Ukrajinu a přes bývalé Československo systémem Transgas. Později vznikl menší koridor přes Polsko (z území Běloruska – plynovod Jamal) (Benedikt, 2015b, s. 123). Konfigurace plynovodní sítě, odpovídající stavu na počátku 90. let 20. století, je patrna z následující mapy.

**Obrázek 5** Transportní cesty ruského plynu



**Zdroj:** (Žižka, 2020)

**Obrázek 6** Mapa současné plynovodní sítě



**Zdroj:** (Musil, 2004)

Pro západní Evropu tak byla zásadní první polovina sedmdesátých let minulého století, kdy byla realizována dohoda pro výstavbu dálkových plynovodů z tehdejšího Sovětského svazu do zemí západní Evropy. Sovětský plyn přes území Československa se začal dopravovat nejprve v roce 1972 do Rakouska a následně v roce 1973 i do SRN (Musil, 2004). Šlo tehdy o období ve znamení velké ropné krize v letech 1973 až 1974, která změnila náhled na společnou energetickou politiku a tehdy se tak projevila závislost západních zemí na energii dovážené z Blízkého východu. Svět si uvědomil závislost na dovozcích energie a tím zesílil tlak členských států EU na řešení otázky energetické bezpečnosti, která akcentovala dobudovat plynárenskou infrastrukturu, jenž by potrubními soustavami propojila všechny evropské státy a jeho zákazníky.

Dodávky zemního plynu v rámci mezinárodní přepravy se uskutečňují dálkovými přepravními plynovody velkých průměrů, které jsou vybaveny po trase kompresními stanicemi. Na hraničních přechodech existují mezistátní předávací stanice, v nichž je měřena celá řada fyzikálních a chemických parametrů plynu, která se vyhodnocují pro obchodní zúčtování dodávky. Tím je zajištěno, že se do národní soustavy dodává zemní plyn v požadovaném složení.

Protože se spotřeba zemního plynu v průběhu roku odvíjí od klimatických podmínek (především teplotou, silou a směrem větru), není v průběhu roku rovnoměrná. Naproti tomu

jeho těžba zemního plynu z technologických důvodů rovnoměrná je. Proto se pro jeho uskladnění v letním období využívají podzemní zásobníky plynu, což jsou zpravidla konvertovaná vytěžená plynová nebo ropná ložiska (Benedikt, 2015a). Tyto zásobníky plynu mají ještě jednu důležitou funkci. Téma bezpečnosti dodávek z nedávné doby jen potvrdilo jejich důležitost z hlediska nečekaného odstavení části evropské plynárenské soustavy či přerušení dodávek zemního plynu. Zásobníky plynu jsou rezervoárem proti neočekávaným událostem, které nejsou žádoucí a negativně ovlivňují dostupnost plynu pro koncové zákazníky. Takové události mohou být způsobeny neočekávaným vývojem počasí, jako je například období velmi nízkých teplot či přerušením dodávek z technických nebo politických důvodů, které mohou mít různou intenzitu a délku. A právě předmětné neočekávané události (na částech geograficky propojené plynárenské sítě) mají vždy významný dopad na stabilitu dodávky a tím i trh s plynem. Podzemní zásobníky zemního plynu jsou pro národní plynárenské odvětví nezbytným článkem, prostřednictvím kterého lze do jisté míry udržovat bezpečnost a spolehlivost zásobování obyvatelstva zemním plynem k zajištění blahobytu a řádného fungování hospodářství. (Benedikt, 2015a, s. 133).

## **1.5 Vývoj legislativního rámce evropského plynárenství**

Také v Evropě byl plyn v rámci energetického průmyslu důležitou komoditou, která se vyvíjela od počátků evropského společenství, od kterého na právním základě Pařížské smlouvy z roku 1951 započal Evropský společný trh uhlí a oceli (ESUO). Jednalo se o důležité suroviny pro stmelení míru dosaženého po destruktivní druhé světové válce. Následně v roce 1957 na základě podpisu Římských smluv bylo založeno Evropské hospodářské společenství (EHS) a Evropské společenství pro atomovou energii (EURATOM). Tím došlo na rozšíření sektorové spolupráce v oblasti jaderné energetiky. Jednalo se o nastartování integrace Evropského společenství k dosažení ekonomických výhod z organizace strategických odvětví, které byly původně základem mocenské pozice jednotlivých států (Plechanovová). Smlouvami nastavená integrační politika nedopadala na tradiční energetické komodity, které tak v té době nijak neomezovala. Autonomním právem členských států bylo budovat vlastní národní programy v odvětvích energetiky na bázi fosilních zdrojů. Evropská integrace v rámci svých legislativních aktů dlouhou dobu

nezasahovala do právního rámce členských států pro fungování energetického sektoru na národní úrovni.

Řada Rusko-ukrajinských sporů od rozpadu Sovětského svazu přimělo Evropskou komisi (dále jen „EK“) ukotvit v Zelené knize strategii pro udržitelnou, konkurenceschopnou a bezpečnou energii. V této Zelené knize byly řešeny tři základní cíle evropské energetické politiky, které se od té doby nezměnily, a jde o požadavky na udržitelnost, konkurenceschopnost a energetickou bezpečnost (Kynclová, 2006). Na Zelenou knihu navazovala Bílá kniha, jež pro danou oblast v letech 1997 a 1998 vyústila do přijetí prvního liberalizačního balíčku pro elektroenergetiku a plynárenství (Benedikt, 2015b, s. 32).

Následně Lisabonská smlouva, jež vstoupila v platnost dne 1. prosince 2009, si v článku 4 odst. 2 písm. i) poprvé zakotvuje sdílenou pravomoc pro energetiku. Do primárního práva EU se poprvé zavedla oblast energetiky, která se blíže upravuje hlavou XXI se záhlavím „ENERGETIKA“, ve které se v rámci článku 194 pod odst. 1 upravuje právní rámec a specifikují požadavky kladené na energetické odvětví (Lisabonská smlouva, 2007).

Cílem liberalizace trhu v EU mělo být vytvoření jednotných pravidel se zaměřením na spotřebitele, kteří si budou moci vybírat svého dodavatele energie na volném trhu, pro který tehdy neexistovaly podmínky, kdy tak stát měl regulační roli, v jejímž rámci stanovoval ceny komodit (energie), na základě kterých určoval výnosy pro dosažení přiznaného zisku a k pokrytí nákladů vyvolané podnikatelskou činností v rámci provozu síťové infrastruktury. Veškeré dodávky zemního plynu byly zajišťovány společnostmi, které vystupovaly z pozice jednoho plynárenského subjektu, jenž zajišťoval přes distribuci na daném území i dodávku plynu napojeným odběratelům. Žádný z odběratelů, resp. zákazníků tak neměl možnost si zvolit jiného dodavatele. Celé plynárenství podléhalo státní regulaci a všichni odběratelé, kteří měli svá odběrná místa připojena k distribuční síti, byli zařazeni do kategorie chráněných zákazníků, které takto energetická legislativa do liberalizace trhu s plynem pojmenovala a jednalo se o každého konečného zákazníka, který nebyl oprávněným zákazníkem. Oprávněný zákazník pak byl každý konečný zákazník, jehož roční spotřeba v jednom odběrném místě byla vyšší, než byla hodnota daná tehdy platnou vyhláškou.

Byla cílena myšlenka harmonizovat právní předpisy členských států za účelem vytvoření jednotného trhu s energiemi, který bude vytvářet tlak na ceny dopadem pro účastníky na energetických trzích (s elektřinou a plynem) za účelem vytvoření jednotného

a liberalizovaného trhu s energiemi. Pro soubor legislativních opatření se vžil pojem liberalizační balíček, který představoval souhrn právně závazných i nezávazných dokumentů, jehož cílem bylo sjednotit právní řády členských států za účelem vytvoření jednotného a koordinovaného trhu s energiemi.

První liberalizační balíček pro plynárenství byl v roce 1998. Tehdy byla pro plynárenství přijata směrnice č. 98/30/ES, o společných pravidlech pro vnitřní trh s plynem, která s úplnou liberalizací ještě nepočítala. Poté v souvislosti s implementací unijního práva, které se ČR zavázala splnit se vstupem do EU, došlo k přijetí zákona č. 670/2004 Sb., kterým se novelizoval energetický zákon s č. 458/2000 Sb., čímž česká legislativa transponovala tzv. druhý balíček pro plynárenství, jehož se týkala přijatá směrnice č. 2003/55/EC o společných pravidlech pro vnitřní trh s plynem a vydané Nařízení č. 1775/2005 o podmínkách přístupu k plynárenským přepravním soustavám. V rámci druhého balíčku byla právní úprava detailnější a v rámci plynárenství upravovala tzv. unbundling, který byl založen na principu právního a manažerského oddělení provozovatele přepravní soustavy jako samostatného podniku, kdy dochází k odtržení od vertikálně integrovaného podniku. Zavedení druhého balíčku se v členských zemích EÚ opožďovalo, čímž roce 2007 evropská komise přišla s dalším, v pořadí již třetím, který měl podpořit vážnou aktivitu členských států při implementaci liberalizačních právních aktů ve věci společných pravidel pro vnitřní trh s plynem. Měl přispět k dokončení vnitřního trhu s plynem v rámci EU, kdy jeho implementací členskými státy měl být finalizován trend koordinované energetické legislativy pro dosažení tržních principů v energetice, v níž mělo dojít k vzniku konkurenčního a udržitelného trhu. Tento třetí liberalizační balíček také vyžadoval úplné oddělení přenosových služeb z vertikálně integrovaných energetických podniků, tzv. úplný vlastnický unbundling, přičemž dalšími požadavky onoho balíčku bylo zavedení síťových kodexů pro sjednocování síťových pravidel včetně posílení pravomocí národních regulačních orgánů. Trh s plynem je v současné době v zemích Evropské unie prakticky liberalizován. V ČR se praktické naplňování pravidel liberalizačních balíčků odehrávalo ve třech postupných krocích, prostřednictvím kterých k otevření tuzemského trhu se zemním plynem došlo od 1. dubna 2007 (Benedikt, 2015a, s. 31-33).

## 1.6 Vývoj liberalizace plynárenství v ČR

Na základě přijatých směrnic Evropské rady a Evropského parlamentu (96/92/EHS a 98/30/EHS), byl pro plynárenství i elektroenergetiku započat společný proces liberalizace, která byla zaměřena na pravidla vnitřního trhu s plynem v české energetice. Tímto procesem energetická legislativa tehdy přijatá v Evropské unii byla následně transponována do našeho právního řádu, který má svou stěžejní část právní úpravy v zákoně č. 458/2000 Sb., o podmínkách podnikání a o výkonu státní správy v energetických odvětvích a o změně některých zákonů (energetický zákon). Energetický zákon pak implementoval příslušné teze energetické politiky Evropské unie a tím upravil v návaznosti na přímo probíhající změny v energetickém sektoru podmínky podnikání, výkon státní správy a regulaci v odvětvích elektroenergetiky, plynárenství a teplárenství, jakož i práva a povinnosti vyplývající z unijních právních předpisů v sektoru energetiky (Benedikt, 2015b, s. 32).

Energetický zákon je základním právním předpisem obsahujícím strategické cíle směřování energetiky na evropské úrovni, která dopadá do sektoru energetiky, v němž existují tři páteří infrastrukturní odvětví, jimiž jsou elektroenergetika, plynárenství a teplárenství (Benedikt, 2015b, s. 69).

Touto energetickou zákonnou normou dále došlo ke zřízení Energetického regulačního úřadu jako správního orgánu s působností výkonu regulace v energetických odvětvích a k založení Operátora trhu, který je zmocněn pro registraci účastníků trhu s plynem, pro organizování trhu s plynem, zúčtování odchylek, apod (Benedikt, 2015b, s. 46-47).

Dále energetickým zákonem v kontextu legislativní úpravy byla Energetickému regulačnímu úřadu přiznána oprávnění pro veřejnoprávní regulaci podnikání v energetických odvětvích, včetně regulace cen v energetických odvětvích, jakož i práva a povinnosti fyzických a právnických osob s tím spojená. Regulace cen pro energetický sektor byla pak vztažena především na podnikatele zajišťující síťová propojení soustav v elektroenergetice a plynárenství, nikoliv však k výrobě a obchodu s elektřinou a plynem. (Benedikt, 2015b, s. 46-47). Chemišinec a kol. pak popisují proces liberalizace v energetickém sektoru trhu s elektřinou a zemním plynem jako „vstup konkurence na dříve monopolní trh s plynem (elektřinou) umožňující svobodnou volbu dodavatele plynu (Chemišinec, 2010, s. 164). Liberalizace trhu tak v první řadě znamenala vyčlenění té oblasti podnikání, která má charakter přirozeného monopolu a týká se plynárenských sítí pro



přepravu a distribuci plynu. Tato podnikatelská činnost pro transport zemního plynu plynárenskou sítí (soustavou) k místu jeho využití byla a nadále je regulována státem, tj. Energetickým regulačním úřadem (Benedikt, 2015a, s. 29). Nejnovější definice přirozeného monopolu pak uvádí Jamison, který říká (dle překladu textu)<sup>2</sup>, že firma je přirozený monopol na trhu, pokud na trhu nemůže existovat více než jedna firma a mít ztrátu (2008, s. 59).

Samotná liberalizace českého trhu s plynem se spustila v roce 2005 a to pro největší odběratele, resp. pro velkoodběratele s odběrem nad 15 milionů m<sup>3</sup>, pro výrobce elektřiny, spalující plyn v tepelných elektrárnách nebo při kombinované výrobě elektřiny a tepla a pro provozovatele distribučních sítí, kteří v rozsahu svých oprávněných zákazníků zásobovali tyto zákazníky plynem. O rok později (tj. 2006) pro všechny odběratele kromě odběratelů z řad domácností. Pro rok 2006 hlavním charakteristickým rysem, pro který se princip liberalizace trhu realizoval, byla snaha o vytvoření konkurenčního prostředí, jehož základní ideou představovalo otevření trhu, na němž působí řada obchodníků s plynem, kteří si konkurují a oprávnění zákazníci si tak mohou svobodně a se stanovením svých priorit zvolit svého dodavatele plynu, se kterým pak uzavřou smlouvu na dodávku plynu za cenu oboustranně výhodnou a akceptovanou. Na základě úpravy energetického zákona byl právně trh s plynem postupně liberalizován, v důsledku čehož jednotlivé kategorie konečných zákazníků byly zbavovány ochrany prostřednictvím regulovaných cen (Zpráva o činnosti a hospodaření Energetického regulačního úřadu za rok 2006, 2007, s. 29). Idea liberalizace trhu s plynem byla pro český plynárenský sektor dokončena v roce 2007, kdy získali možnost změnit dodavatele vedle firem i zákazníci z řad domácností a tím byli všichni odběratelé plynu oprávněnými zákazníky, kteří si mohli vybrat svého dodavatele zemního plynu, jenž nejlépe vyhovuje jejich požadavkům. I když trh s plynem v ČR byl po formální stránce otevřen, nebyl na podmínky tržní soutěže úplně připraven, a to jak ze strany dodavatelů plynu, tak ze strany zákazníků, kteří neměli představu, co mají od potenciálních nových dodavatelů očekávat. Poté ve vazbě na zákonem stanovené kompetence Energetický regulační úřad inicioval nastavení nových podmínek v rámci pravidel fungování trhu, čímž se začala postupně rozvíjet reálná konkurence podpořená vstupem novými dodavateli plynu,

---

<sup>2</sup> „The most recent definition of natural monopoly states that a firm is a natural monopoly in a market if no more than one firm can serve the market and receive non-negative profits.“

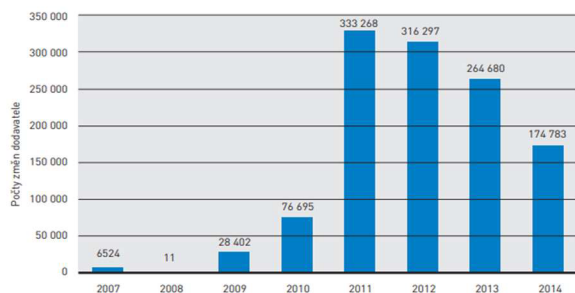
kteří se zpočátku věnovali zákazníkům s vyšší roční odběrem plynu (Zpráva o činnosti a hospodaření Energetického regulačního úřadu za rok 2006, 2007, s. 29).

Od zrodu reálného trhu a pak významným rokem v plynárenství byl rok 2009, kdy za podpory osvěty o zavedení liberalizace pro český plynárenský sektor a díky veřejně publikovaným informacím si zákazníci začali uvědomovat možnosti libovolně měnit dodavatele a mezi těmito obchodníky s plynem smluvně migrovat. Na trhu s plynem se začali objevovat noví dodavatelé, kteří se začali zaměřovat na zákazníky z řad domácností a malých podnikatelů. Tím se změna dodavatele plynu nabídla pro desítky tisíc zákazníků z řad domácností a malých podnikatelů a ti ji následně začali ve velké míře využívat (Zpráva o činnosti a hospodaření Energetického regulačního úřadu za rok 2009, 2010, s. 4-5).

Následně v roce 2011 pak významným způsobem vzrostl i podíl alternativních dodavatelů na trhu s plynem. Především to zaznamenala většina tehdy dlouhodobě působících (tradičních) dodavatelů plynu, a to ve zvýšené míře odlivem svých zákazníků k těmto novým alternativním dodavatelům plynu. Tradiční dodavatelé měli zajištěnou dodávku plynu ve větší míře na základě dlouhodobých kontraktů, u kterých byla v uplynulém roce cena vyšší než na spotových trzích v roce 2011. Alternativní dodavatelé, kteří nejsou vázáni dlouhodobými kontrakty a nakupují právě na spotových trzích, tak mohli nabídnout plyn odběratelům za výhodnější cenu. Na konci roku 2011 působilo na trhu s plynem podle evidence Energetického regulačního úřadu 35 aktivních obchodníků, kteří dodávali plyn zákazníkům v kategorii domácnost. (Zpráva o činnosti a hospodaření Energetického regulačního úřadu za rok 2011, 2012, s. 23, 27).

V dalších letech počet změn dodavatele plynu zákazníků kategorie domácnost od roku 2011 měl již klesající charakter, jak uvádí graf 1.

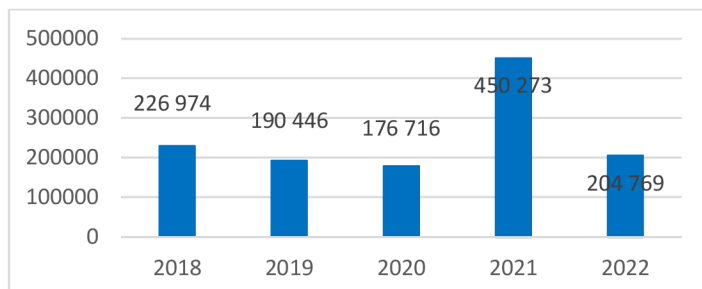
**Graf 1 Počty změn dodavatele plynu u zákazníků kategorie domácnost**



**Zdroj:** (Zpráva o činnosti a hospodaření Energetického regulačního úřadu za rok 2014, 2016, s. 30)

Od roku 2018 se do roku 2022 dále počet změn dodavatele plynu u zákazníků v kategorii domácnost vyvíjel dle grafu č. 2 následovně:

**Graf 2 Počty změn dodavatele plynu u zákazníků kategorie domácnost**



Zdroj: vlastní zpracování (dle [www.ote-cr.cz/cs](http://www.ote-cr.cz/cs), 2018-2022)

V úvodu bylo zmíněno (poté zaneseno do grafu č. 2), že v roce 2018 v plynárenství přešlo k novému dodavateli zemního plynu 226 974 domácností a následně v roce 2019 to ale bylo 190 446 domácností (o 36 528 méně). V roce 2020 pak tento počet přechodů opět meziročně klesl už na 176 716 domácností, což je od roku 2018 pokles o 50 258 (22,14 %) a od roku 2011 pokles o 156 552 (46,97 %) méně. Energetický regulační úřad pro rok 2012 v souvislosti se sílicí konkurencí tehdy predikoval, že by se neměl počet obchodníků dále výrazně zvyšovat, neboť zaznamenal případy, kdy větší alternativní dodavatelé začali odkupovat menší společnosti nebo se je chystají odkoupit. Už v roce 2012 Energetický regulační úřad zaznamenal jedno nucené ukončení činnosti z důvodu ztráty schopnosti dodávat plyn zákazníkům, a to v roce, kdy počet změn dodavatele u konečných zákazníků dosáhl to té doby maximální hodnoty 348 056. Konkurenci také podnítil nejen vstup menších alternativních dodavatelů, ale i nabídka dalšího produktu (komodity) od původních dodavatelů vertikálně integrovaných společností. V roce 2010 začala tehdy zavedená plynárenská společnost RWE nově nabízet zákazníkům elektřinu, stejně tak tehdy tradiční dodavatel elektřiny ČEZ přišel naopak s nabídkou plynu. Aktivity dodavatelů a mediální podpora tohoto tématu výrazně pomohly k nárůstu informovanosti české populace. Zatímco v prosinci 2009 vědělo o možnosti změny dodavatele elektřiny 55 % představitelů domácností, 2011 je povědomí již na hodnotě 97 %. U plynu v uvedeném období vzrostlo toto procentní povědomí ze 45 % na 90 % (Pavelková, 2011). Rovněž Energetický regulační úřad pak ve své vydané Národní zprávě o elektroenergetice a plynárenství v ČR za rok 2011 uvedl informaci, že k trhu s plynem ve sledovaném roce zaznamenal citelný vývoj, kdy převážná většina změn dodavatele se uskutečnila v segmentu malých odběratelů

a domácností, čímž stále více zákazníků si uvědomuje svoji zákonnou možnost změny dodavatele a využívá jí (2012, s. 21).

V roce 2012 byl zaznamenán mírný pokles počtu změn dodavatele na trhu s plynem, jak znázorňuje graf 1. V rámci daného trhu se však objevil trend přechodu zákazníků mezi jednotlivými dodavateli, nejen ve směru od původních tradičních (vertikálně integrovaných společností) k novým dodavatelům, jak tomu bylo dříve, ale zároveň byly zaznamenány přechody mezi nově vzniklými dodavateli a také přechody směrem od těchto dodavatelů k původním tradičním obchodníkům. Všichni dodavatelé svou obchodní politikou vytvářejí na trhu nabídku široké škály služeb, ze které si může zákazník vybrat nabídku odpovídající jeho požadavkům. V souvislosti s těmito změnami byl registrován zvýšený výskyt smluv na dodávku plynu na dobu určitou, které zákazníkovi mohou zajistit nižší ceny, ale na druhou stranu ztěžují možnost přejít bez sankce za předčasné ukončení smlouvy k jinému dodavateli (Národní zpráva Energetického regulačního úřadu o elektroenergetice a plynárenství v České republice za rok 2012, 2013, s. 4). Následujících devět let se nic zvláštního nedělo. V roce 2021 přišlo období dynamických změn, které souvisely s bezprecedentním růstem burzovních cen. Tato situace zapříčinila úpadek několika významných dodavatelů a tím i počet jejich změn.

## **1.7 Trh s plynem**

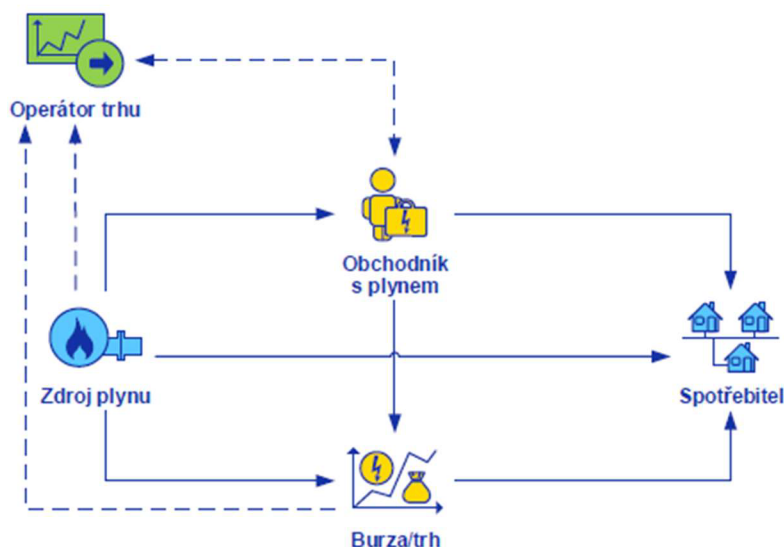
Podstata fungování trhu s plynem v ČR vychází z tezí zavedeného i v celé Evropské unii, jejíž legislativu v podobě přijaté Směrnice pro vnitřní trh s plynem bylo nutno implementovat do energetického zákona, který je základní právní normou k zajištění regulovaného přístupu k plynárenským sítím a rozpracovává namodelované principy trhu s plynem, jenž umožnil vznik tržního systému a do plynárenského sektoru vpuštění konkurence (Benedikt, 2015b, s. 63).

### **1.7.1 Popis principu rolí na trhu s plynem**

Současný princip trhu s plynem je koncipován na základě práva přístupu třetích stran, který vychází z podstaty nediskriminačního a transparentního přístupu k plynárenské soustavě, která je tvořena vzájemně propojeným souborem zařízení pro výrobu (vytěžení), přepravu, distribuci, vč. podzemních zásobníků plynu. Trh s plynem je tak založen na modelu, který

využívá centrálního a jednosměrného procesu mezi výrobcí zemního plynu, provozovateli přepravních soustav (vč. zásobníků plynu) a jejich odběrateli. Práva a povinnosti dopadají mezi jednotlivé účastníky trhu, kde operují provozovatele plynárenské soustavy, obchodníci plynem a operátor trhu, čímž je dán interakční proces mezi státem, regulovanými a neregulovanými subjekty. Energetická legislativa definuje plynárenskou soustavu jako vzájemně propojený soubor zařízení pro výrobu, přepravu, distribuci a uskladnění plynu, včetně systému řídicí a zabezpečovací techniky a zařízení k převodu informací pro činnosti výpočetní techniky a informačních systémů, které slouží k provozování těchto zařízení (Benedikt, 2015a).

**Obrázek 7** Základní role při dodávce plynu



**Zdroj:** (Benedikt, 2015, s. 64)

### 1.7.2 Zákazník v roli účastníci trhu s plynem

Trh s plynem v ČR má právní základ zakotven v energetickém zákonu, který definuje účastníky trhu, kteří mimo zákazníka, jenž poptává pro konečnou spotřebu úplatnou dodávku plynu, potřebují na trhu s plynem k výkonu své činnosti příslušnou licenci od Energetického regulačního úřadu. Energetický zákon rozeznává v plynárenství níže uvedené subjekty:

- **výrobce plynu,**
- **provozovatele přepravní soustavy,**
- **provozovatele zásobníků plynu,**

- **provozovatele distribuční soustavy**
- **operátora trhu,**
- **obchodníci s plynem.**

Nepostradatelnými účastníky, kteří jsou na samotném konci plynárenské infrastruktury, jsou zákazníci. Energetický zákon v rámci ustanovení § 2 odst. 2 písm. b) bodu 25, vymezuje zákazníka jako osobu, která nakupuje plyn pro své vlastní konečné užití v odběrném místě (Česko, 2000).

Na trhu se zemním plynem se nabízené produkty pro konečné zákazníky liší v mnoha aspektech pro jednotlivé zákaznické kategorie. Nejjednodušším členěním, u nějž je naprosto zřetelný rozdíl v nabízených produktech, je rozdělení na dvě základní skupiny, a to domácnosti (DOM) a firemní odběratele, mezi které patří podnikatelé a společnosti z řad průmyslu, služeb či veřejné správy. Od roku 2011 pak bylo zavedeno pro plynárenský trh celkem dvanáct tříd typovým diagramem dodávek (TDD), v rámci kterých jsou čtyři třídy vyhrazeny jen pro domácnosti, což jsou zákazníci, kteří používají plyn pro osobní potřebu související s bydlením (Benedikt, 2015a, s. 154).

V ustanovení § 11a energetického zákona, v němž jsou zakotvena některá opatření na ochranu zákazníka, lze nalézt v odst. 2 pojmy jako „domácnost“ a „zákazník v postavení spotřebitele“ (Česko, 2000).

Zákon č. 89/2012 Sb., jímž v českém právním řádu nese název občanský zákoník, v ustanovení § 419 definuje spotřebitele jako každého člověka, který mimo rámec své podnikatelské činnosti nebo mimo rámec samostatného výkonu svého povolání uzavírá smlouvu s podnikatelem nebo s ním jinak jedná (Česko, 2012). V dané věci také k termínu spotřebitel se dotýká i zákon č. 634/1992 Sb., o ochraně spotřebitele, kde definuje spotřebitele v rámci svého ustanovení v § 2 odst. 1 písm. a), dle něhož je spotřebitelem fyzická osoba, která nejedná v rámci své podnikatelské činnosti nebo v rámci samostatného výkonu svého povolání (Česko, 1992).

Nenadál (2008, s. 26) definuje zákazníka prostřednictvím normy ČSN EN ISO 9000:2006:, dle které je zákazníkem organizace nebo osoba, která přijímá produkt, přičemž produktem může být hmotný výrobek, poskytnutá služba, zpracovaná informace apod. Nedál k této definici doplnil, že na základě tohoto principu je možné tvrdit, že externí zákazníci jsou

arbitrem rozhodujícím o existenci organizací. Ty by proto měly dělat vše pro trvalé uspokojování požadavků externích zákazníků.

Podle Zamalové pak můžeme určit tři typy rolí, podle kterých se charakterizuje:

- Spotřebitel – je obvykle bývá chápán jako konečný spotřebitel, který spotřebovává produkty pro vlastní potřebu.
- Zákazník – v nejširším slova smyslu je ten, kdo projevuje zájem o nabídku zboží, produktů a služeb, a vstupuje do obchodního kontraktu s prodejcem, popř. člověk co si jen prohlíží zboží.
- Nakupující – zákazník se stává nakupujícím v okamžiku uskutečnění nákupu, přitom nakupující nemusí být totožný s osobou spotřebitele (2009, s. 67).

Význam slova zákazník a spotřebitel nejsou tatáž osoba a je potřeba je odlišit, neboť spotřebitelem je obecnější pojem a zahrnuje vše co spotřebováváme, tedy i to co nenakupujeme. Zákazník je zjednodušeně řečeno ten, kdo zboží objednává, nakupuje a platí (Vysekalová, 2011, s. 35).

### 1.7.3 Typy zákazníků

Z pohledu prodejce vymezují typy zákazníků Gretz a Drozdeck (1992) a odlišnosti v jednání interpretují na základě dimenzí přátelskosti a vůdcovství a zároveň navrhují způsoby, jak s nimi jednat, jak reagovat a jak je motivovat. Na tomto základě i Vysekalová vymezuje tyto typy zákazníků, jako:

- **Sociální typ** zákazníka (je kombinace typů přátelského a podřízeného), který se chová přátelsky, laskavě, snadno se nadchne pro to, co mu prodávající navrhně a je snadno ovlivnitelný. Zřídka však projevuje vlastní iniciativu a mívá potíže v rozhodování, přičemž často odbíhá od tématu prodejního rozhovoru. Výraznou potřebou tohoto typu je být příznivě přijímán, cítit úctu a jistotu. Tohoto zákazníka získá prodávající ke koupi obvykle tím, zdůrazní-li, že právě tento výrobek či služba uspokojí specificky jeho potřebu bezpečné investice, popř. potřebu uznání u jeho blízkých.
- **Byrokratický zákazník** (je kombinace typu nepřátelského a podřízeného), který na první pohled s názory prodávajícího souhlasí, ale ve skutečnosti se nemůže

rozhodnout a často je dosti konzervativní. Většinou vyžaduje nějaký čas na rozmyšlenou. Při práci s takovým zákazníkem musí prodávající obvykle projevit velkou dávkou trpělivosti a postupně u něj budovat důvěru.

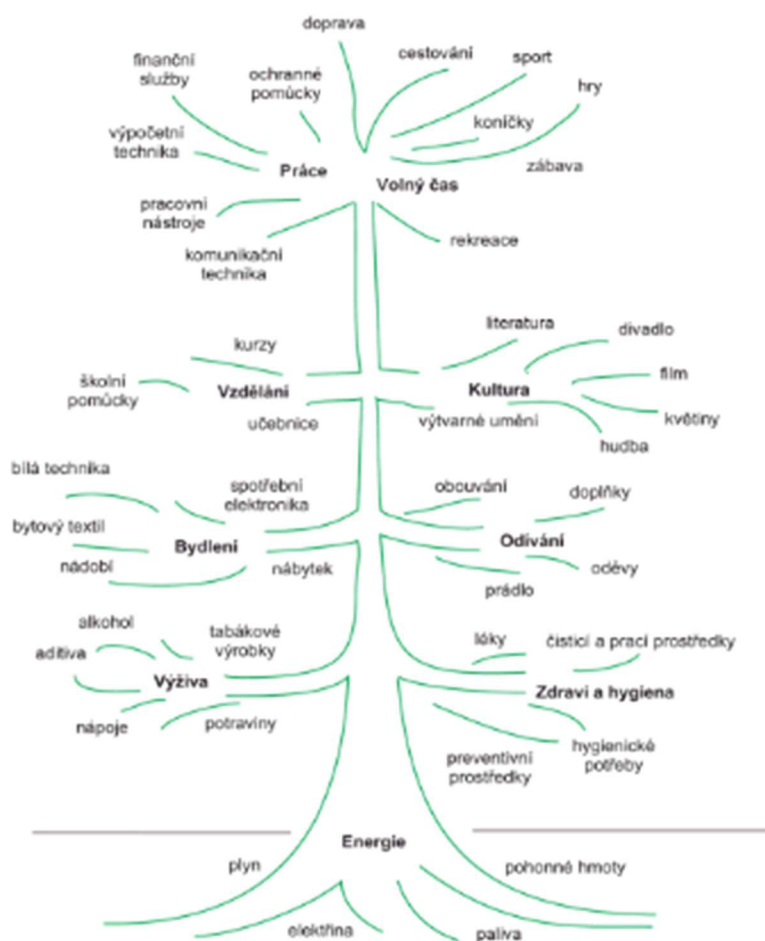
- **Diktátorský typ zákazníka** (je kombinace typu nepřátelského a dominantního), který má ve všem pravdu, přičemž je značně egocentrický. Dokáže se sám rozhodovat a je ochoten podstoupit i určité riziko. Tento typ je značně podezřívavý, i když (a snad právě proto) má velkou potřebu důvěřovat. Pokud si ho prodávající získá, bývá to zákazník velmi ochotně spolupracující.
- **Výkonný typ zákazníka** (je kombinace typu přátelského a dominantního), který je nezávislý, samostatný, dostatečně důrazný, vřelý a klidný. Má jasnou představu o zboží či službě, chová se pozitivně a otevřeně. Tento typ zákazníků se rozhoduje rychle a orientuje se především na výsledný efekt jednání. Proávající by tomuto zákazníkovi měl při jednání zdůrazňovat výhody, které pro něj z případné koupě vyplývají (2011, s. 237-238).

#### 1.7.4 Potřeby zákazníků

Hierarchie potřeb vychází z obecných, psychologických a sociologických zákonitostí a z individuálních zvláštností jedince. Nejčastěji se v rámci potřeb vychází ze známé hierarchie C. Rogerse a A. Maslowa, kteří založili teorie potřeb na postupném uspokojování potřeb, počínaje fyziologickými až k potřebám seberealizace. Aby se potřeby umístěné v pyramidě směrem vzhůru mohly stát zdrojem motivace, většinou musejí být uspokojeny potřeby nižší (Zamazalová, 2009, s. 77). Vedle klasické Maslowovy pyramidy hierarchického uspořádání potřeb uvádí zajímavé třídění lidských potřeb Vysekalová (2011, s. 36), která hierarchického uspořádání potřeb (s popisem) promítla od Komárkové a kol. (1998, s. 33) do podoby stromu (viz obrázek č. 11), jenž je spojen s postupným uspokojování potřeb, kdy se začíná potřeby na nejnižší úrovni, tedy od země.



Obrázek 8 Strom spotřeby



Zdroj: Komárková a kol. (1998, s. 33)

### 1.7.5 Nákupní chování zákazníka

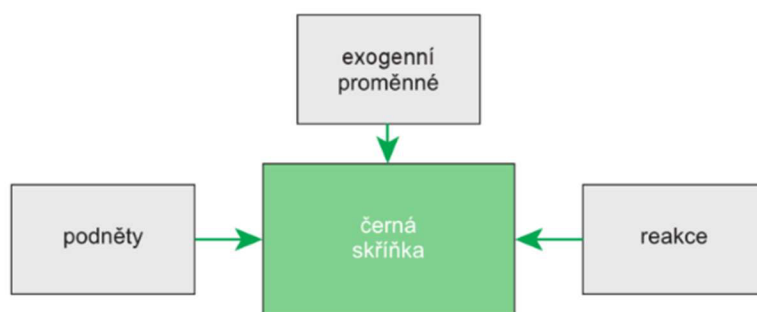
Každý subjekt se při spotřebě a nákupu chová individuálně. Existují rozdíly mezi nákupním chováním mužů a žen, pozorujeme odlišnosti v nakupování u osob různého věku. To, co upoutá pozornost jednoho, nemusí jiný vůbec zaregistrovat. Motivy vedoucí k nákupu jsou u jednotlivců různé. Samotný nákup je jen jednou z fází kupního rozhodovacího procesu spotřebitele. Člověk je tvor společenský, sociální bytost, které je vlastní být součástí celku, ve kterém žije, pohybuje se, vnímá okolní podněty a jistým způsobem na ně reaguje, jedná (Zamazalová, 2009, s. 35).

Spotřební chování je chování lidí spojené se získáváním, užíváním a odkládáním (spotřebních) produktů a služeb. Jeho znalost má zásadní význam a je možné ho sledovat z hlediska racionální, sociální a psychologické stránky (Koudelka, 2006, s. 11).

K vysvětlení spotřebního chování se nabízejí následující přístupy:

- **racionální přístupy** – vychází z charakteristiky spotřebitele v postavení rozumné bytosti, jenž se rozhoduje na základě racionálního zvažování užitků, přínosů plynoucích z kupního rozhodnutí a jejich porovnávání s cenami, příjmy, dostupností obchodu atd.
- **psychologické přístupy** – se zakládají na psychických faktorech, které se uplatňují ve spotřebním chování člověka. Lze uvažovat o modelu S-R nebo S-O-R, které vychází z předpokladu, že určité podněty z vnějšku vyvolá konkrétní typ odezvy formou jistého chování spotřebitele. Zvažuje pouze měřitelné proměnné v chování jedince. Protože vycházejí z předpokladu, že určité chování je naučeno ve vazbě na jisté podněty, hovoří se o nich také jako o modelech vycházejících z teorie učení.
- **sociologické** – vyzdvihují v chování spotřebitele sociální prvek podílející se na jeho rozhodování, který je spojen s úsilím získat uznání v určité skupině lidí, zaujmout určitý společenský status. Jsou to modely chápající spotřební chování jako reflexi působení referenčních skupin.
- **komplexní** – eliminuje slabiny uváděných přístupů, a sice to, že neberou v úvahu další faktory podílející se na formování chování spotřebitele. I zde se setkáváme s různými přístupy, pro názornost uveďme například model „černé skříňky“ (Zamazalová, 2009, s. 70-71).

**Obrázek 9 Model černé skříňky (model podnětu a reakce)**



**Zdroj:** (Vysekalová, 2011, s. 38)

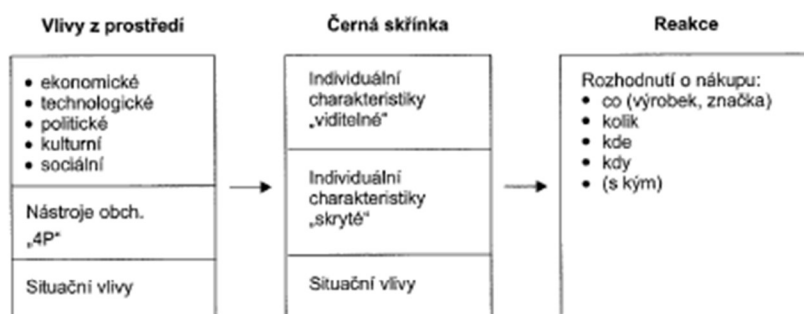
Podle Koudelky černá skříňka spotřebitele (black box) z pohledu marketingu představuje svět vzájemného působení predispozic, stimulačních vlivů a kupního rozhodování, který se odehrává v psychice spotřebitele (Koudelka, 2006, s. 8).

Prvkem, který celý proces odstartuje je podnět, který může být vnitřní i vnější. Velký je také vliv exogenních faktorů. Jde především o vlivy sociálně kulturní, sociální. Dále z pohledu vnitřních faktorů hovoříme o vlivech individuálních a psychologických jako je např. motivace (Vysekalová, 2011, s. 37-38).

Černá skříňka je chápána jako mysl spotřebitele, na niž působí řada vnějších podnětů z makro a mikrookolí, které aktivují průběh procesů v černé skříňce. V ní probíhá rozhodování, jehož výsledkem je určitá reakce v podobě koupě výrobku nebo služby či odmítnutí nákupu. Důsledky tohoto jednání se zpětně projevují v predispozicích jedince a jeho dalším kupním chování.

Výše uvedené přístupy představují různé pohledy, podle toho, který faktor je chápán jako dominantní pro projevy ve spotřebním chování. Nelze říct, že by některý z teoretických modelů byl vhodnější než jiný. Vždy záleží na konkrétní situaci spojené se spotřebním chováním a na konkrétní osobě, které se spotřební chování týká. Nejucelenější pohled poskytuje komplexní přístup, který se snaží spojit a postihnout všechny determinující faktory (Zamazalová, 2009, s. 70-71). Ke komplexnímu přístupu Zamazalová přiřazuje níže uvedený a detailně rozvedený model „černé skříňky“ (2009, s.71).

**Obrázek 10 Černá skříňka spotřebitele**



**Zdroj:** Zamazalová (2009, s.71)

### 1.7.6 Nákupní role

Vymezení a uvědomění si skutečné role osoby, která přichází obchodního do styku s prodávajícím, je pro něj důležitým okamžikem pro směrování nástrojů marketingového mixu. Již nestačí oslovit nabídkou jen spotřebitele, zákazníka nebo nakupujícího, vždy je třeba mít na paměti, že jejich role se mohou měnit. Kupní rozhodování většinou probíhá v rodinném kruhu. Z hlediska podílu členů domácnosti, na kupním rozhodovacím procesu rozlišujeme níže uvedené nákupní role jednotlivců:

- iniciátor: osoba, která jako první navrhne koupit určitý produkt nebo službu;
- ovlivňovatel: osoba, jejíž názory a rady ovlivňují rozhodování;
- rozhodovatel: osoba, která provádí rozhodování a určuje, zda koupit, co, jak a kde;
- kupující: osoba, která provede vlastní nákup výrobku nebo služby;
- uživatel: osoba, která používá koupený výrobek či službu.

(Zamazalová, 2009, s. 68)

### 1.7.7 Zákazník z hlediska marketingových podnětů

Marketing se posouvá z úlohy podnikové funkce, která mu byla vlastní v uplynulých letech, k integrujícímu prvku v podniku. Marketing v úspěšných podnicích prolíná celou organizací, marketingové dění je viditelné a zřetelné napříč celým řízením (Zamazalová, 2009, s. 37). V marketingových aktivitách je dobré oslovit všechny zúčastněné, neboť každý má pro obchodníka svůj význam. Vymezení a uvědomění si skutečné role osoby, se kterou přichází obchodní firma do styku, je důležitým okamžikem pro směrování nástrojů marketingového mixu (Zamazalová, 2009, s. 67). Marketingový mix označovaný „4P“ v marketingu jako soubor vnitřních činitelů uvnitř podniku (soubor nástrojů), které umožňují ovlivnit chování spotřebitele. Těmito nástroji v marketingu je:

- produkt (product),
- cena (price),
- distribuce (place) a
- komunikace (promotion).

Je třeba tyto nástroje vzájemně kombinovat tak, aby co nejlépe odpovídaly vnějším podmínkám na určené trhu (Zamazalová, 2009, s. 39). K marketingovému mixu Gary Armstrong a Philip Kotler pak uvádí, že je to soubor taktických marketingových nástrojů, kterými jsou výrobní, cenové, distribuční a komunikační politiky, jež prodávajícímu umožňují upravit nabídku podle přání zákazníků na cílovém trhu (2004, s. 105).

V marketingu jde především o nápady a tvořivost, o hledání nových cest k zákazníkům. Zjednodušené schematické označení má pomoci lépe se v poznávání možných cest působení na zákazníka orientovat. Někteří autoři doporučují zvýraznit vnější, zákaznický pohled a pro

zviditelnění zákaznické orientace 4P nahradit označením 4C tedy „C“ jako „*Customer solution*“ (řešení potřeb zákazníka) – „*Customer cost*“ (výdaje zákazníka) – „*Convenience*“ (dostupnost řešení) – „*Communication*“ (komunikace). Nutno dodat, že při správném chápání marketingové podnikatelské filozofie je označení „C“ vcelku zbytečné, neboť zákaznický přístup a vnímání všech aktivit podnikatele právě očima zákazníka je podstatou marketingu (Zamazalová, 2009, s. 41).

**Produkt** představuje vše, co utváří jeho hodnotu, přičemž jde, jak o samotný výrobek či službu, tak i o celkový sortiment, kvalitu, design, obal, image výrobce, poskytované záruky a další faktory, které z pohledu spotřebitele rozhodují o tom, jak produkt uspokojí jeho očekávání. Pro spotřebitele jsou sice důležité užité vlastnosti produktu, ale podstatné je to, do jaké míry dokáže uspokojit jeho potřeby. Z psychologického hlediska nejde jen o užitnou funkci produktu, ale o uspokojování celého komplexu potřeb v návaznosti na řešení problémů lidského života jako takového, nejen hmotné spotřeby (Vysekalová, 2014, s. 55-56).

Holbrook (2005, str. 46) uvádí, že „... *that customer value is the basic foundation for everything we do in marketing.*“ (tj. hodnota pro zákazníka je významným základem pro vše, co děláme v oblasti marketingu), přičemž ve vazbě na to říká, že „*We define consumer value as an*“ (tj. Definujeme hodnotu zákazníka, jako) „(1) *interactive*, (2) *relativistic [(a) comparative, (b) personal, and (c) situational]*, (3) *preference*, and (4) *experience*. (tj. (1) interaktivní, (2) relativistická [(a) srovnávací, (b) osobní a (c) situační], (3) preference a (4) zkušenost). Lošťáková prezentuje autory (Roig, Garcia, Tena, Monzonis, 2006; Simová, 2006) prostřednictvím nichž uvádí, že pro zákazníka je důležitým faktorem hodnota, která se pro zákazníka vztahuje na všechno, co maloobchodníci dělají a za co je zákazník připraven zaplatit (2009, s. 53). Tyto hodnoty lze zařadit do dvou kategorií: očekávaná nebo požadovaná hodnota (hodnota před nákupem) a obdržená nebo vnímaná hodnota spojená s užitím produktu nebo získanou zkušeností po nákupu. Hodnota je tedy výsledkem porovnání a představují víru nebo přesvědčení zákazníka, jež určují jeho chování a které jsou spojeny s očekáváním zákazníka (Lošťáková, 2009, s. 43-44). Hodnota pro zákazníka je pak relativní, neboť zákazník ji obvykle vnímá s konkurenčními nabídkami, ale i s očekáváním nebo s ideální představou o nabídce a službách (Lošťáková, 2009, s. 83). Vlček (2002) k pojmu hodnota pro zákazníka uvádí, že se jedná o vztah mezi uspokojením potřeby a zdroji použitými pro dosažení tohoto uspokojení (Klupalová, 2011, s. 21).

**Cena (price)** - vše, co vstupuje do konečné hodnoty produktu, vyjádřeno v penězích. Jde o hodnotu, za kterou se produkt prodává. Cenová politika zahrnuje cenové strategie, taktiky, tzn. slevy, termíny a podmínky placení, náhrady nebo možnosti úvěru. Z psychologického hlediska je cena subjektivní kvalitou ovlivňující chování spotřebitele a působí na ni řada činitelů. Je to např. intenzita potřeb, které se vztahují k danému produktu, osobní ekonomické podmínky i celkový komplex představ, názorů, postojů a hodnocení vztahujících se k oblasti cen. Ukazuje se, že spotřebitel srovnává ceny s nějakou „standardní“ cenou, kterou si vytváří na základě znalostí a zkušeností s cenami daného výrobku i se svou individuální ekonomickou situací (Vysekalová, 2014, s. 58-59). Zamazalová uvádí text autorů Gary Armstrong a Philip Kotler (2004, s. 605), kteří uvedli, že většina maloobchodníků začíná s nízkými prodejmi, nízkými cenami a s nízkou úrovní služeb. Konkuruje tak zavedeným maloobchodníkům s vyššími cenami. Postupně s růstem obrátu a zisku zvyšují úroveň podnikání i úroveň služeb a nasazují vyšší ceny. Posléze se dostanou do pozice, kdy budou nahrazeni novými obchody s nižšími cenami, nižší úrovní služeb atd. a poté vše začíná znovu (2009, s. 21). Jak maloobchodní podnik prochází jednotlivými fázemi životního cyklu, mění se jeho úroveň cen, úroveň jím poskytovaných služeb a samozřejmě i jeho vnímání spotřebiteli (Zamazalová, 2009, s. 20).

**Místo** či **distribuce (place)** je vše, co rozhoduje o dostupnosti produktu. Jde o pohodlí zákazníka, aby produkt dostal na místě, na kterém chce, a se službami, které očekává. Novým distribučním kanálem je internet, který umožňuje dvousměrnou komunikaci a dává zákazníkům nové možnosti při výběru zboží (Vysekalová, 2014, s. 60).

Internet umožňuje rychlé spojení mezi subjekty a rychlý přístup k informacím. Zákazník nemusí vynakládat přílišnou energii, aby srovnal několik produktů, aby se informoval a porovnal jejich technické vlastnosti a cenu. Rychle a pohodlně získá reference o produktu a z domova si vyměňuje zkušenosti s ostatními zákazníky. V rámci internetu elektronické obchodování láká mnoho podnikatelů svou zdánlivou snadností (nízké bariéry vstupu na trh) při zahájení této formy podnikání. Tato výhoda se rázem při vstupu dalších konkurentů stává nevýhodou a tlačí ceny dolů. Základní chybou na straně obchodníků je snaha o neustálé získávání nových zákazníků na úkor péče o ty stávající (Zamazalová, 2009, s. 29-30).

**Propagace (promotion)** je mix komunikačních nástrojů, jejichž prostřednictvím se zákazník dozví o produktu. Většinou je uváděna reklama, osobní prodej, podpora prodeje, přímý marketing, public relations, výstavy a veletrhy, sponzoring a tzv. nová média. Propagace má

za úkol informovat, přesvědčit či upozornit zákazníka na přednosti produktu, oslovit jeho emoce a tím posílit známost značky a/nebo vyvolat zvýšení prodeje (Vysekalová, 2014, s. 67).

Marketingová komunikace je cíleně zabezpečována nástroji komunikačního mixu. Komunikační mix je jednou ze složek marketingového mixu, součástí klasického instrumentaria „4P“ (Zamazalová, 2009, s. 185). Marketingová komunikace umožňuje vštípit značku do mysli spotřebitelů, dotvářet její image. Zákazníci (a další relevantní skupiny veřejnosti) nerozlišují mezi jednotlivými marketingovými nástroji firmy (reklamou, podporou prodeje, obalem, cenou) používanými pro přenos zprávy. Sledují a ukládají do paměti různé informace, které jsou spojeny s určitou značkou, produktem nebo firmou (Zamazalová, 2009, s. 182).

## 2 Vlastní práce

### 2.1 Analýza trhu s plynem v ČR

Podstata principu plynárenského trhu vychází z tezí pro liberalizaci, který se realizoval k vytvoření konkurenčního prostředí, kde si konkurují obchodníci s plynem, přičemž takto otevřený trh vytváří prostor pro připojené zákazníky, kteří mají vlastní volbu si vybrat svého dodavatele plynu. Na základě zavedeného konkurenčního prostředí, pak zákazníci z řad domácností od roku 2007 (v rámci pravidel fungování trhu) se mohou svobodně rozhodnout pro migraci mezi dodavateli, čímž v rámci vzniklých právních vztahů byl nastolen trend přechodu zákazníků mezi jednotlivými dodavateli, ať už ve směru od původních tradičních (vertikálně integrovaných společností) k novým (alternativním) dodavatelům, nebo směrem od těchto nově vzniklých dodavatelů k původním tradičním obchodníkům.

Pro maloobchodní trh s plynem, tj. prostředí v němž se střetává komoditní nabídka s poptávkou. Byly zjištěny následující údaje, jež byly publikovány Energetickým regulačním úřadem na podkladě jím soustředěných dat získaných od účastníků držitelů licencí na obchod s plynem.

**Tabulka 1 Hodnoty u malooběru v kategorii domácnost**

| Plynárenství                            | 2019      | 2020      | 2021      | 2022      | 2023      |
|---|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|
| Počet zákazníků                         | 2 619 793 | 2 614 120 | 2 604 725 | 2 569 422 | 2 756 505 |
| Počet změn dodavatele                   | 190 446   | 176 716   | 450 273   | 204 769   | 139 325   |
| Podíl zákazníků na změně dodavatele (%) | 7,27      | 6,76      | 17,29     | 7,97      | 5,05      |

**Zdroj:** Vlastní zpracování dle souhrnné publikace (Zpráva o činnosti a hospodaření Energetického regulačního úřadu a Národní zpráva Energetického regulačního úřadu o elektroenergetice a plynárenství v České republice 2022, 2024))

Z hlediska konkurenční pozice jednotlivých dodavatelů jsou klíčovými ukazateli na trhu s plynem jak, aktivní počet dodavatelů, tak počet dostupných odběrných míst, v rámci kterých se odvíjí dynamika změny dodavatele s dopadem na tržní podíl jednotlivých dodavatelů.

Energetický regulační úřad mimo jiné vyhodnocuje v plynárenství ukazatele koncentrace trhu v bývalých monopolních oblastech, kde bylo nastoleno soutěžní prostředí, a prostřednictvím dokumentu v podobě souhrnné publikace (Zpráva o činnosti a hospodaření Energetického regulačního úřadu a Národní zpráva Energetického regulačního úřadu



o elektroenergetice a plynárenství v České republice 2022) byly zpracovány informace, z nichž vyplývá, že trh s plynem je v regionálním rozlišení více koncentrovaný než v celorepublikovém pohledu, kdy za sledované roky hodnoty zůstávají pod hranicí silné koncentrace trhu. V kontextu tohoto sdělení je koncentrace trhu vyhodnocována za pomoci tzv. Herfindahl–Hirschman Indexu (HHI), jenž je široce využívaným indikátorem, který při zvyšování tohoto indexu znamená omezení míry soutěže a zvyšování tržní síly jednotlivých soutěžitelů. Index koncentrace trhu má škálu v rozmezí hodnoty blížící se nule až po limitní hodnotu 10.000, která by naznačovala, že došlo k monopolnímu ovládnutí trhu jedním subjektem. Byť maloobchodní trh s plynem v regionálním rozlišení je více koncentrovaný než v celorepublikovém pohledu, tak ve vazbě k ukazateli 2 700 bodů, pak index HHI silně koncentrovaný není. Následující tabulka 2 vyjadřuje základní ukazatele z maloobchodního trhu s plynem.

**Tabulka 2 Ukazatele z maloobchodního trhu**

| Plynárenství  | 2019  | 2020  | 2021  | 2022  |
|---|-------|-------|-------|-------|
| Počet aktivních dodavatelů                          | 125   | 133   | 121   | 99    |
| Tržní podíly 3 největších dodavatelů podle spotřeby | 52,15 | 52,18 | 52,56 | 49,98 |
| Počet dodavatelů s podílem zákazníků větším než 5 % | 4     | 4     | 4     | 6     |
| Herfindahl–Hirschman Index (HHI)                    | 2 631 | 2 470 | 2 848 | 2 844 |

**Zdroj:** Vlastní zpracování dle souhrnné publikace (Zpráva o činnosti a hospodaření Energetického regulačního úřadu a Národní zpráva Energetického regulačního úřadu o elektroenergetice a plynárenství v České republice 2022, 2024))

Z tabulky 2 vyplývá, že ke konci roku 2022 bylo v plynárenství celkem 99 aktivních obchodníků s plynem v rámci ČR, kde se jedná o výrazný meziroční propad proti předcházejícímu období (tj. -25,5 % k roku 2020 nebo -18,18 % k roku 2021). V poslední dekádě se dlouho dobu na trhu s plynem dařilo zajišťovat nastavená pravidla mezi účastníky jednotného trhu, na které se vytvářel konkurenční tlak ze zavedených tržních principů, resp. s absorbovanou významnou konkurencí, na kterou dolehla se v druhé polovině roku 2021 mimořádná tržní situace kvůli energetické krizi a její prohloubení v dalším roce, kdy Rusko zahájilo válečnou invazi na Ukrajinu.

**Tabulka 3 Spotřeba v ČR v kategorii domácnost**

| Zemní plyn/Období                              | 2021  | 2022  | 2023  |
|--|-------|-------|-------|
| Spotřeba v domácnostech (mil. m <sup>3</sup> ) | 1 856 | 1 457 | 1 200 |

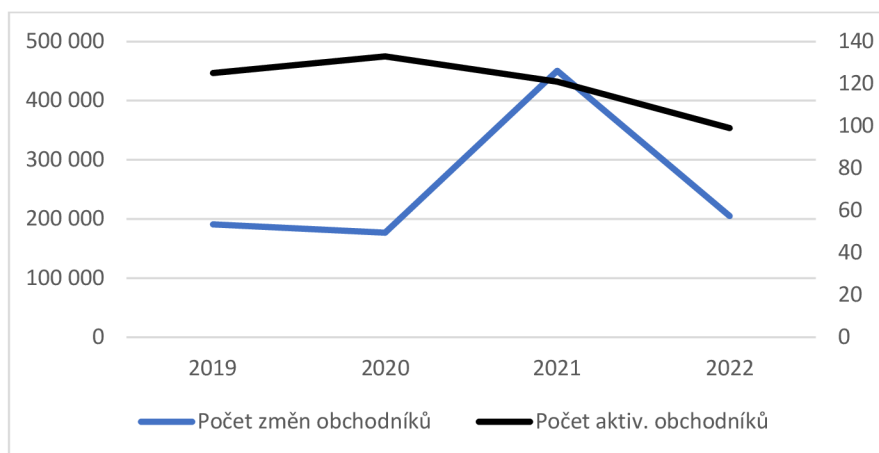
Zdroj: Vlastní zpracování dle (ČSÚ, 2024, s. 19)

Podle údajů z tabulky 3 byla roce 2023 celková spotřeba zemního plynu u českých domácností v celkem 1 200 mil. m<sup>3</sup>, což je o 17,64 % méně než v předcházejícím roce 2022, kdy se spotřeba zemního plynu propadla oproti roku 2021 o cca 21,50 %. Spotřebu domácností zemního plynu i dalších paliv určují především teplotní podmínky a délka otopného období v daném roce. Do roku 2020 se do spotřeby zemního plynu u českých domácností se především projevila i epidemické situace v ČR související s výskytem pandemie COVID-19, kdy v otopném období vláda několikrát vyhlásila na území ČR nouzový stav. V následujícím období pak vstoupila v platnost spotřební opatření v důsledku čehož došlo ke snížení skutečné spotřeby z 1856 mil. m<sup>3</sup> na 1200 mil. m<sup>3</sup>. Po desetiletí mírného růstu spotřeby s ohledem na rostoucí podíl odběrných míst v souvislosti s bytovou výstavbou, tak od roku 2021 měla spotřeba plynu klesající průběh a v roce 2023 byla nejnižší za poslední dekádu. Tento stav byl následkem přijatého opatření na snížení spotřeby zemního plynu, který se do roku 2022 na naše území dodával převážně z Ruska.

V létě roku 2022 přijala Rada EU nařízení, jehož cílem bylo snížit poptávku po plynu o 15 %. Řada úsporných opatření a přechody zákazníků na jiné zdroje energie za podpory teplejšího průběhu počasí v zimních měsících roku 2022 způsobila meziroční úsporu spotřeby o 20 % (Zpráva o činnosti a hospodaření Energetického regulačního úřadu a Národní zpráva Energetického regulačního úřadu o elektroenergetice a plynárenství v České republice 2022, 2024, s. 21).

Níže uvedený graf 3 udává počty odběrných předávacích míst (dále také „OPM“) u odběru v kategorii domácnost, u kterých došlo v mezi období roku 2020 až 2022 k dramatickým výkyvům v počtu změn dodavatele plynu. V roce 2020 se uskutečnilo 176 716 změn, přičemž za rok 2021 proběhlo celkem 450 273 změn, což je o 273 557 více než v roce 2020. Jedná se tak o meziroční nárůst počtu změn dodavatele o více než 254 %. Poté v následném roce se stejnou dynamickou tendencí dále počet změn dodavatele meziročně klesl na 204 769 a meziročně počet změn dodavatele se snížil o 220 %.

**Graf 3 Vývoj počtu obchodníků (dodavatelů) a u nich zákaznicky uskutečněných změn**



**Zdroj:** Vlastní zpracování dle (dle [www.ote-cr.cz/cs](http://www.ote-cr.cz/cs), 2019-2022)

Do přehledu uskutečněných změn dodavatele se započítávají i převody ohledně odběrných míst zákazníků, kteří spadli do režimu dodavatele poslední instance a poté přešli do režimu běžných obchodních dodávek, které souvisely se situací na energetickém trhu, jenž je tvořen množinou odvětví zahrnující mimo plynárenství také elektroenergetiku a teplárenství.

Od roku 2021 jednotlivá odvětví na energetickém trhu v Česku a ostatních členských státech Evropské unie prožívají dynamické období, v němž došlo k bezprecedentnímu růstu cen na velkoobchodním a maloobchodním trhu, jak s plynem, tak s elektřinou, a současně k značné volatilitě jejich burzovních cen, které se jednotlivými obchodníky promítají do neregulovaných cen za dodávky plynu do odběrného místa z distribuční plynárenské soustavy.

V níže uvedeném grafu je otištěn (z webového portálu [www.kurzy.cz](http://www.kurzy.cz)) průběh cen plynu na komoditní burze Power Exchange Central Europe, a. s., konkrétně u ročních dlouhodobých kontraktů od ledna roku 2021 do února roku 2024.

**Graf 4 Vývoje ceny komodity PXE - Zemní plyn 1 MWh v měně EUR**



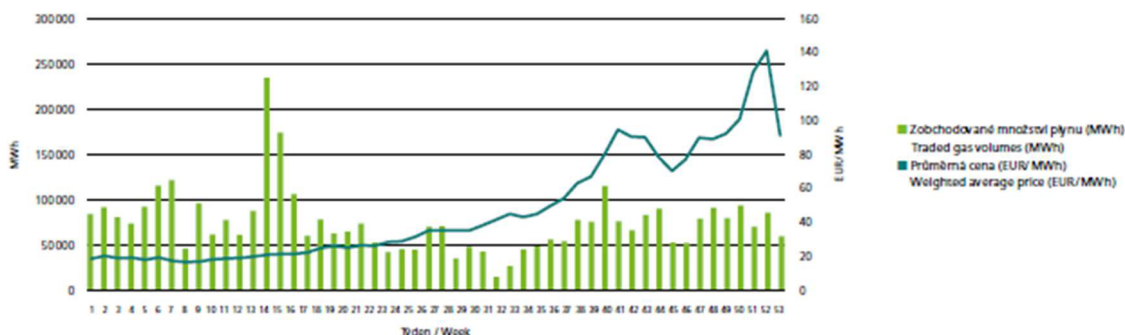
**Zdroj:** [https://www.kurzy.cz/komodity/pxe-zemni-plyn-graf-vyvoje-ceny/?dat\\_field=01.02.&dat\\_field2=26.02.2024](https://www.kurzy.cz/komodity/pxe-zemni-plyn-graf-vyvoje-ceny/?dat_field=01.02.&dat_field2=26.02.2024)

2013

Na začátku roku 2021 velkoobchodní cena plynu na burze se pohybovala okolo 17 EUR za MWh, ale v listopadu 2021 se vyšplhala k 50 EUR za MWh a v prosinci cena vyskočila až na 150 EUR za MWh. Poté spotová cena plynu klesla k 50 EUR za MWh. Dále klesla na 100 EUR za MWh. Od ledna 2022 cena zase postupně rostla k 150 EUR za MWh. Během léta roku 2022 pak ale začala prudce stoupat, v tu dobu spotový trh zažil skok ceny jedné MWh na více než 250 EUR. Od září do prosince 2022 s drobnými výkyvy pak klesla pod 100 EUR za MWh.

Dále průběh průměrné ceny plynu za rok 2021 a 2022 je zobrazen na grafu 5 a grafu 6.

**Graf 5 Množství zobchodovaného plynu a průběh průměrné ceny na vnitrodenním trhu s plynem v jednotlivých týdnech roku 2021**

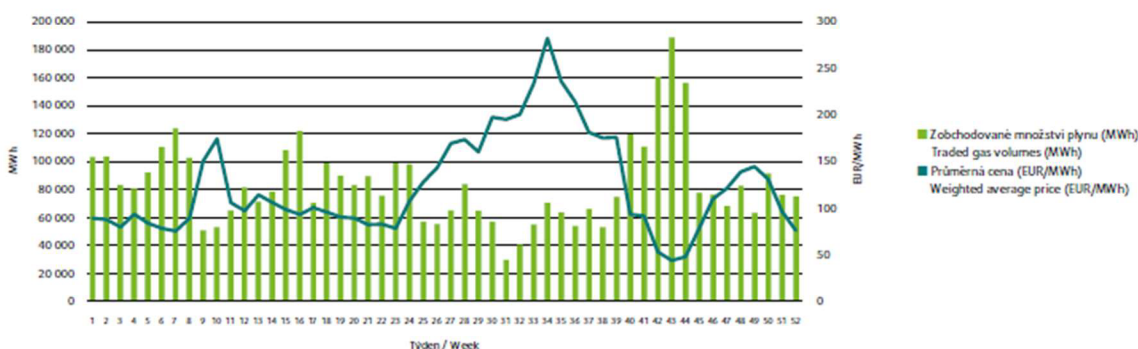


**Zdroj:** (OTE, a. s, 2022, s. 90)

Z grafu 5 vyplívá, jak se vyvíjela situace v roce 2021 na vnitrodenním plynárenském trhu, kde koncem roku maximální vážený průměr cen obchodovaného plynu byl nejvyšší za kalendářní rok a jeho hodnota se v posledním měsíci roce blížila průměrné ceně 145 EUR za MWh.

Velkoobchodní cena plynu u burzovních obchodů z časového průběhu měla od ledna roku 2021 pozvolný růst, a to až do začátku druhé poloviny roku 2021, kdy po pomalém stoupání spotová cena nabrala na akceleraci a do konce roku vytvořila křivku s dvěma výraznými vrcholy. První vrchol měla spotová cena v 41. týdnu, kdy její výše se vyhoupla až k 90 EUR za MWh, poté následoval druhý vrchol, který byl v prosinci a vyhoupl se na 145 EUR za MWh, po které následoval strmý pokles během vánočních svátků.

**Graf 6 Množství zobchodovaného plynu a průběh průměrné ceny na vnitrodenním trhu s plynem v jednotlivých týdnech roku 2022**

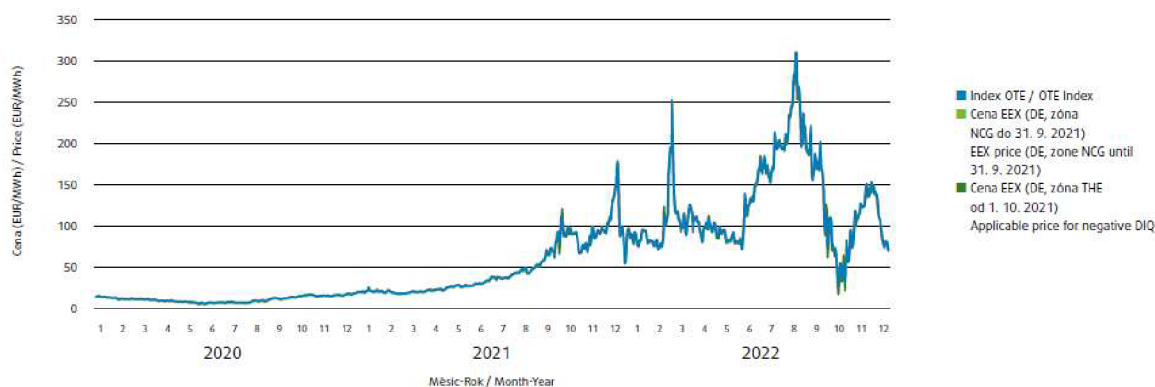


**Zdroj:** (OTE, a. s., 2023, s. 90)

V roce 2022 vážený průměr ceny plynu měl maximální hodnotu v srpnu, kdy podle grafu 6 v 36. týdnu průměrná cena plynu dosáhla hodnoty 275 EUR za MWh (při maximální ceně

obchodu ve výši 320 EUR za MWh dle grafu 4). Naopak v roce 2022 minimální denní vážený průměr cen byl v říjnu a to v 43 týdnu, kdy průměrná cena podle grafu 6 byla kolem 30 EUR za MWh, přičemž u grafu 4 tato hodnota není patrná, ale minimální spotová cena obchodu se blížila k 15 EUR za MWh.

**Graf 7 Vývoj realizovaných cen na burze EEX v letech 2020 až 2022**



**Zdroj:** (OTE, a. s., 2023, s. 62)

Pro dokreslení situace na komoditní burze dle grafu 7 je patrné, že průběh cen plynu registrovaný na spotovém trhu měl po dlouhou dobu mírně klesající či vzrůstající průběh, který se tak projevoval i v roce 2020, kde od půli roku 2020 měl mírně vzrůstající průběh až do první poloviny roku 2021, kdy dochází k enormním nárůstům cen energií. Na velkoobchodních trzích docházelo bezprecedentním nárůstům spotových cen, která překonávala historická maxima. Na grafu 7 zachycený průběh dění na velkoobchodním trhu v plynárenském období měl několik vrcholů u spotových cen, které s vysokou volatilitou vystoupaly od konce roku 2021 do srpna 2022 na maximální hodnotu přesahující 300 EUR za MWh, což bylo astronomických 7 370 Kč za MWh při kurzu, který v roce 2022 pro měsíc srpen měl hodnotu 24,5680 CZK/EUR<sup>3</sup>. Tyto cenové výkyvy byly vyvolány následky, které podle dokumentu (vydaného OTE, a.s. za rok 2022 s názvem „Roční zpráva o trhu s elektřinou a plynem v ČR“) souvisely s několika zásadními událostmi, které se předně pojí s válečným konfliktem na Ukrajině a tím vzniklé geopolitické situace, kdy od února 2022 spotové ceny plynu začaly atakovat hranici 250 EUR za MWh. Dalším výrazným faktorem bylo omezování dodávek plynu ze strany Ruska do Evropy v kombinaci s pozastavením

<sup>3</sup> <https://www.kurzy.cz/kurzy-men/historie/EUR-euro/2022/>

schvalovacího procesu pro zprovoznění Nord Stream II., či zvýšenou poptávkou plynu pro výrobu elektřiny jako náhradu za odstavené jaderné elektrárny v Německu a Francii. Rovněž k předmětným událostem přispěly sabotáže na podmořských plynovodech Nord Stream I. a II, včetně nepříznivého počasí, které se podepsalo do snížené produkce výroby energie z obnovitelných zdrojů využívaných řadou evropských zemí.

Výše uvedený extrémní růst velkoobchodních cen plynu, s pojením s řadou identifikovaných faktorů s dopadem na burzovní trh s energiemi v roce 2022, vedl ke krachu 14 významných dodavatelů, kteří se svou obchodní strategií na energetickém trhu nebyli schopni dodržet své smluvní závazky, které vyplývaly z všeobecných podmínek a uzavřených smluv o sdružených dodávkách plynu. Obchodní strategie na trhu s plynem v ČR dodavatelů (kteří pozbyli schopnost dodávat energie svým zákazníkům) fungovala tak, že tito obchodníci vycházeli z předpokladu, že velkoobchodní ceny realizované na energetické burze budou mít i na dále stabilní a klesající trend, jako za posledních 7 let (jak je patrné z grafu 4), kdy se s drobnými výkyvy spotové ceny dlouhodobě snižovaly. Z hlediska burzovního nákupu plynu pak byla situace po obchodní stránce dlouhodobě stabilní, čímž se mnoho obchodníků zláskalo strategií nenakupovat plyn najednou pro své obchodní závazky na sjednané období a v potřebném množství, ale po částech, kdy nákup k zajištění dodávky plynu na velkoobchodních trzích rozložili do kratších období. Když přišla pocovidová doba s napjatou geopolitickou situací s dopadem na vysoké burzovní ceny, musel najednou obchodník s plynem pro své zákazníky na velkoobchodních trzích nakupovat za výrazně vyšší ceny pro zajištění svých smluvních závazků na maloobchodním trhu, kde prodával plyn svým zákazníkům za standardní produktové ceníky s nižšími cenami sjednanými na smlouvené období, v rámci kterého obchodník garantoval po sjednanou dobu stanovenou výši ceny za dodávku plynu. Tím v mezidobí roku 2021 a 2022 řada obchodníků ve vazbě k sjednanému (produktu za zafixovanou cenu) už nezajistila na burzovním trhu s plynem odpovídající nákup potřebného množství plynu na předmětnou dobu dodávky komodity do odběrného místa jeho zákazníka na maloobchodním trhu s plynem, kde oznámili ukončení dodávek a výkonu podnikatelské činnosti na trhu s plynem.

Bezprecedentní situace na velkoobchodních trzích s energiemi, kde během let 2021 a 2022 ohlásilo pád 14 dodavatelů, z důvodu toho, že nakupovali plyn na velkoobchodních trzích za tehdy aktuální vysoké ceny pro zajištění svých smluvních závazků na maloobchodním trhu. Do roku 2021, když spotové ceny nejen s plynem na velkoobchodních trzích klesaly,

obchodníkům zvolená podnikatelská strategie vycházela, ovšem jen do doby nepříznivých burzovních cen a extrémního zdražování v energetických odvětvích, kde udeřila v podobě energetické krize, kterou dotčení obchodníci nebyli schopni obchodně ustát, neboť nakupovali draž, než prodávali do doběrných míst svým zákazníkům na maloobchodním trhu.

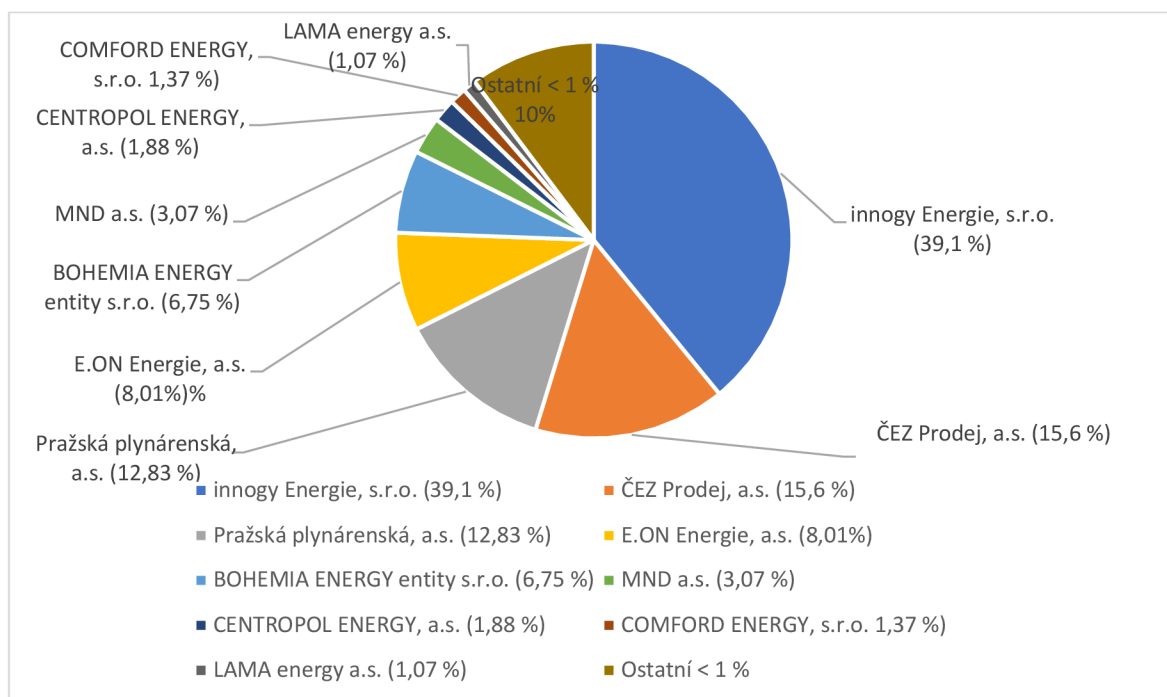
V podstatě do roku 2021 byl maloobchodní trh s plynem v rukách zákazníků, kteří v rámci zavedených tržních principů byli v podmínkách konkurenčního prostředí, kde zákazník v rámci zavedených pravidel trhu s plynem od roku 2007 má volbu k výběru pro něj nejhodnějšího obchodníka, který mu bude za sjednaných smluvních a platebních podmínek zajišťovat (přes regionální distribuční soustavu) dodávku plynu do připojeného odběrného předávacího místa (OPM). V ke konci roku 2021 ČR ERÚ evidoval 2 820 013 OPM připojených k regionální distribučním soustavám, u nichž došlo oproti roku 2020 k poklesu OPM na hodnotu 2 810 894 a meziročně se celkově jednalo 9 119 OPM.

## **2.2 Analýza subjektů na trhu s plynem poskytující plyn pro zákazníky v kategorii domácnost**

Na grafu 8 je pak ilustrována dominance jednotlivých dodavatelů z hlediska počtu získaných OPM v plynárenství v ČR, kde koncentrace trhu se rozkládá v rámci tří regionálních distribučních soustav, které zajišťují distribuci dodávaného plynu do odběrných míst zákazníků.



**Graf 8 Podíl obchodníků na trhu s plynem dle OPM k 1.1.2021**

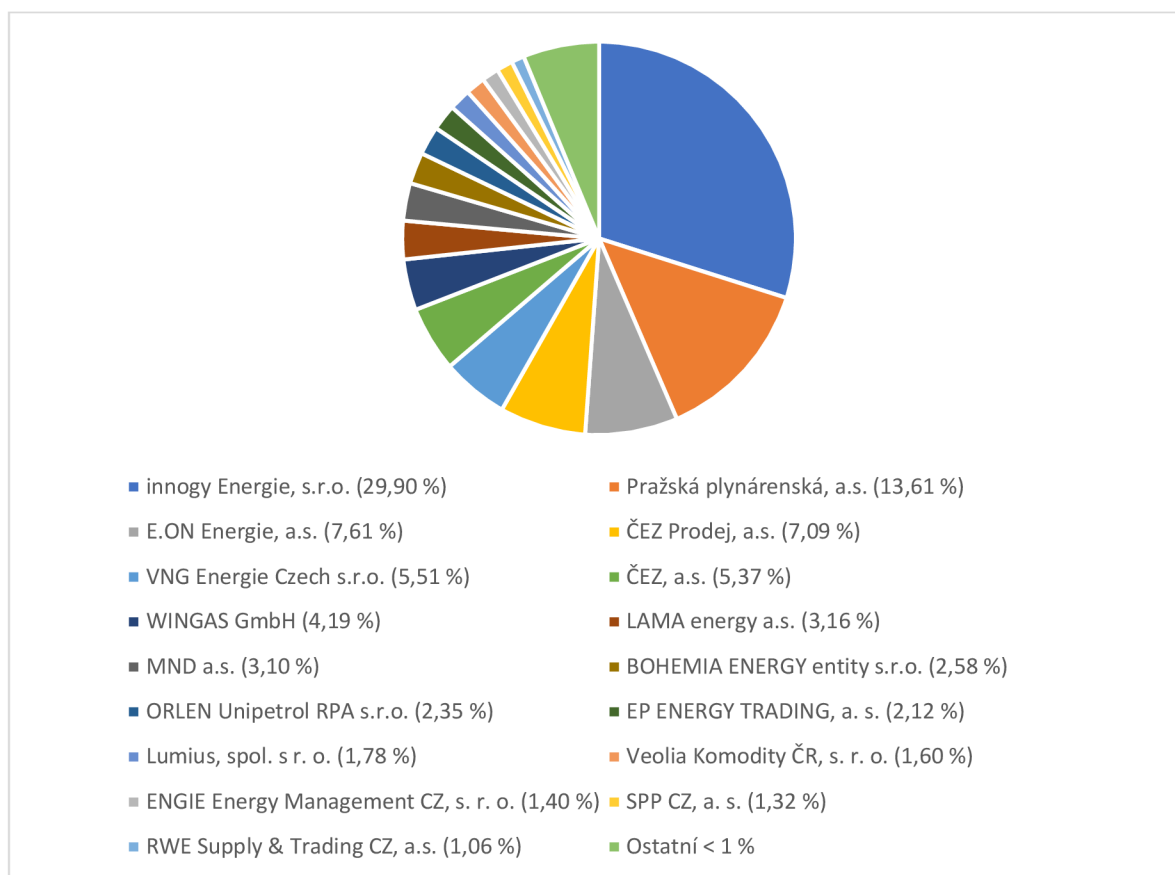


**Zdroj:** (OTE, a. s., 2021, s. 67)

K 1. lednu rok 2021, co do počtu OPM, byla největším dodavatelem plynu společnost innogy Energie, s. r. o., s 39,1 %, následovaná společností ČEZ prodej, a. s., s 15,6 % a společností Pražská plynárenská, a.s. s 12,83 %. Dále na dalším místě na trhu s plynem s necelými 8 % byla E.ON Energie, a.s. (8,01 %), kterou následovala s 6,75 % Bohemia Energy, a. s., a s 3,07 % MND a.s. a další obchodníci, jak je uvedeno v grafu 8.

Neméně důležitým identifikátorem, kterým lze identifikovat míru dominance na maloobchodním trhu, jsou údaje ohledně tržních podílů jednotlivých dodavatelů plynu. Největším dodavatelem plynu za rok 2021 je z pohledu dodaného množství stále společnost innogy Energie, s.r.o., s necelými 30 %, kterou následuje společnost Pražská plynárenská, a.s., s 13,61 % a společností E.ON Energie, a.s., s 7,61 % a také ČEZ Prodej, a.s. s 7,07 %. Podrobnější přehled o zastoupení obchodníků na dodávkách plynu zákazníkům je zobrazen v následujícím grafu 9.

**Graf 9 Podíly dodavatelů na trhu s plynem na dodávkách zákazníkům v roce 2021**



**Zdroj:** (OTE, a. s, 2022, s. 66)

Z tabulky 2 a grafu 3 je patrné, jak v průběhu let 2021 a 2022 se vyvíjela situace na trhu s plynem, v němž, dle výše uvedeného, došlo k extrémním nárůstům cen plynu na světových trzích. V rámci Evropské unie vysoký nárůst cen energií se týkal velkoobchodních cen na energetických burzách v německém Lipsku, kde se uskutečňují kontrakty na burze European Energy Exchange (EEX), jejíž součástí je od roku 2016 energetická burza v Praze pod názvem POWER EXCHANGE CENTRAL EUROPE, a.s. (PXE). Další zřízená energetická burza je ve Vídni v Rakousku s názvem Central European Gas Hub AG (CEGH), která organizuje obdobně jako burza (EEX) energetické trhy ve střední a východní Evropě. Důsledky extrémních výkyvů cen energií na velkoobchodních trzích ve světě, a především v Evropě, vyvolaly situaci hospodářsky vnímanou jako energetickou krizi, která měla v energetických odvětvích v ČR za následek řadu obchodních úpadků dodavatelů energií. Jeden z prvních obchodníků, který počátkem října 2021 ukončil svou činnost v oblasti dodávek plynu, byl menší obchodník, a to společnost EAGLE ENERGY a.s., která dodávala

plyn do 232<sup>4</sup> odběrných míst podle statistik OTE, a.s. Následně svou činnost od 17. října 2021 ukončili dodavatelé energií ze skupiny BOHEMIA ENERGY entity, po kterou spadalo 5 subjektů, kteří v rámci skupiny byly významným uskupením na podílu dodávek plynu ve vztahu k dopočtu odběrných míst a dohromady zaujímali podle statistik OTE, a.s. sjednanu dodávku plynu do 292 328 odběrných míst. Konkrétně skupinu BOHEMIA ENERGY entity tvořili tyto společnosti: BOHEMIA ENERGY entity s.r.o. s 189 579 odběrnými místy, COMFORT ENERGY s.r.o. s 36 229 odběrnými místy, Energie ČS, a.s. s 19 611 odběrnými místy, Europe Easy Energy a.s. s 21 0558 odběrnými místy a X Energie, s.r.o. s 25 851 odběrnými místy. K měsíci září roku 2021 tato skupina podle statistik OTE, a.s. co do počtu odběrných míst byla 3. největším dodavatelem plynu s podílem 6,72 %, před níž byla společnost innogy Energie, s. r. o., s podílem 38,12 % k počtu 1 074 919 odběrných míst, následovaná společností ČEZ prodej, a. s., s podílem 16,13 % k počtu 454 956 odběrných míst a společností Pražská plynárenská, a.s. s podílem 12,54 % k počtu 353 503 odběrných míst<sup>3</sup>.

K pádu skupiny BOHEMIA ENERGY entity se vyjádřil tehdejší vicepremiér a ministr průmyslu a obchodu Karel Havlíček, který prostřednictvím svého resortu dne 13. října 2021 vydal prohlášení, v němž uvedl: „*Je to selhání komerčního subjektu v důsledku spekulací a celoevropského růstu cen energií. Máme pro tyto případy zákonné nástroje, nikdo nepřijde o dodávky energií, všichni přejdou pod dodavatele poslední instance.*“ (Ministerstvem průmyslu a obchodu, 2021).

Poté také ukončilo své aktivity na trhu s plynem řada menších dodavatelů, a v následující tabulce je přehled všech dodavatelů plynu, kteří ukončili činnost na trhu s plynem v ČR v abecedním pořadí:

**Tabulka 4 Přehled dodavatelů plynu s ukončenou činností v plynárenství**

|   | Název dodavatele (řazeno abecedně) v úpadku | Počet OPM |    | Název dodavatele (řazeno abecedně) | Počet OPM |
|---|---|-----------|----|------------------------------------|-----------|
| 1 | A-PLUS Energie obchodní, a.s.               | 151       | 9  | Europe Easy Energy a.s.            | 21 058    |
| 2 | BOHEMIA ENERGY entity s.r.o.                | 189 579   | 10 | Františkovy Energie s.r.o.         | 2 350     |
| 3 | COMFORT ENERGY s.r.o.                       | 36 229    | 11 | Kolibřík energie, a. s.            | 10 441    |

Zdroj: <https://eru.gov.cz/informace-pro-zakazniky-dodavatelu-kteri-ukoncili-cinnost>

<sup>4</sup> <https://www.ote-cr.cz/cs/statistika/mesicni-zprava-plyn/pocty-opm-dodavatelu?date=2021-01-01>

**Tabulka 4 Přehled dodavatelů plynu s ukončenou činností v plynárenství**

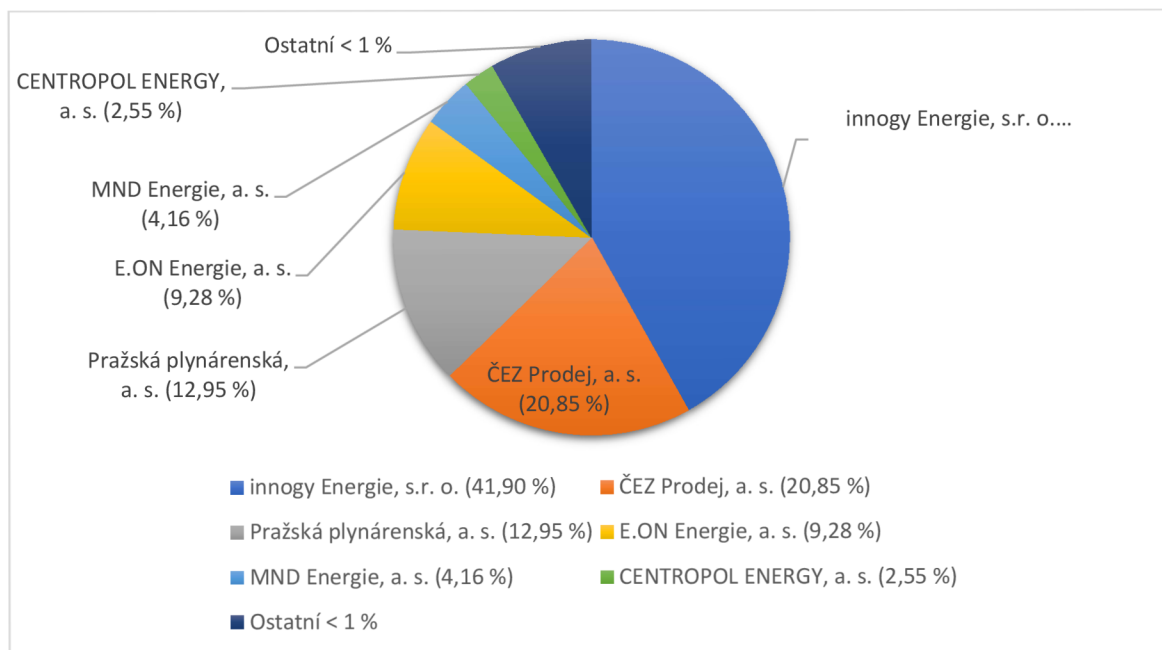
|               |                                  |        |    |                                |                |
|---------------|----------------------------------|--------|----|--------------------------------|----------------|
| 4             | Český Energetický Dodavatel a.s. | 2 933  | 12 | Lumius, spol. s.r.o.           | 1 930          |
| 5             | Czech Energy s.r.o.              | 112    | 13 | První moravská plynární s.r.o. | 262            |
| 6             | EAGLE ENERGY a.s.                | 232    | 14 | Ray Energy a.s.                | 469            |
| 7             | Energie ČS, a.s.                 | 19 611 | 15 | X Energie, s.r.o.              | 25 851         |
| 8             | Energie pro Tebe a.s.            | 336    | 16 | Fosfa a.s.                     | 1 742          |
| <b>Celkem</b> |                                  |        |    |                                | <b>313 286</b> |

**Zdroj:** <https://eru.gov.cz/informace-pro-zakazniky-dodavatelu-kteri-ukoncili-cinnost>

Tabulkou 4 uvedený přehled úpadku dodavatelů plynu, kteří v roce 2021 a 2022 ukončili v ČR činnost, byl enormní z hlediska bezprecedentního celkového počtu postižených zákazníků, neboť celkově úpadek výše uvedených dodavatelů se dotkl na trhu s plynem v ČR podílu 11,11 % s počtem 313 282 odběrných míst připojených zákazníků, kteří spadli do režimu dodavatele poslední instance.

Stav na trhu s plynem po tom, co v druhé polovině roku 2021 a dále v roce 2022 ukončila činnost řada obchodníků je v dalším grafu zachycen stav, kterým se dokumentují rozdělené podíly dodavatelů na počtu odběrných míst k 1. 1. 2023. Největším dodavatelem plynu z hlediska množství získaných OPM byla (jak je uvedeno v grafu 10) společnost innogy Energie s necelými 42 %, následovaná společností ČEZ Prodej, a.s. s 20,85 % a společností Pražská plynárenská s necelými 13 %. Dalšími dodavateli co do počtu OPM se řadí E.ON Energie, a. s. s 9,28 %, MND Energie, a. s. s 4,16 % a hranici podílu nad 1 % ještě překonal obchodník CENTROPOL ENERGY, a. s. s 2,55 %.

**Graf 10 Podíl dodavatelů na počtu předávacích míst k 1. 1. 2023**



**Zdroj:** (OTE, a. s., 2023, s. 68)

### **Profil trhu z pohledu konkurence**

Nejvýznamnější obchodníci na českém trhu v dodávce zemního plynu pro domácnost:

- innogy Energie, s.r.o.
- Pražská plynárenská, a.s.
- ČEZ Prodej, a.s.
- E.ON Energie, a.s.
- MND a.s.

Na internetových stránkách dalších obchodníků (tj. VNG Energie Czech s.r.o., WINGAS GmbH, ENGIE Energy Management CZ s.r.o., a ČEZ, a.s.) je uvedeno, že se soustředí na dodávky zemního plynu pro zákazníky vykonávající podnikatelskou činnost a pro právnické osoby. Obchodní vztahy těchto obchodníků na trhu s plynem tak necílí na zákazníky, kteří jsou předmětem této diplomové práce, jež má cílit jen na skupiny zákazníků v domácnosti.

### 2.2.1 Innogy Energie, s.r.o.

Na internetových stránkách<sup>5</sup> obchodníka innogy Energie, s.r.o. se uvádí reklamní sdělení s textovým zněním: „Výrazně snižujeme ceny plynu i elektřiny. K nové smlouvě nyní i opravy spotřebičů zdarma“. Dále v sekci „DOMÁCNOST“ se v položce „Plyn“ na webových stránkách je obchodníkem nabízen „Kalkulátor nabídky plynu“, dle něhož po zadání požadovaných kritérií si zákazník může vypočítat předpokládanou nabídku při odběru plynu od předemného obchodníka. Zákazníkovi po zadání požadovaných kritérií, tj. uvedení „PSC“, zaškrtnutí „Byt“ nebo „Dům“, a výše roční odhadované nebo předpokládané spotřeby v MWh, kWh nebo m<sup>3</sup>) se zobrazí obchodníkem nabízené ceníky produktový řad. Dále je možné uzavřít smlouvu (na dobu určitou nebo neurčitou) v prostorách obvyklých k podnikání obchodníka na 42 pobočkách zřízených, a pro zákazníka přístupných ve větších městech na území ČR a případně také mimo obchodní prostory obchodníka.

K nabídce sjednání závazku na dodávku plynu dle ceny produktu je návštěvník internetových stránek (pod kalkulátorem nabídky plynu) informován textem, že jako zákazník innogy navíc může získat 3 zákaznické benefity, které jsou označeny jako „innosvět“, „innogy Premium“ a „innogy Karta“.

### 2.2.2 Pražská plynárenská, a.s.

Na internetových stránkách obchodníka Pražská plynárenská, a.s.<sup>6</sup> v sekci „Domácnost a maloodběr“ v položce „Plyn“ se uvádí reklamní sdělení „Zlevňujeme nejrychleji na trhu“ včetně k ní doplňující informace, podle níž jde o spolehlivé dodávky plynu, vstřícné jednání na pobočkách i nadstandardní služby bez nesmyslných poplatků. Bonus až 2500 za sjednání nové smlouvy online.“. Dále na této stránce obchodník pod uvedenými informacemi vyzývá čtenáře „Ušetřete s námi za odběr plynu“. Vedle uvedeného textu je k objednávkovému formuláři uvedena doprovodná informace označená jako „Postaráme se o Vás a připravíme nabídku na míru“, dle které zákazník zadá své jméno a kontaktní údaje. Také na internetové stránce v sekci „Domácnost a maloodběr“ v položce „Plyn“ je k dispozici kalkulačka úspor u níž je uvedeno „Spočítat zálohu“ a „Spočítejte si, jakou cenu budete mít u nás.“ Po zadání požadovaných kritérií si zákazník může vypočítat předpokládanou úsporu při odběru energie

---

<sup>5</sup> <https://www.innogy.cz/plyn/>

<sup>6</sup> <https://www.ppas.cz/>

od obchodníka Pražská plynárenská, a.s. Zákazník, po zadání „Domácnost“, vyplnění výše roční odhadované nebo předpokládané spotřeby (v MWh nebo m<sup>3</sup>), vč. uvedení místa odběru plynu dle mapy českých samosprávných krajů má k dispozici produktové řady, které jsou zobrazeny pod názvy: „FIX NA 2 ROKY“, „PRO SENIORY A ZTP/P“, „SLEVA 11%“, „FIX NA ROK“ a „STANDARD“.

Všech 5 produktových řad (pro komoditu zemní plyn) je nabízeno široké veřejnosti v kategorii domácnost a malooběr. Jen u produktu „PRO SENIORY A ZTP/P“ (kde se smlouva sjednává na dobu neurčitou) si obchodník stanovil podmínku pro uzavření závazku dodat plyn zákazníkovi, jenž je osobou starší 65 let nebo držitelem průkazu ZTP/P.

Dále je možné mj. smlouvu uzavřít v prostorách obvyklých k podnikání u obchodníka na 2 pražských pobočkách zřízených pro zákazníka a případně také mimo obchodní prostory obchodníka prostřednictvím obchodních zástupců v jednotlivých krajích, kteří zákazníka po domluvě osobně navštíví.

K nabídce sjednání závazku na dodávku plynu dle ceníku je návštěvník v sekci „Zákaznická výhoda od Pražské plynárenské“ informován textem, že jako zákazník může získat mj. služby výhod, které jsou označeny jako „Úhrada opravy plynového nebo elektrického spotřebiče do částky 3000 Kč“, „Příspěvek na montáž kotle, FVE nebo tepelného čerpadla ve výši 10 000 Kč“ a „Výměna plynových topidel Gamat s výhodou pro zákazníky PP a.s.“.

### **2.2.3 ČEZ Prodej, a.s.**

Na internetových stránkách<sup>7</sup> obchodníka ČEZ Prodej, a.s. v úvodu sekce „Domácnosti“ v položce „plyn“ se uvádí „Opět jsme snížili cenu elektřiny a plynu“, kde jsou nabízeny 3 produkty „1. rok fixace“, „2. rok fixace“, a „3. rok fixace“, k nimž potenciální zákazníci mohou využít kontaktního formuláře, ke kterému je také připojen text „Nechte nám na sebe kontakt“. Prostřednictvím tohoto formuláře zákazník požádá (po zadání jména a telefonního čísla kontaktu), aby jej obchodník telefonicky kontaktoval k učinění nabídky ceny za dodávku plynu. Dále na internetových stránkách v rámci sekce „Domácnosti“ v položce „Plyn“ obchodník zákazníka informuje o cenách v jednotlivých produktových řadách na sjednávanou dobu a dále sděluje doprovodné sdělení: „Chcete mít jistotu? Přejděte na náš tarif s dlouhou fixací a nejlevnější cenou na trhu“. Hned vedle je dále obchodníkem

---

<sup>7</sup> <https://www.cez.cz/>

avizována dlouhodobá garance vč. textové informace: „Ceníky elektřiny a plynu s 3 letou fixací ceny při sjednání smlouvy online. U těchto tarifů vám cena každých 12 měsíců klesne.“

Zákazník v části „kompletní ceníky produktů najdete zde“ má v nabídce 7 produktových řad. Ty (v rámci distribučního území GasNet) jsou zobrazeny pod názvy: „Plyn bez fixace ceny“, „Plyn s fixací ceny“, „Plyn – klesající na 3 roky“, „Plyn – klesající na 2 roky“, „Plyn na 1 rok“, „Plyn na 1 rok v kaci“ a „Plyn pro ZTP“. Všechny 7 produktových řad pro komoditu zemní plyn jsou nabízeny široké veřejnosti v kategorii domácnost. Jen u produktu „Plyn pro ZTP“ si obchodník stanovil podmínku pro uzavření závazku dodat plyn zákazníkovi, jenž je držitelem průkazu ZTP/P.

Dále je možné mj. smlouvu uzavřít v prostorách obvyklých k podnikání obchodníka na 92 pobočkách zřízených většinou v prostorách pošt pro zákazníka a případně také mimo obchodní prostory obchodníka prostřednictvím obchodních zástupců v jednotlivých krajích, kteří zákazníka po domluvě osobně navštíví.

K nabídce sjednání závazku na dodávku plynu dle cen nabízených produktů je také návštěvník internetových stránek informován textem, že jako zákazník ČEZ Prodej, a.s. může využít řadu cenově zvýhodněných služeb. Např. v rámci nabídky „ČEZ SERVIS VYTÁPĚNÍ“, prostřednictvím které má zákazník obchodníkem zařízenou komplexní službu v podobě jednorázové kontroly plynového kotle a kontroly spalinových cest v jeden den, včetně doplňkové služby pro zdroje s nonstop linkou pro zajištění oprav.

Vedle kontroly a servisu kotlů může zákazník dále pořídit službu zahrnující pojištění různých událostí pojmenovanou jako „ČEZ ASISTENT“ a „ČEZ BEZ STAROSTI“.

#### **2.2.4 E.ON Energie, a.s.**

Na internetových stránkách<sup>8</sup> obchodníka E.ON Energie a.s. v úvodu sekce „Domácnosti“ mohou potenciální zákazníci využít objednávkového formuláře, ve kterém je mj. uvedeno „K online smlouvě bonus až 4 000 Kč“. Prostřednictvím tohoto formuláře je obchodníkem nabízen „Kalkulátor nabídky plynu“, dle něhož po zadání požadovaných kritérií si zákazník může vypočítat předpokládanou nabídku při odběru plynu od předmětného obchodníka. Zákazníkovi po zadání požadovaných kritérií (uvedení „PSC“, zaškrtnutí „Byt“ nebo

---

<sup>8</sup> <https://www.eon.cz/domacnosti/>



„Dům“, a výše roční odhadované nebo předpokládané spotřeby v MWh, kWh nebo m<sup>3</sup>) se zobrazí obchodníkem nabízené ceníky 3 produktový řad, které jsou nazvány jako: „Variant PRO na 2 roky“ „Variant PRO na 1 rok“ a „Moje cena pod kontrolou“. Všechny produktové řady s jednotkovou cenou za odebraný plyn a měsíčním stálým platem za odběrné místo jsou pro komoditu zemní plyn nabízeny široké veřejnosti z řad kategorie domácnost.

Dále na internetových stránkách v rámci sekce „Domácnosti“ v položce „Plyn“ obchodník informuje, že „Staráme se o teplo vašeho domova“ a dále sděluje doprovodné sdělení „Náš plyn není jen nepřetržitá dodávka, ale také bezvadný servis, obsluha online nebo kontrola spalinových cest“. Také na této stránce pod uvedeným oznámením jsou další dvě reklamní pole vč. textu „Benefity našeho plynu“. K nabídce sjednání závazku na dodávku plynu je návštěvník internetových stránek informován textem, že jako zákazník E.ON Energie, a.s. může využít řadu služeb výhod, kterými lze jednak zajistit kompletní kontroly plynového kotle (s měřením emisí), čištění spalinových cest (i s kontrolou součástek, které se při provozu opotřebovávají), včetně služeb v podobě připomínky termínu provedení kontroly kotle a také nonstop linky. Dále je možné uzavřít smlouvu (na dobu určitou nebo neurčitou) v prostorách obvyklých k podnikání obchodníka na 27 zřízených pobočkách a pro zákazníka přístupných ve větších městech na území ČR a případně také mimo obchodní prostory obchodníka.

### **2.2.5 MND a.s.**

Na internetových stránkách<sup>9</sup> obchodníka MND a.s. se v úvodu uvádí „Zajistěte si výhodné ceny energií od stabilního dodavatele“, kde je dále sdělení „Nyní nižší měsíční platby za online sjednání ceníku s fixací“, po němž mohou potencionální zákazníci využít kontaktního formuláře „Přejít k MND“, ke kterému je také připojen text „s fixací“ a „s garancí“. Dále na této stránce po uvedeném sdělení je obchodníkem nabízen kalkulátor označený jako „Spočítejte si platby“, dle něhož po zadání požadovaných kritérií si zákazník může vypočítat předpokládanou nabídku při odběru plynu od předmětného obchodníka. Zákazníkovi po zadání požadovaných kritérií, tj. uvedení „PSC“, zaškrtnutí „Byt“ nebo „Dům“, a výše roční odhadované nebo předpokládané spotřeby (v MWh, kWh

---

<sup>9</sup> <https://www.mnd.cz/>

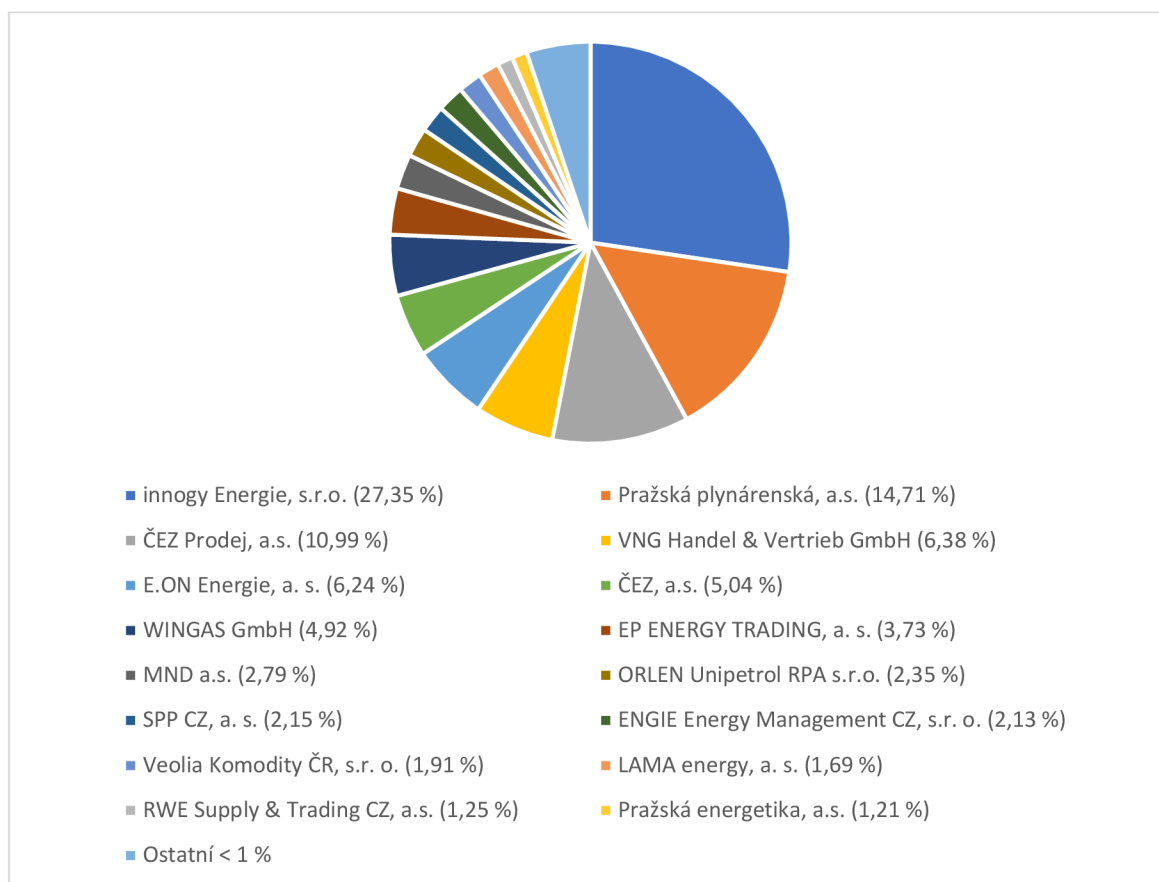
nebo m<sup>3</sup>) se zobrazí ceník obchodníkem nabízený, který je nazván jako: „Plyn z první ruky - Ceník Jaro 26 Online“. Produkt s jednotkovou cenou za odebraný plyn a měsíčním stálým platem za odběrné místo je pro komoditu zemní plyn nabízený široké veřejnosti. Zákazníci si vedle tohoto produktu mohou vybrat ještě dalších 6 produktových řad, které jsou zveřejněné na internetových stránkách obchodníka pod položkou „Dokumenty a ceníky ke stažení“.

V rámci internetových stránek mohou potenciální zákazníci také využít objednávkového formuláře, ve kterém je mj. uvedeno „Zanechte nám kontakt. Ozveme se vám a zašleme zdarma nezávaznou nabídku“. Prostřednictvím tohoto formuláře zákazník požádá (po zadání telefonního čísla kontaktu), aby jej obchodník telefonicky kontaktoval k učinění nabídky ceny za dodávku plynu. Pod objednávkovým formulářem se dále textem uvádí, že „MND nabízejí energie s online slevou až 1200 za rok“. U tohoto obchodníka není možné smlouvu uzavřít v prostorách obvyklých k podnikání obchodníka, tj. nemá zřízené pobočky pro zákazníka. Dále na internetových stránkách pro Domácnosti k položce „Plyn“ obchodník informuje, že s MND může zákazník získat, jak fotovoltaiickou elektrárnu, tak výkonné a tiché tepelné čerpadlo se zárukou českého výrobce.

### **2.3 Porovnání nejvýznamnějších obchodníků na českém plynárenském trhu**

Významným identifikátorem, kterým lze identifikovat míru dominance na maloobchodním trhu, jsou údaje ohledně tržních podílů jednotlivých dodavatelů plynu. Největším dodavatelem plynu za rok 2022 z pohledu dodaného množství zobrazeno je ve grafu 11, z něhož vyplývá, že jedničkou z pohledu objemu dodávek plynu je společnost innogy Energie, s.r.o., s 27,35 %, následovaná společností Pražská plynárenská, a.s., s 14,71 % a společností ČEZ Prodej, a.s. s necelými 11 %, a dalšími 11 obchodníky, které ustály na trhu s plynem situaci od října roku 2021, jenž je vnímána jako dobou, kdy se naplno projevila energetická krize.

**Graf 11 Podíl dodavatelů na dodávkách plynu v ČR za rok 2022**



**Zdroj:** (OTE, a. s., 2023, s. 68)

Všichni pak výše uvedení obchodníci při nabídce a prodeji sdružených služeb dodávky plynu poskytují informace zákazníkům tak, aby měli možnost seznámit se s konečnou cenou před sjednáním příslušné smlouvy o sdružených službách dodávky plynu. Rovněž zákazníci při nabídce a prodeji sdružených služeb dodávky plynu mohou uzavírat smlouvy pro všechny aktuálně nabízené produktové řady jednak distančním způsobem, a to buď korespondenčně či internetu pomocí prostředků elektronické komunikace, anebo je možné smlouvu uzavřít v prostorách obvyklých k podnikání obchodníka.

## 3 Výsledky z výzkumného problému

### 3.1 Vlastní práce

V rámci kvantitativního výzkumu byla zkoumána problematika identifikovaných jednotek zákazníků, kterými jsou domácnosti na trhu s plynem.

V jakékoli oblasti nákupního chování zákazníků můžeme pozorovat, že na nakupujícího zákazníka nejvíce působí faktory, které sám ovlivní pouze v malé míře. Proto v dotazníku respondenti odpovídají na otázky, které by měly odhalit chování zákazníka, jaké vlivy při rozhodování na něj působí a jak moc se shodují představy zákazníků s nabídkami prodejců při kontaktu ve vazbě na učiněnou nabídku produktu za dodávku plynu.

Stanovení výzkumného problému bylo uskutečněno na základě teoretických podkladů, které byly soustředěny z literární rešerše z teorie k energetickému trhu.

Tento problém byl stanoven jako: **Lidé v domácnostech se sami příliš neinformují o aktuálních cenových produktech nabízených dodavateli na trhu s plynem.**

V rámci strukturalizace problému byly naformulovány k řešení problematice výzkumné hypotézy, které následně identifikovaly podstatné vztahy mezi existujícími proměnnými (znaky), kdy se zejména hledaly identifikační znaky (tj. sociodemografické parametry jednotky – domácnosti), vč. sledovaných znaků, ve vazbě na předmět výzkumu a formulace pracovních hypotéz.

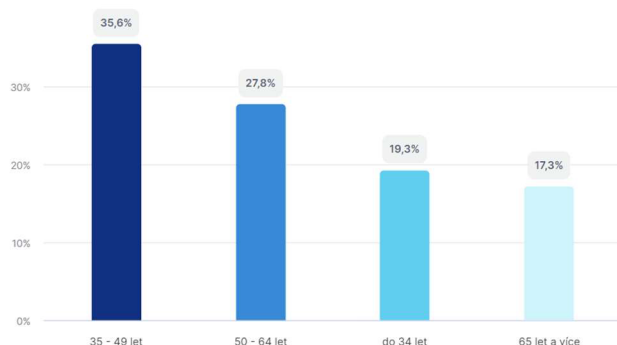
#### 3.1.1 Výsledky dotazníkového šetření

Výsledky dotazníkového šetření byly exportovány přímo na webové stránce Survio, jenž je dotazníkovou platformou, která má v sobě implementovány nástroje pro analýzu dat z dotazníku a následně zpracovává výsledky z výzkumu do grafické podoby s uvedením četností, které byly výsledkem získaných hodnot.

Do výzkumu se od 2. února 2024 do 3. března 2024 zapojilo 410 respondentů, kteří vyplňovali dotazník na adrese: <https://www.survio.com/survey/d/V5O7Q0T9N3G4B9A3S>. Protože jediným kritériem bylo, že respondent musí být zároveň platícím zákazníkem za dodávku plynu, tím se okruh respondentů zúžil na validní soubor 388 cílových jednotek pro předmět výzkumu, které byly identifikovány, že jsou zástupci, kteří jsou svou platební činností (v rámci své domácnosti) zákazníky na trhu s plynem.

Výsledky jsou prezentovány prostřednictvím grafů a slovního popisu, který interpretuje zvolený kvantitativní postup výzkumu, kterým se analyzovaly data, jež byla shromážděna od souboru respondentů v dosti velkém počtu pro zajištění reprezentativnosti dosažených výsledků.

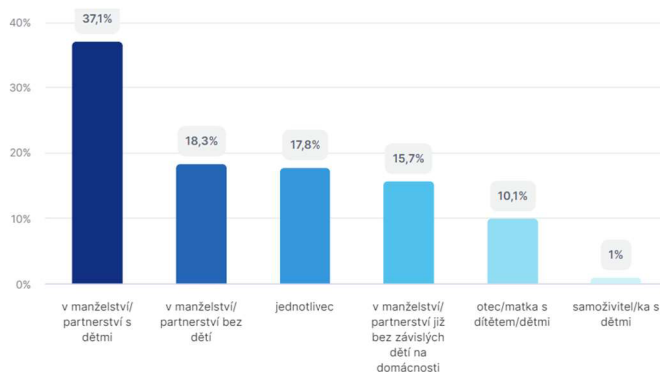
**Graf 12 Věk osoby – plátce plynu za domácnost**



**Zdroj:** Vlastní zpracování

Z grafu je vidět, že z celkového počtu respondentů jich nejvíce 35,6 % odpovědělo ve věku 35-49 let. Druhou nejpočetnější skupinou s 27,8 % byli respondenti ve věku 50-64 let, za kterou následovala s 19,3 % věková skupina do 34 let. Zbýlých 17,3 % respondentů odpovídá skupině 65 let a více. Z grafu je vyjádřeno poměrně dobré věkové zastoupení zajištění poměrně dobrého reprezentativního vzorku, když jsou všechny skupiny zastoupeny od 15 % do 36 %.

**Graf 13 Struktura domácností**

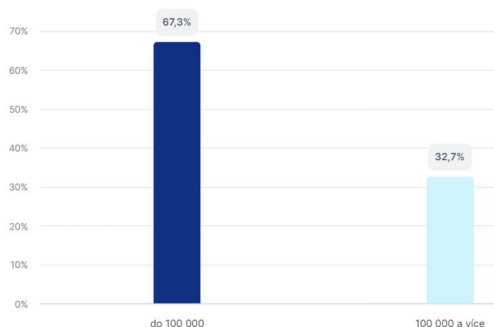


**Zdroj:** Vlastní zpracování

Z hlediska složení domácností jsou nejpočetnější skupinou (37,1 %) domácnosti, zahrnující úplné rodiny s dětmi. Druhou nejpočetnější skupinou (18,3 %) jsou úplné rodiny (tj. domácnosti se dvěma dospělými členy v mladším věku), za kterou se řadí s mírným rozdílem (17,8 %)

jednotlivci, kteří od seniorského věku pocítují největší zátěž z nákladů na bydlení. Další skupinou jsou respondenti (15,7 %) zahrnující starší úplné rodiny a již bez závislých dětí. Čtvrtou zastoupenou skupinou, podílející se hodnotou (10,1 %) na celkovém součtu, byly zaznamenány neúplné rodiny se závislými dětmi (a s vyživovacími povinnostmi obou rodičů). Poslední skupinou (s 1 %) jsou domácnosti (s objektivně horšími finančními možnostmi), s jedním dospělým (jakožto samoživitelem) a závislými dětmi.

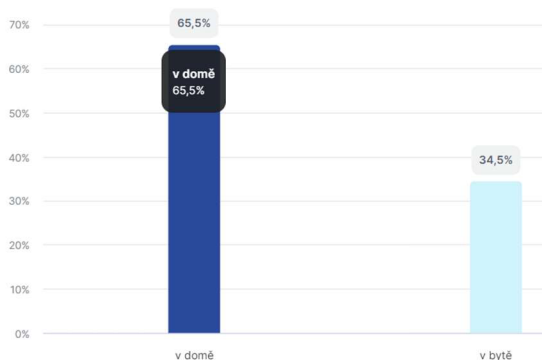
**Graf 14 Rozložení domácností podle velikostních skupiny obcí k počtu obyvatel**



**Zdroj:** Vlastní zpracování

Průzkumu se zúčastnilo více respondentů (67,3 %), co žije v obcích do 100 000 obyvatel. Těch, co žije ve velkoměstech nad 100 000 obyvatel byla necelá třetina respondentů (32,7 %)

**Graf 15 Druh nemovitosti, pro kterou domácnost odebírá plyn**



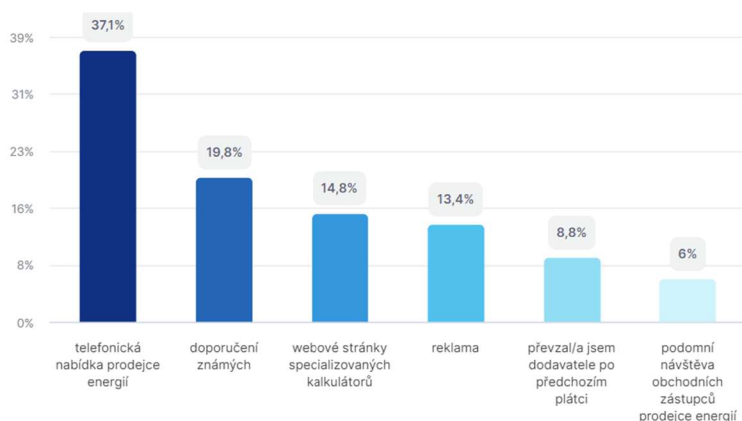
**Zdroj:** Vlastní zpracování

Více respondentů bydlí v rodinném domě (65,5 %) než bytě (34,5 %), což je podobný poměr relativní četnosti, který se týká velikostní kategorie obcí, kde ve velkoměstech žije třetina obyvatel a v ostatních obcích a městech (kde je počet obyvatel nižší než 100 000) žije kolem dvou třetin všech respondentů tohoto průzkumu.

## 3.2 Interpretace výsledků dotazníkového šetření a diskuse

V rovině samotného předmětu zákaznického výzkumu byla provedena operacionalizace, kterou se dosáhlo sestavení konkrétních kroků k testování pracovních hypotéz. Tyto hypotézy proměnily do konkrétní podoby problematiku, která se strukturovala na složky otázek do konečné podoby dotazníku a vypracovaných otázek ve vazbě na souhrn sledovaných znaků.

**Graf 16 Důležitost faktorů dle zákazníka**



**Zdroj:** Vlastní zpracování

Podle grafu 16 z celkového počtu respondentů jich nejvíce 37 % odpovědělo, že k výběru svého současného dodavatele plynu předcházela telefonická nabídka obchodního zástupce, která byla stěžejní událostí pro jejich rozhodnutí. Dále je vidět, že s odstupem (cca 18 %) pak druhou nejpočetnější skupinou s 20 % byli respondenti, co dali na doporučení známých. Poté s mírným odstupem s 15 % byli respondenti, kteří k výběru svého současného dodavatele plynu využili webové stránky. Dále 13 % respondentů oslovila reklama. 6 % respondentů se rozhodlo v případech podomního prodeje za přítomnosti obchodního zástupce. Zbýlých 9 % odpovídajících svého dodavatele nehledala, ale převzala jej po předchozím plátcí a uživateli domácnosti.

### 3.2.1 První hypotéza

Na první pracovní hypotézu „**Pro domácnosti napříč věkem je složité posoudit výhodnost nabídek, kterým v předkládané struktuře nerozumí**“ byla formulována v dotazníku

otázka pod č. 6 s textem: „Uved'te na základě vlastních zkušeností, do jaké míry souhlasíte s následujícími tvrzeními:“ k níž se mohl respondent vyjádřit k položce „Předkládané nabídky cen za dodávku plynu jsou jasné“. (s ohledem na jeho osobní zkušenost na plynárenském trhu), zda „určitě ano“, či „spíš ano“, nebo „spíš ne“, či „určitě ne“.

V tabulce 5 je kontingenční tabulka získaných absolutních četností k položené otázce.

**Tabulka 5 Kontingenční tabulka absolutních četností**

| Věk               | určitě ano | spíš ano | spíš ne | určitě ne | (n <sub>i</sub> ) |
|-------------------|------------|----------|---------|-----------|-------------------|
| do 34             | 15         | 33       | 26      | 2         | 76                |
| 35 - 49           | 59         | 46       | 29      | 4         | 138               |
| 50 - 64           | 21         | 50       | 32      | 5         | 108               |
| 65 a více         | 15         | 14       | 32      | 6         | 67                |
| (n <sub>j</sub> ) | 110        | 143      | 119     | 17        | 388               |

**Zdroj:** Vlastní zpracování

V tabulce 5 jsou soustředěná data, která v obou krajních sloupcích „určitě ano“ a „určitě ne“, mají některé absolutní četnosti dokonce menší než 5. Z praktických důvodů pro lepší přehlednost dosažených výsledků byla použita hrubší stupňovitá škála, pro hodnoty, které jsou v tabulce 6 vyjádřeny absolutní řádkové četnosti.

**Tabulka 6 Kontingenční tabulka absolutních četností**

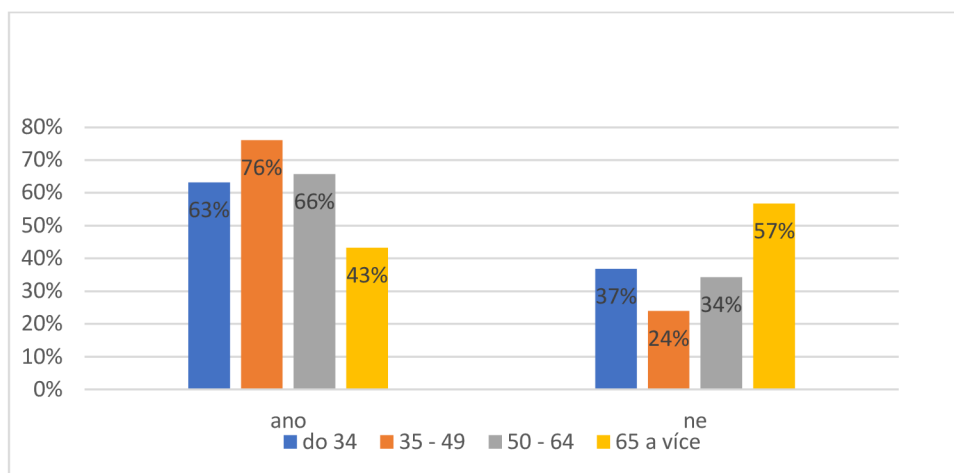
|                   | ano | ne  | (n <sub>i</sub> ) |
|-------------------|-----|-----|-------------------|
| do 34             | 48  | 28  | 76                |
| 35 - 49           | 104 | 33  | 137               |
| 50 - 64           | 71  | 37  | 108               |
| 65 a více         | 29  | 38  | 67                |
| (n <sub>j</sub> ) | 252 | 136 | 388               |

**Zdroj:** Vlastní zpracování

V tabulce 6 byla soustředěná data převedena do relativní četností a následně pak do grafu 17.



**Graf 17 Porozumění obsahu nabídek podle věku**



**Zdroj:** Vlastní zpracování

Z grafu 17 je lépe viditelné, že v předkládaných nabídkách produktů se nejlépe orientuje (76 %) věková kategorie 35 – 49, kterou následuje věková kategorie 50 – 60 a věková kategorie do 34 let. Obě věkové skupiny byly docela vyrovnané v kladných odpovědích. Z respondentů se na posledním místě umístila věková skupina lidí nad 65 let, z jejichž kladných odpovědí vyplývá, že předkládaným nabídkám rozumí 43 %.

Na základě dotazování bylo k první hypotéze zjištěno, že ve všech věkových skupinách zákazníků existuje významný podíl těch, co má potíže porozumět. V dané věci tak fakticky více jak polovina lidí ve věkové kategorii nad 65 let předkládaným nabídkám od zástupců dodavatelů plynu nerozumí, přičemž jim nerozumí další necelá třetina všech ostatních zákazníků, jenž pro realizaci odběru plynu mají uzavřeny smlouvy, včetně cenových podmínek u obchodníků, jejichž obchodní nabídky k zákazníkům mohou být individuální. První hypotéza byla respondenty potvrzena.

V dané věci jsou to především důvěřiví senioři, kteří se ze dvou třetin neorientují v obchodní problematice a tím se spíše ubírají k pasivitě z hlediska vyhledávání výhodnějších obchodních nabídek pro účely změny dodavatele. Každý obchodník může při poskytování dodávkových služeb postupovat dle svého uvážení a nabízet různé typy ceníkových produktů s libovolně nastavenou výší záloh a k nim nabízeným obchodním produktům. Dodavatel plynu se zákazníkem vždy sjednává cenu za dodávku, která má vždy dvě složky. První v podobě ceny v Kč/MWh za dodávku plynu a druhou pak složku zahrnující stálou měsíční platbu v Kč účtovanou za odběrné místo. Taková nabízená ceníková dvousložková cena nebude pro zákazníka snadno porovnatelná, neboť jemu v odběrném místě plynoměrem

měřena spotřeba v objemových jednotkách v m<sup>3</sup>, přičemž na začátku obchodního vztahu sjednává cenu plynu v Kč/MWh a složku ceny v Kč účtovanou za odběrné místo.

Při sestavení této hypotézy byl východiskem samotný způsob, kterým dochází k realizaci prodeje plynu v odběrném místě zákazníka, s nímž je dodavatel plynu vždy v soukromoprávním vztahu, tj. vztahu dvou subjektů v rovném postavení, v němž jsou vzájemná práva a povinnosti včetně ceny plynu (a dalších regulovaných poplatků za poskytnuté služby) předmětem dohody, resp. jsou sjednány prostřednictvím uzavřených smluv s obsáhlými všeobecnými obchodními podmínkami, kterými se obchodník s plynem zavazuje za dohodnutou cenu dodávat plyn a zákazník se zavazuje zaplatit cenu za dodávku plynu a za související služby. V dané věci pak dodatel musí dodávku plynu (ve smyslu energetického zákona) sjednat a po zúčtovacím období také vyúčtovat. Zpravidla je několikastránkové a plně různých informací, které se týkají nejen komoditní složky plynu, ale i dalších obchodních položek.

V dalším kroku se ze získaných dat provede přepočítání empirických četností (pozorovaných) do očekávaných (teoretických).

Hodnota očekávaných četností se počítá pro každé políčko kontingenční tabulky podle následujícího vzorce:

$$n'_{ij} = \frac{n_i \cdot n_j}{n}$$

**Zdroj:** (Foret, 2012, s. 85)

V tabulce 7 jsou pak uvedeny příslušné očekávané četnosti vypočtené pomocí čtvercové kontingence a na základě marginálních četností z tabulky 6.

**Tabulka 7 Přehled očekávaných četností**

|                   | ano | ne  | (n <sub>i</sub> ) |
|-------------------|-----|-----|-------------------|
| do 34             | 49  | 27  | 76                |
| 35 - 49           | 89  | 48  | 137               |
| 50 - 64           | 70  | 38  | 108               |
| 65 a více         | 44  | 23  | 67                |
| (n <sub>j</sub> ) | 252 | 136 | 388               |

**Zdroj:** Vlastní zpracování

Z obecné definice pro nulovou hypotézu, je dáno, že mezi řádkovými a sloupcovými proměnnými neexistuje žádná souvislost, přičemž u alternativní hypotézy se existence nějakého vztahu předpokládá. V rámci této obecné definice byla stanovena nulová hypotéza pro vyvození odpovědi na výzkumnou otázku. Pro nulovou hypotézu se tvrdí, že porozumění konceptu nabídek dodavatelů se nemění s věkem zákazníků.

Pro otestování nulové hypotézy výpočet testové statistiky  $\chi^2$  byly dosazeny hodnoty z tabulek absolutních (empirických) a očekávaných četností do vztahu k výpočtu četností v jednotlivých polích tabulky.

$$\chi^2 = \sum_{i=1}^k \sum_{j=1}^l \frac{(n_{ij} - n'_{ij})^2}{n'_{ij}}$$

**Zdroj:** (Foret, 2012, s. 86)

V kontextu uvedené definice pro nulovou hypotézu je tvrzeno, že porozumění konceptu nabídek dodavatelů se nemění s věkem zákazník. Testování nulové hypotézy byla aplikována čtvercová kontingence, dle následujícího výpočtu:

$$\chi^2 = \frac{(48-49)^2}{49} + \frac{(28-27)^2}{27} + \frac{(104-99)^2}{89} + \frac{(33-48)^2}{48} + \frac{(71-70)^2}{70} + \frac{(37-38)^2}{38} + \frac{(29-44)^2}{44} + \frac{(38-23)^2}{23} = 21,185$$

Z tabulek je zřejmé, že všechny očekávané četnosti jsou vyšší než 5, tím lze pro účely testování nezávislosti, a tak pro ověření hypotézy, použít (tzv. Pearsonův) chí-kvadrát test. Výsledkem byla hodnota  $\chi^2=21,185$ . Ta se dále srovnávala s kritickou hodnotou rozdělení, která má na zvolené významnosti ( $\alpha = 5 \%$ , tj. běžně stanovované v případech sociálně-ekonomických jevů) tabulkový<sup>10</sup> kvantil  $\chi^2_{(3)}(0,95) = 7,81$ . Uvedená kritická hodnota byla odečtena se třemi stupni volnosti dle vztahu  $(r - 1)(c - 1) = (2 - 1)(4 - 1)$  a to na hladině zvolené významnosti  $\alpha = 5 \%$ .

Za pomoci vypočítaného testovacího kritérium  $\chi^2$  (chi-kvadrat) na hladině zvolené významnosti bylo zjištěno, že hodnota čtvercové kontingence s číslem 21,185, překročila tabulkovou kritickou hodnotu. Překročením tabulkové hodnoty 7,81 můžeme zamítnou nulovou hypotézu. Čili z dosaženého z výsledku vyplývá, že porozumění konceptu nabídek dodavatelů se se mění s věkem zákazníků a existuje vztah. Sílu tohoto vztahu lze posoudit

<sup>10</sup> <https://cit.vfu.cz/statpotr/POTR/Teorie/tabulky.htm#ttest>

Pearsonovým koeficientem kontingence  $P = \sqrt{\frac{\chi^2}{\chi^2 + n}}$ , která má hodnotu 0,23, čímž je statistický vztah poměrně slabý, když je pod intervalem hodnot od 0,3 do 0,6 (tj. kdy v tomto intervalu už vztah stojí za pozornost).

### 3.2.2 Druhá hypotéza

Na druhou pracovní hypotézu „S věkem roste loajalita k dodavatelům“ byla formulována v dotazníku otázka pod č. 7 s textem: „Vzpomenete si, prosím, kolikrát jste v minulosti změnil dodavatele plynu:“, k níž mohl respondent vyjádřit informaci o historii v rámci dodávkovém vztahu u zákazníka na trhu s plynem, kolikrát změnil svého dodavatele plynu. V tabulce 8 je kontingenční tabulka získaných absolutních četností k položené otázce.

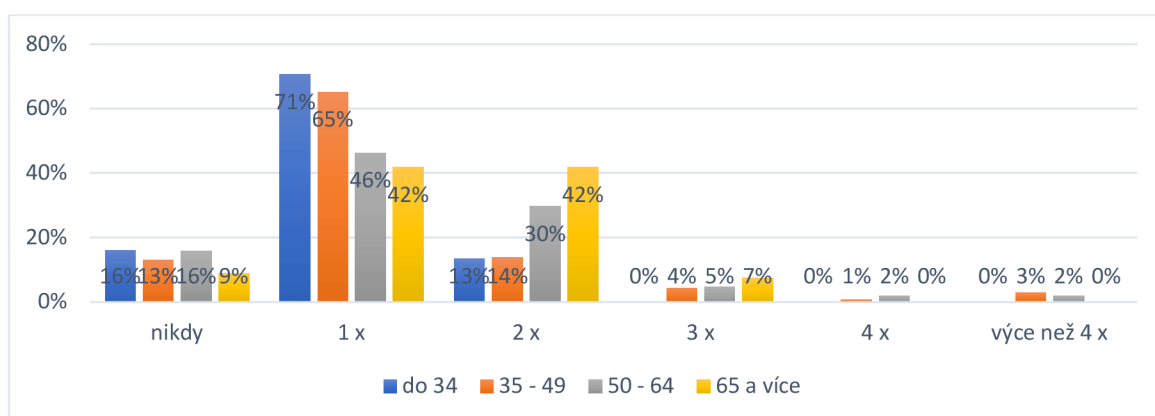
**Tabulka 8 Kontingenční tabulka absolutních četností**

| Věk               | nikdy | 1 x | 2 x | 3 x | 4 x | více než 4 x | (n <sub>i</sub> ) |
|-------------------|-------|-----|-----|-----|-----|--------------|-------------------|
| do 34             | 12    | 53  | 10  | 0   | 0   | 0            | 75                |
| 35 - 49           | 18    | 90  | 19  | 6   | 1   | 4            | 138               |
| 50 - 64           | 17    | 50  | 32  | 5   | 2   | 2            | 108               |
| 65 a více         | 6     | 28  | 28  | 5   | 0   | 0            | 67                |
| (n <sub>j</sub> ) | 53    | 221 | 89  | 16  | 3   | 6            | 388               |

**Zdroj:** Vlastní zpracování

V tabulce 8 byla soustředěná data převedena do relativní četností a následně pak do grafu 18.

**Graf 18 Loajalita věkových skupin k dodavatelům**



**Zdroj:** Vlastní zpracování

Z grafu 18 je lépe patrna historie dodavatelských změn učiněných zákazníky v rámci věkových kategorií. Nejvíce uskutečněných změn realizovali zákazníci ve věku 35 – 49 let, kteří s nejvyšší vyjádřenou četností (3 %) provedli více než 4krát změnu v rámci právních vztahů, kterými byly dodávky plynu sjednány do doby, než smluvními stranami došlo k výpovědi závazku (popřípadě k jeho odstoupení), aby zákazník následně mohl přejít k jinému dodavateli. Byť jde u zákazníků ve věkové kategorii 35 – 49 let o nejvyšší zjištěný počet, kteří ve věci změny dodavatele pro své odběrné místo realizovali, nicméně jejich počet má spíš marginální hodnotu, tak jak v případě zákazníků, kteří realizovali 3krát a 4krát změnu závazku k dodavateli, u něhož zákazníci ve všech věkových kategoriích měli minimální zastoupení a to od 0 % do 2 % v případě počtu 4 dodavatelských změn a od 0 % do 7 % v případě počtu 3 dodavatelských změn. Rozdíly v odpovědích zákazníků jsou malé v případě změn v počtu 3, 4 a více změn, což vypovídá o nezájmu – nezavazovat nové obchodní vztahy a s tím absolvovat veškerý administrativní a platební proces, který s tím souvisí. V případě počtu 2 změn má největší zastoupení (42 %) skupina zákazníků z řad seniorů, za kterou v této kategorii (30 %) se umístila skupina zákazníků ve věku 50 – 64 let. Následně byli zákazníci ve věku 35 - 49 let a do 35 let, kteří měli minimální rozdíly v odpovědích s hodnotami 14 % a 13 %. Drtivá většina respondentů odpověděla, že provedla alespoň jednu změnu dodavatele. Z toho byl nejvyšší počet odpovědí (71 %) u zákazníků do 35 let. Druhou nejpočetnější skupinou (65 %) byly zákazníci 35 – 49 let. Dále v pořadí (46 %) byla skupina zákazníků 50–64 let, kterou následovali (42 %) senioři, jenž měli vyrovnanou četnost odpovědí u 2 a 3 realizovaných změn dodavatelů. Doposud neprovedla změnu dodavatele skupina zákazníků s 16 % do 35 let a 50–64 let, kterou následovaly zákazníci s četností 13 % ve věku 35 – 49 let a zákazníci z řad seniorů s četností 9 %.

Na základě dotazování bylo k druhé hypotéze zjištěno, že drtivá většina respondentů odpověděla, že provedla alespoň jednu změnu dodavatele, což je především spojeno s energetickou krizí, která zasáhla enormní počet dodavatelů plynu, kteří v roce 2021 a 2022 ukončily v ČR činnost. Tím byl i enormní počet postižených zákazníků, neboť celkově úpadek výše uvedených dodavatelů se dotkl na trhu s plynem v ČR podílu 11,11 % s počtem 313 282 odběrných míst připojených zákazníků, kteří spadli do režimu dodavatele poslední instance. Ukončení činnosti bylo z důvodu ztráty schopnosti dodávat plyn zákazníkům, kteří si následně museli najít svého nového dodavatele, aby nezůstali bez dodávek plynu. Druhá hypotéza nebyla respondenty potvrzena.

V jakékoliv obchodní sféře se podnikající fyzické osoby a právnické osoby snaží, jak získat své zákazníky, tak si tyto zákazníky následně i udržet, pro zajištění dalších budoucích obchodních výnosů, které jsou předmětem a středem zájmu každé obchodní činnosti na trhu, kde se poptávka střetává s nabídkou. Děje se tak i na liberalizovaném trhu odvětví plynárenství, kde v rámci energetického sektoru lze považovat za fakt, že obchodník má budoucnost, pokud i jeho obchodní činnost v předmětném odvětví cílí k udržení svého nelehce získaného zákazníka.

### 3.2.3 Třetí hypotéza

Na třetí pracovní hypotézu „**Doba platnosti sjednaného produktu je častěji hlídána v rodinných domech než bytových domech.**“ byla formulován v dotazníku otázka pod č. 6 s textem: „**Uveďte na základě vlastních zkušeností, do jaké míry souhlasíte s následujícími tvrzeními:**“, k níž se mohl respondent vyjádřit u položky „**Hlídám si dobu platnosti svého sjednaného produktu**“ (s ohledem na jeho osobní zkušenost a jeho přehledu na plynárenském trhu), zda „určitě ano“, či „spíš ano“, nebo „spíš ne“, či „určitě ne“.

V tabulce 10 je kontingenční tabulka získaných absolutních četností k položené otázce.

**Tabulka 9 Kontingenční tabulka absolutních četností**

| Varianty odpovědí |            |          |         |           |                   |
|-------------------|------------|----------|---------|-----------|-------------------|
|                   | určitě ano | spíš ano | spíš ne | určitě ne | (n <sub>i</sub> ) |
| Dům               | 143        | 43       | 63      | 5         | 254               |
| Byt               | 74         | 30       | 20      | 10        | 134               |
| (n <sub>j</sub> ) | 217        | 73       | 83      | 15        | 388               |

**Zdroj:** Vlastní zpracování

V tabulce 10 soustředěná data v obou krajních sloupcích „určitě ano“ a „určitě ne“ mají některé absolutní četnosti nízkou hodnotu. Z praktických důvodů a pro lepší přehlednost dosažených výsledků byla použita hrubší stupňovitá škála, pro hodnoty, které jsou v tabulce 11 vyjádřeny absolutní řádkové četnosti.

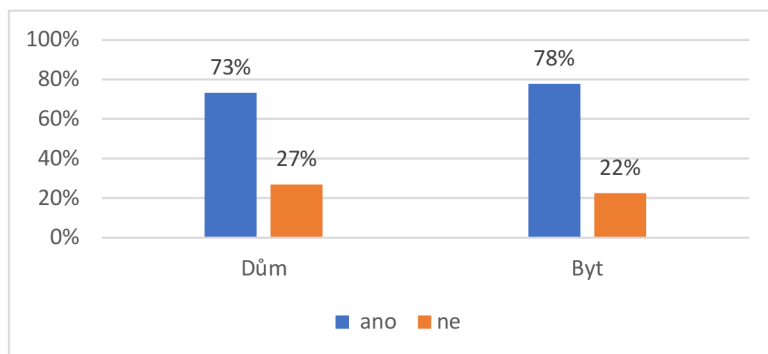
**Tabulka 10 Kontingenční tabulka absolutních četností**

|                   | ano | ne | (n <sub>i</sub> ) |
|-------------------|-----|----|-------------------|
| Dům               | 186 | 68 | 254               |
| Byt               | 104 | 30 | 134               |
| (n <sub>j</sub> ) | 290 | 98 | 388               |

**Zdroj:** Vlastní zpracování

V tabulce 11 byla soustředěná data převedena do relativní četnosti a následně pak do grafu 19.

**Graf 19 Jak je domácnostmi sledována doba platnosti sjednaného produktu**



**Zdroj:** Vlastní zpracování

Z grafu 19, je vidět, že rozdíly jsou malé v odpovědích zákazníků, co bydlí v rodinných domech a těch, co žijí v bytech. Pro drtivou většinu zákazníků je důležité si hlídat dobu platnosti sjednaného produktu, což vypovídá vysoké procento odpovědí (78 %) u zákazníků skupiny žijící v bytech a také rodinném domě (73 %). Oproti tomu ta skupina zákazníků, která si sjednanou dobu nehlídá, byla v nízkých procentních hodnotách, a to v hodnotě 22 % u zákazníků žijící v bytech a 27 % u těch co má domácnost v rodinném domě. Třetí hypotéza nebyla respondenty potvrzena. Pro drtivou většinu zákazníků je důležité si hlídat dobu platnosti sjednaného produktu, a to jak u zákazníků žijících v rodinných domech, tak v bytech bytových domů. Z dat odpovědí vyplývá, že je pro všechny zákazníky důležitá sjednaná doba trvání závazku zahrnují především obchodní a platební podmínky, od kterých se odvíjí sjedná výše komoditní ceny a tím výše úhrady v zúčtovacím období obchodníkovi za dodávku plynu. Od roku 2021, tj. vzniku energetické krize, kterou napříč energetickým sektorem pocítili všichni zákazníci, je patrna bdělost zákazníka, který alespoň monitoruje svoje sjednané termíny k dodavateli plynu.

Třetí hypotéza se opírá o fakt, že rodinné domy oproti bytům mají zpravidla větší užitnou plochu k bydlení, a tudíž jsou energeticky náročnější na spotřebu energií, resp. plynu kterým se ve zdrojích tepla zajišťuje výroba tepelné energie pro vytápění (k dosažení požadovaných teplot vytápěných místností) a přípravy teplé vody. Bytové domy na rozdíl od rodinných domů jsou kompaktnější, čímž se charakterizují i lepšími tepelně technickými vlastnostmi, které často souvisí i s provedenými opatřeními na úsporu energií v rámci snížení celkových tepelných ztrát. Tyto okolnosti mají podstatný vliv na pokrytí energetických potřeb a na odběr

plynu, jehož spotřeba je u bytů nižší, např. v případech, kdy plyn jen spotřebováván jen pro vaření. Tím je i podstatně nižší zatížení výdaji na bydlení u bytových domácností, které tak nemusí být tolik motivovány k individuálním úsporám energií a rovněž k pravidelným revizím svých účtů, jenž souvisí s výdaji na bydlení.

### 3.2.4 Čtvrtá hypotéza

Na čtvrtou pracovní hypotézu „**Domácnosti ve velkoměstech oproti ostatním sídelním útvarům jsou spokojenější s činností obchodních zástupců při procesu změny dodavatele.**“ byla formulován v dotazníku otázka pod č. 11 s textem: „**Jak byste obecně zhodnotil/a svou celkovou zkušenost s prodejcem plynu:**“, k níž mohl respondent vyjádřit jeho postoj po kontaktu s prodejcem (ve věci cenové nabídky) a zda se cítil být „velmi spokojen“, či „spíš spokojen“, nebo „spíš nespokojen“, či „velmi nespokojen“.

V tabulce 13 je kontingenční tabulka získaných absolutních četností k položené otázce.

**Tabulka 11 Kontingenční tabulka absolutních četností**

| Obec              | určitě ano | spíš ano | spíš ne | určitě ne | (n <sub>i</sub> ) |
|-------------------|------------|----------|---------|-----------|-------------------|
| Nad 100 000       | 39         | 74       | 13      | 1         | 127               |
| Do 100 000        | 61         | 140      | 55      | 5         | 261               |
| (n <sub>j</sub> ) | 100        | 214      | 68      | 6         | 388               |

**Zdroj:** Vlastní zpracování

V tabulce 13 soustředěná data v obou krajních sloupcích „určitě ano“ a „určitě ne“ mají u některých absolutních četností nízkou hodnotu. Z praktických důvodů a pro lepší přehlednost dosažených výsledků byla použita hrubší stupňovitá škála, pro hodnoty, které jsou v tabulce 14 vyjádřeny absolutní řádkové četnosti.

**Tabulka 12 Kontingenční tabulka absolutních četností**

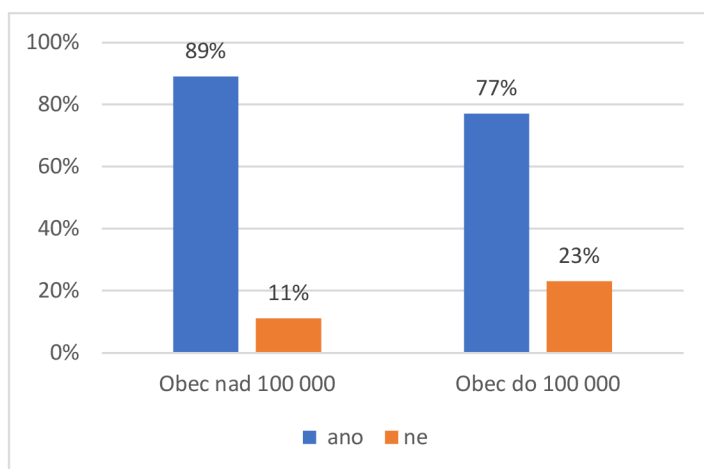
|                   | ano | ne | (n <sub>i</sub> ) |
|-------------------|-----|----|-------------------|
| Nad 100 000       | 113 | 14 | 127               |
| Do 100 000        | 201 | 60 | 261               |
| (n <sub>j</sub> ) | 314 | 74 | 388               |

**Zdroj:** Vlastní zpracování

V tabulce 14 soustředěná data byla převedena do relativní četnosti a následně pak do grafu 20.



**Graf 20 Spokojenost u zákazníků v obcích do/nad 100 000 obyvatel**



**Zdroj:** Vlastní zpracování

Z grafu 20 je vidět, že rozdíly jsou malé v odpovědích zákazníků, co bydlí v obcích do 100 000 obyvatel a těch, co bydlí ve velkoměstech. Spokojenost s činností obchodních zástupců při procesu změny dodavatele vyjádřila drtivá většina dotazovaných. O spokojenosti tak vypovídá vysoké procento odpovědí, jak u zákazníků skupiny žijící ve velkoměstech (98 %), kde je více jak 100 000 obyvatel, tak vysoké procento odpovědí (77 %) u zákazníků v obcích (nebo městech) do 100 000 obyvatel. Naopak s činností obchodních zástupců je nespokojeno 23 % respondentů ve skupině obyvatel „Obec do 100 000“, přičemž ve skupině respondentů ve velkoměstech to bylo ještě míň a to 11 % dotázaných. Čtvrtá hypotéza byla respondenty potvrzena.

Zákazníci s vysokým procentem spokojenosti vyjádřili svou zkušenost, kterou nabyli při komunikaci s obchodníkem. Na počátku dodavatelského vztahu s ním uzavřeli smlouvu o sdružených službách dodávky plynu, která se zpravidla sjednává na určité období, a ve smyslu vyjádřených výsledků je míra spokojenosti o 12 % vyšší u zákazníků žijících ve velkoměstech, kde se respondenti uvedli 89 % míru spokojenosti. Procentní rozdíly vyjádřené ke spokojenosti s dodavatelem nejsou tak velké, jež by zakládaly významnou šanci, že drtivá většina zákazníků po vypršení doby trvání závazku bude hledat jiného dodavatele plynu, ke kterému přejdou v rámci procesu změny dodavatele.

V rámci uvedené hypotézy lze vycházet ze skutečnosti, že každý dodavatel plynu má své prostory k podnikání v sídle své firmy, přičemž jen někteří dodavatelé plynu poskytují svým zákazníkům i možnost osobní návštěvy na jiných místech, než jsou sídla společností, která

jsou převážně ve velkých městech, kde jsou zákazníkům z velkoměsta snadno dostupná. V daném případě dodavatele plynu si volí zákazník sám, a zákazníci v menších městech a obcích jsou odkázáni na neosobní informační a komunikační prostředky, kterými lze navázat spojení s dodavatelem pro případ řešení vzniklých obchodních problémů u těch zákazníků, kteří se mohou hůře orientovat v problematice sjednaných obchodních podmínek. Je to zákazník, který může být v horším postavení v okamžiku, kdy se nemůže jinak spojit s dodavatelem než v rámci osobní návštěvy k řešení obchodních záležitostí, jež se týkají např. reklamací požadovaných plateb z nesprávně vystaveného vyúčtování, či změnou smluvních podmínek, se kterými nesouhlasí a které může ovlivnit především v prostorách obvyklých k podnikání obchodníka. A také nedávná doba, kdy se naplno projevila energetická krize, ukázala, jak je na trhu s plynem komunikace dodavatele se zákazníkem důležitá, když nemalá část zákazníků se dostala do potíží se svými dodavateli, kteří se ocitli úpadku v důsledku neschopnosti zajistit dodávku svým zákazníkům, přičemž tito zákazníci se z důvodu nedostupnosti pobočky dodavatele mohli ve vzniklé problematice hůře orientovat.

V dalším kroku se ze získaných dat provede přepočítání z empirických četností (pozorovaných) do očekávaných (teoretických). V tabulce 15 jsou pak uvedeny příslušné očekávané četnosti vypočtené pomocí čtvercové kontingence a na základě marginálních četností z tabulky 14.

**Tabulka 13 Přehled očekávaných četností**

|                        | <b>ano</b> | <b>ne</b> | <b>(n<sub>j</sub>)</b> |
|------------------------|------------|-----------|------------------------|
| <b>Dům</b>             | 103        | 24        | 127                    |
| <b>Byt</b>             | 211        | 50        | 261                    |
| <b>(n<sub>i</sub>)</b> | 314        | 74        | 388                    |

**Zdroj:** Vlastní zpracování

Opět z obecné definice pro nulovou hypotézu, je dáno, že mezi řádkovými a sloupcovými proměnnými neexistuje žádná souvislost, přičemž u alternativní hypotézy se existence nějakého vztahu předpokládá.

Tentokrát budeme zjišťovat, zda spokojenost zákazníků s činností obchodních zástupců při procesu změny dodavatele souvisí s velikostí města. V rámci této obecné definice byla stanovena nulová hypotéza pro vyvození odpovědi na výzkumnou otázku. Pro nulovou hypotézu se tvrdí, že spokojenost zákazníků s činností obchodních zástupců nezávisí na velikosti města.

Pro otestování nulové hypotézy výpočet testové statistiky  $\chi^2$  byly dosazeny hodnoty z tabulek 14 a 15 do vztahu čtvercové kontingence k výpočtu četností v jednotlivých polích tabulky. V kontextu uvedené definice pro nulovou hypotézu byla aplikována čtvercová kontingence, dle následujícího výpočtu:

$$\chi^2 = \frac{(113-103)^2}{103} + \frac{(14-24)^2}{24} + \frac{(201-211)^2}{211} + \frac{(60-50)^2}{50} = 7,92$$

Z tabulek je zřejmé, že všechny očekávané četnosti jsou vyšší než 5, tím lze pro účely testování nezávislosti, a tak pro ověření hypotézy použít Pearsonův chí-kvadrát test. Výsledkem byla hodnota  $\chi^2=7,92$ . Ta se dále srovnávala s kritickou hodnotou rozdělení, která má na zvolené významnosti ( $\alpha = 5 \%$ ) tabulkový<sup>11</sup> kvantil  $\chi^2_{(3)}(0,95) = 3,84$ . Uvedená kritická hodnota byla odečtena s jedním stupněm volnosti dle vztahu  $(r - 1)(c - 1) = (2 - 1)(2 - 1)$  a to na hladině zvolené významnosti 5 %.

Za pomoci vypočítaného testovacího kritéria  $\chi^2$  (chi-kvadrat) na hladině zvolené významnosti bylo zjištěno, že hodnota čtvercové kontingence s číslem 7,92, překročila tabulkovou kritickou hodnotu 3,84. Překročením tabulkové hodnoty 3,84 můžeme zamítnou nulovou hypotézu, čím bylo zjištěno, že řešený vztah spolu závisí v uvedené nulové hypotéze. Čili z dosaženého z výsledku vyplývá, že existuje vztah mezi spokojeností zákazníků s činností obchodních zástupců a velikostí města. Síla tohoto vztahu se dále posuzovala Pearsonovým koeficientem kontingence, která má hodnotu 0,141, čímž je statistický vztah slabý, když je pod intervalem hodnot od 0,3 do 0,6.

### 3.2.5 Pátá hypotéza

Na pátou pracovní hypotézu „**Domácnosti při změně dodavatele více než cena zajímá reference obchodníka.**“ byla formulován v dotazníku pořadová otázka pod č. 9 s textem: „**Seřad'te následující faktory podle toho, jak jsou pro vás důležité v zákaznickém vztahu s dodavatelem plynu**“, k níž mohl respondent vyjádřit odpovědi podle důležitosti faktorů.

V tabulce 16 je tabulka s pořadím odpovědí k položené otázce.

---

<sup>11</sup> <https://cit.vfu.cz/statpotr/POTR/Teorie/tabulky.htm#ttest>

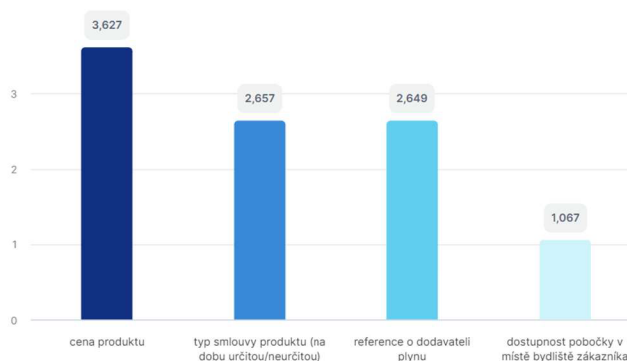
**Tabulka 14** Varianty odpovědí ve vážených průměrných hodnotách

| Zákaznické faktory                            | Průměrná důležitost |
|---|---------------------|
| Cena produktu                                 | 3,627               |
| Typ smlouvy (na dobu určitou/neurčitou)       | 2,657               |
| Reference o dodavateli plynu                  | 2,649               |
| Dostupnost pobočky v místě bydliště zákazníka | 1,067               |

**Zdroj:** Vlastní zpracování

Data z tabulky 16 byly zaneseny do grafu 21.

**Graf 21** Preferované faktory pro výběr dodavatele plynu



**Zdroj:** Vlastní zpracování

Respondenti se v případě dotazníkového šetření rozhodovali mezi 4 faktory, které vnímají za nejdůležitější ve vztahu k dodavateli plynu. Čím nižší známka tím byla volena větší důležitost, kdy zákazníci vybírali z hodnot 1 až 4, přičemž 1 byl nejdůležitější faktor a na konec známka 4 byla nejméně důležitý faktor.

Z průzkumu nejvíce důležitá byla pro zákazníka cena produktu, která má vyjádřenou hodnotou 3,325. Na druhém a třetím místě jsou v odpovědích velmi malé rozdíly, které byly v hodnotách 2,657 a 2,649, což dokládá, že reference dodavatele je pro zákazníky stejně důležitá jako obsah smluvních závazků, jenž se uzavírají v energetickém odvětví na dobu určitou nebo neurčitou. Nejméně důležitý parametr s hodnotou 1,067 má pro zákazníka dostupnost pobočky, avšak i tento zákaznický benefit má u řady zákazníků důležitou roli, byť je předně preferována cena produktu, která je pro zákazníka relevantnějším faktorem než jeho dobré reference nebo zákaznický akceptovatelné smluvní podmínky. Pátá hypotéza nebyla respondenty potvrzena. V největší míře tedy rozhoduje cena, poté následují ve

vyrovnaném měřítku závazkové parametry a reference dodavatele. Na posledním místě je pro zákazníky dostupnost pobočky, přičemž ve spojitosti s výše uvedenými faktory bude hrát důležitou roli při změně dodavatele a rozhodování zákazníka, ve věci volby nejvhodnějšího produktu pro zajištění dodávek plynu.

Uvedená hypotéza reaguje na bezprecedentní situaci, která proběhla na velkoobchodních trzích s energiemi v letech 2021 a 2022, kdy v důsledku ní ohlásilo pád 14 dodavatelů, kteří po jedno desetiletí rozvíjeli obchodní strategii bez předpokladů potenciálních hrozeb z vnějšího prostředí, na kterém se do roku 2021 nic zvláštního nedělo, do doby energetické krize, která měla původ v makroprostředí, kde se naplno projevila zvýšená poptávka po energiích, jež se staly nedostatkovým zbožím především z následků, které měla ruská invaze na Ukrajinu.

Počet dodavatelů plynu, kteří v roce 2021 a 2022 ukončily v ČR činnost, byl enormní z hlediska celkového počtu postižených zákazníků, neboť se celkově úpadek výše uvedených dodavatelů dotkl na trhu s plynem v ČR podílu 11,11 % s počtem 313 282 odběrných míst připojených zákazníků, kteří spadli do režimu dodavatele poslední instance. Ukončení činnosti bylo z důvodu ztráty schopnosti dodávat plyn zákazníkům, kteří měli smluvně sjednány výhodné obchodní podmínky, jež vyplývaly z uzavřených smluv a cenových ujednání. V tomto ohledu zákazníci očekávali, že obchodníci dostojí svým smluvním závazkům, avšak očekávání se nesešla realitou, která se negativně přenesla na zákazníka, jenž nabyl důležité informace a zkušenosti k vytvoření nového názoru na preferované parametry, které bude poptávat od obchodníka s plynem při změně dodavatele.

### 3.2.6 Šestá hypotéza

Na šestou pracovní hypotézu „**Energetická chudoba také zasahuje do úplné domácnosti již bez závislých dětí, kde rodina pocítuje, že není ekonomicky schopna udržovat vhodnou teplotu.**“ byla formulována v dotazníku otázka pod č. 13 s textem: „**Je Vaše domácnost schopná unést náklady na zajištění přiměřeného vytápění?**“, k níž se mohl respondent vyjádřit (s ohledem na jeho osobní zkušenost), jak „určitě ano“, či „spíš ano“, nebo „spíš ne“, či „určitě ne“ je jeho domácnost příjmová k hrazeným nákladům za plyn. V tabulce 17 je kontingenční tabulka získaných absolutních četností k položené otázce.

**Tabulka 15 Kontingenční tabulka absolutních četností**

|   | určitě ano | spíš ano | spíš ne | určitě ne | (n <sub>i</sub> ) |
|---|------------|----------|---------|-----------|-------------------|
| jednotlivec   | 8          | 35       | 25      | 1         | 69                |
| v manželství/partnerství bez dětí                             | 10         | 42       | 17      | 2         | 71                |
| v manželství/partnerství s dětmi                              | 25         | 76       | 43      | 0         | 144               |
| otec/matka s dětmi  | 6          | 19       | 14      | 0         | 39                |
| v manželství/partnerství již bez závislých dětí na domácnosti | 7          | 40       | 14      | 0         | 61                |
| samoživitel/ka s dětmi  | 0          | 2        | 2       | 0         | 4                 |
| (n <sub>j</sub> )   | 56         | 214      | 115     | 3         | 388               |

**Zdroj:** Vlastní zpracování

V tabulce 17 jsou soustředěná data, která v obou krajních sloupcích „určitě ano“ a „určitě ne“ mají některé absolutní četnosti dokonce menší než 5. Z praktických důvodů a pro lepší přehlednost dosažených výsledků byla použita hrubší stupňovitá škála, pro hodnoty, kterými jsou v tabulce 18 vyjádřeny absolutní řádkové četnosti.

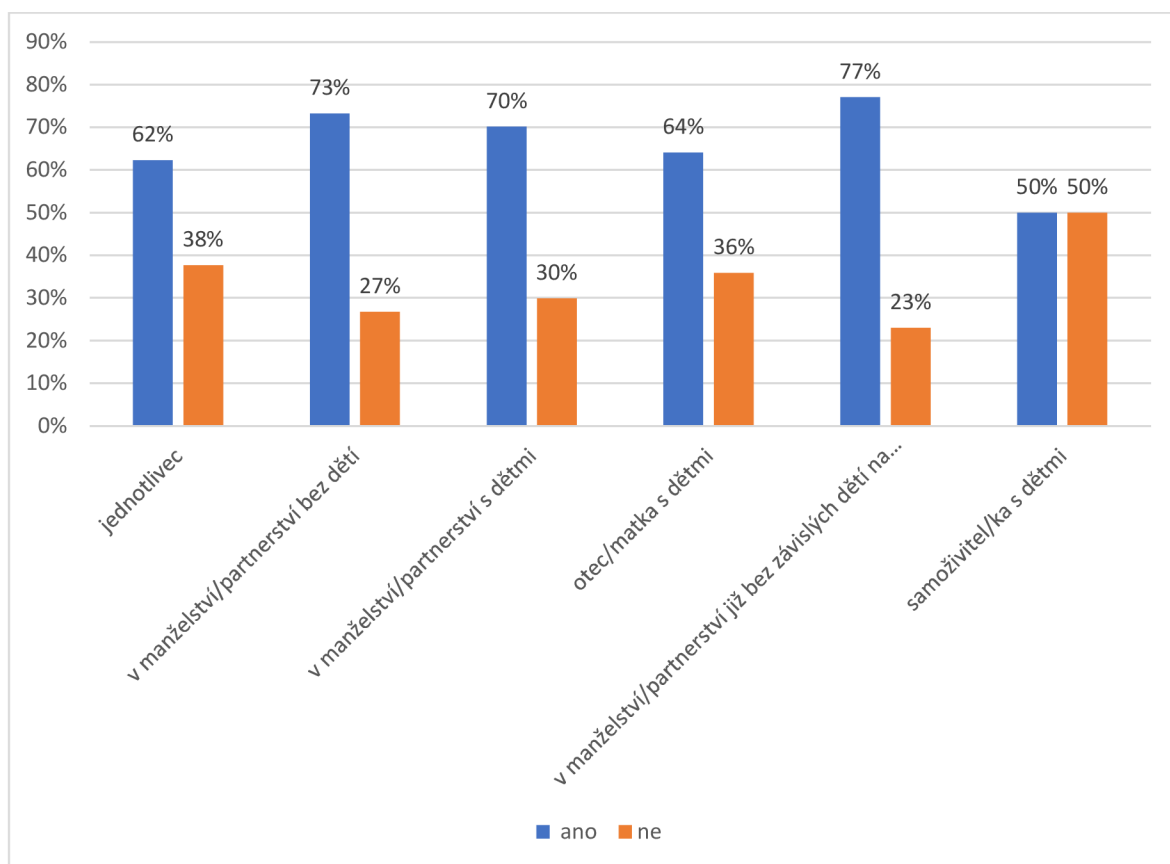
**Tabulka 16 Kontingenční tabulka absolutních četností**

|   | ano | ne  | (n <sub>i</sub> ) |
|---|-----|-----|-------------------|
| jednotlivec   | 43  | 26  | 69                |
| v manželství/partnerství bez dětí                             | 52  | 19  | 71                |
| v manželství/partnerství s dětmi                              | 101 | 43  | 144               |
| otec/matka s dětmi  | 25  | 14  | 39                |
| v manželství/partnerství již bez závislých dětí na domácnosti | 47  | 14  | 61                |
| samoživitel/ka s dětmi  | 2   | 2   | 4                 |
| (n <sub>j</sub> )   | 270 | 118 | 388               |

**Zdroj:** Vlastní zpracování

V tabulce 18 byla soustředěná data převedena do relativní četnosti a následně pak do grafu 22.

**Graf 22 Je Vaše domácnost schopná unést náklady na zajištění přiměřeného vytápění?**



**Zdroj:** Vlastní zpracování

Z grafu 21 je vidět, že se nejvíce daří vyjít s příjmy a tím pokrýt náklady na spotřebu energií skupině (77 %), v níž je v rámci domácnosti dvojice dospělých již bez závislých dětí. V dané skupině je oproti tomu 23 % těch domácností, co je již přetížena náklady na bydlení v rámci zajištění energetické potřeby. V pořadí druhou skupinou (73 %) respondentů, které se také daří vyrovnat se s náklady na domácnost, jsou dva dospělí bez dětí. Mezi druhou a třetí pomyslnou příčkou z hlediska dosaženého procentního výsledku jsou malé rozdíly (3 %) v odpovědích respondentů, které se týká procentní hodnoty, jež vyjadřuje poměr zákazníků, kteří mají dostatečné příjmy, aby pokryli své náklady na spotřebu plynu k vytápění. Další odpovědi se pak už týkaly respondentů, jenž mají v domácnosti jednoho dospělého. Dle grafu 21 se na čtvrtém místě nachází skupina respondentů, kde je v domácnosti jeden dospělý s dětmi v rodině, která je z 64 % dostatečně příjmová a z 36 % nedostatečně příjmová k hrazeným nákladům za plyn. Další skupina respondentů oproti předchozí čtvrté skupině vykazuje minimální procentní odstup, který má procentní hodnotu odstupe 2 %. Předmětnou skupinu respondentů zastupují jednotlivci v domácnosti a ti kladně odpověděli

z 62 % respondentů. Naopak jednotlivcům v domácnosti, kterým se nedaří vyrovnat se s náklady na domácnost je 38 %, což je opět více jak třetina domácností, tak jako u skupiny domácností, kde je v rodině jeden dospělý s dětmi. Poslední skupina je zastoupena domácností samoživitelů s dětmi v rodině, která je z poloviny přetížena náklady na bydlení v rámci zajištění energetické spotřeby a v posuzovaném případě se jedná o rodiny s objektivně horšími finančními možnostmi, kde samoživitelé vynakládají větší podíl svých příjmů na bydlení a tím pocítují největší zátěž k nákladům na bydlení. V dané skupině tak každý druhý ekonomicky aktivní samoživitel je přetížen náklady na bydlení v rámci zajištění energetické spotřeby. Naopak nejméně respondentů ze všech segmentů dotazovaných, kterým se nedaří vyjít s náklady ke krytí energetických potřeb, jsou domácnosti příjmově silné, zahrnující rodinu o dvojici dospělých, již bez závislých dětí, kde v dané skupině (23 %), už domácnost nevychází s příjmy pro zajištění chodu své domácnosti. Šestá hypotéza byla respondenty potvrzena.

Šestá hypotéza si bere za východisko reálný problém rodin, kterým se snižuje standardní komfort bydlení díky celkovým nízkým příjmům v domácnostech, v nichž se v rámci rodinných rozpočtů nedaří pokrýt náklady na spotřebu energií, jež jsou nepostradatelnou komoditní složkou pro běžný chod ve všech základních typech domů určených k bydlení. V dané situaci nízko příjmové domácnosti s ohledem na jejich složení, včetně počtu vyživovaných dětí, jsou v rámci jejich napjatých rodinných rozpočtů rizikovou skupinou, která má omezené finanční příjmy na zajištění chodu bydlení, tak aby byly zabezpečeny běžně užívané dodávky energií (elektrina, plyn a jiná paliva), čímž jim hrozí omezený přístup k energiím a tím i ocitnutí ve stavu, která je nazývána energetickou chudobou. Je tím myšlen stav nedostatku energií, které zahrnují vedle elektrické energie i primární energie obsažené v palivu. Pro domácnosti připojené k distribučním plynárenským sítím je tím palivem zemní plyn, který je dodavatelem dodáván do odběrného místa zákazníka. Dodávky plynu do odběrného místa jsou zákazníkem (dle klimatických podmínek a potřeb) nakupovány pro konečnou spotřebu v domě, v němž se plynem vaří, vytápí a připravuje teplá voda. Pokud se tak domácnosti, ať už s dětmi či bez dětí v rodině, potýkají s vysokými náklady na bydlení a současně nemají dostatečné příjmy domácnosti (tj. objektivně s horšími finančními možnostmi) ke krytí těchto nákladů, stávají se potenciální skupinou pro upadnutí do energetické chudoby. To může ve finále vést u nízkopříjmových rodin, jenž pocítují největší zátěž k nákladům na bydlení, k energetické chudobě a k sníženému komfortu



bydlení z důvodu nízkých teplot vytápěných místností a omezenému přístupu k teplé vodě. Tyto energie jsou rok od roku dražší a pro domácnost tak nákladnější, a to především v době po energetické krizi. V daném případě jde i vysoké náklady na krytí energetických potřeb, které vychází z energetické náročnosti stávajícího bydlení, a to i navzdory realizovaným zateplením u domů, u niž se významným způsobem docílila úsporná opatření, která se navzdory všem technickým úpravám, dostatečně nevyřešila.

V dalším kroku se ze získaných dat provede přepočítání z empirických četností (pozorovaných) do očekávaných (teoretických). V tabulce 19 jsou pak uvedeny příslušné očekávané četnosti vypočtené pomocí čtvercové kontingence a na základě marginálních četností z tabulky 18.

**Tabulka 17 Přehled očekávaných četností**

|   | <b>ano</b> | <b>ne</b>  | <b>(n<sub>i</sub>)</b> |
|---|------------|------------|------------------------|
| jednotlivec   | 48         | 21         | 69                     |
| v manželství/partnerství bez dětí                             | 49         | 22         | 71                     |
| v manželství/partnerství s dětmi                              | 100        | 44         | 144                    |
| otec/matka s dětmi  | 27         | 12         | 39                     |
| v manželství/partnerství již bez závislých dětí na domácnosti | 42         | 19         | 61                     |
| samoživitel/ka s dětmi  | 3          | 1          | 4                      |
| <b>(n<sub>j</sub>)</b>  | <b>270</b> | <b>118</b> | <b>388</b>             |

**Zdroj:** Vlastní zpracování

Je vidět, že se objevily očekávané četnosti, jež jsou menší než 2, což znamená, že pro ověření hypotézy o nezávislosti nebude možné použít chí-kvadrát test a v dané věci nebyly předpoklady testovat nulovou hypotézu, kterou by se ověřovala nulová hypotéza, že finanční zatíženosti domácností nezávisí na struktuře rodiny v domácnosti. Otestovat nulovou hypotézu má smysl pouze, pokud je vzorek přiměřené velikosti (tj. maximálně 20 % očekávaných četností je menších než 5) a žádná není menší než 2.

## 4 Závěr

Tato diplomová práce se zabývá chováním domácností, které jsou zákazníky na trhu s plynem, jež je strategickým odvětvím v ČR. Plynárenství je neodmyslitelně spjato s energetickým sektorem, který v rámci jednotlivých energetických odvětvích tvoří páteř českého hospodářství. Od privatizace českého plynárenství se událo také mnoho zásadních legislativních změn, které podstatným způsobem ovlivnily všechny účastníky a to především všechny zákazníky, pro které byla po změně právních předpisů zavedena nová pravidla, jenž se týkala liberalizace trhu s plynem. Liberalizace trhu v roce 2007 ukončila mnohaletou státní regulaci, čímž se pro komoditní složku zavedlo soutěžní prostředí, v němž znalost tohoto tržního prostředí a schopnost orientace na něm byla pro všechny domácnosti příležitostí, jak svým rozhodnutím mohou ovlivnit výběr pro sebe nejvýhodnějšího dodavatele a tím i obchodní podmínky, které jsou pro zákazníky důležité k uspokojování svých energetických potřeb v domácnostech.

S ohledem na cíl byla řešená problematika strukturována na konkrétnější složky ve vazbě na zákazníka, u něhož bylo vedle základní hypotézy interpretováno šest pracovních hypotéz, které byly zamítnuty, či potvrzeny dle výsledků dotazníkového šetření.

- **První hypotéza** formulovaná textem: „Pro domácnosti napříč věkem je složité posoudit výhodnost nabídek, kterým v předkládané struktuře nerozumí“, **byla respondenty potvrzena**. Na základě dotazování bylo k první hypotéze zjištěno, že ve všech věkových skupinách zákazníků existuje významný podíl těch, co má potíže konceptu nabídek dodavatelů porozumět. V dané věci tak fakticky více jak polovina zákazníků v kategorii domácnost ve věkové skupině nad 65 let předkládaným nabídkám od zástupců dodavatelů plynu nerozumí, přičemž jim nerozumí další necelá třetina všech ostatních zákazníků z řad domácností. V případě první hypotézy dle testovacího kritéria byl také zjištěn statistický vztah (souvislost). Rozdíly zjištěných četností v případě první hypotézy nejsou velké, což potvrzuje i nízká hodnota Pearsonova koeficientu kontingence 0,23.

- **Druhá hypotéza** formulovaná textem: „S věkem roste loajalita k dodavateli“, **nebyla respondenty potvrzena**. Na základě dotazování bylo k druhé hypotéze zjištěno, že drtivá většina respondentů (napříč věkovými skupinami) neprovedla víc než jednu změnu dodavatele, a to i s ohledem na řadu obchodních úpadků dodavatelů během energetické krize. Senioři měli nejvyšší četnost odpovědí, jak v případě 2 realizovaných změn (42 %),

tak i u 3 realizovaných změn dodavatelů (7 %). V tomto ohledu to vypovídá o tom, že s rostoucím věkem zákazníků se nesnižuje migrace zákazníků mezi dodavateli, pro které je loajalita zákazníků velmi důležitá, aby v plynárenství mohli dlouhodobě působit a rozvíjet svou obchodní činnost.

- **Třetí hypotéza** formulovaná textem: „Doba platnosti sjednaného produktu je častěji hlídána v rodinných domech než bytových domech.“, **nebyla respondenty potvrzena**. Pro drtivou většinu zákazníků je důležité si hlídat dobu platnosti sjednaného produktu, a to jak u zákazníků žijících v rodinných domech, tak v bytech bytových domů. Nicméně na základě dotazování bylo k třetí hypotéze zjištěno, že častěji (78 %) je hlídána doba platnosti sjednaného produktu v bytech než v rodinných domech (73 %). Rozdíly v odpovědích zákazníků jsou malé, což potvrzuje zvýšený zájem všech skupin zákazníků o trvání jejich obchodních závazků k dodavateli.

- **Čtvrtá hypotéza** formulovaná textem: „Domácnosti ve velkoměstech oproti ostatním sídelním útvarům jsou spokojenější s činností obchodních zástupců při procesu změny dodavatele.“, **byla respondenty potvrzena**. Spokojenost s činností obchodních zástupců při procesu změny dodavatele vyjádřila drtivá většina dotazovaných. Na základě dotazování bylo k čtvrté hypotéze zjištěno, že rozdíly jsou malé v odpovědích zákazníků, co bydlí v obcích do 100 000 obyvatel a těch, co bydlí ve velkoměstech. O spokojenosti tak vypovídá vysoké procento odpovědí (98 %), jak u zákazníků skupiny žijící ve velkoměstech, tak vysoké procento odpovědí (77 %) u zákazníků žijících v obcích (nebo městech) do 100 000 obyvatel. Zákazníci ve velkoměstech oproti ostatním zákazníkům vyjádřili o 21 % vyšší celkovou svou spokojenost s obchodníkem v plynárenství. V případě čtvrté hypotézy dle testovacího kritéria byl také zjištěn statistický vztah (souvislost). Rozdíly zjištěných četností jsou i tentokrát velmi malé, což potvrzuje i nízká hodnota Pearsonova koeficientu kontingence, která má hodnotu 0,141.

- **Pátá hypotéza** formulovaná textem: „Domácnosti při změně dodavatele více než cena zajímá reference obchodníka.“, **nebyla respondenty potvrzena**. Na základě dotazování bylo k páté hypotéze zjištěno, že u zákazníka v největší míře rozhoduje cena (3,33). Poté následují ve vyrovnaném měřítku závazkové parametry (2,66) a reference dodavatele (2,65), což dokládá, že reference dodavatele je pro zákazníky stejně důležitá jako obsah smluvních závazků. Nejméně důležitý parametr s hodnotou (1,07) má pro zákazníka dostupnost

pobočky, která svou hodnotou je pro domácnost zákaznickým benefitem. V dané věci je tedy předně preferována cena produktu, která je pro zákazníka relevantnějším faktorem než zákaznický akceptovatelné smluvní podmínky, dobré reference dodavatele nebo dostupnost pobočky.

• **Šestá hypotéza** formulovaná textem: „Energetická chudoba také zasahuje do úplné domácnosti již bez závislých dětí, kde rodina pociťuje, že není ekonomicky schopna udržovat vhodnou teplotu.“, **byla respondenty potvrzena.**

Na základě dotazování bylo k šesté hypotéze zjištěno, že ve všech segmentech dotazovaných domácností jsou rodiny, kterým se nedaří vyjít s náklady ke krytí energetických potřeb. V tomto ohledu existují i domácnosti příjmově silné, zahrnující rodinu o dvojici dospělých, již bez závislých dětí, kde v dané skupině je 23 % domácností nedostatečně příjmových k hrazeným nákladům za plyn. V této skupině se překvapivě jedná o necelou čtvrtinu domácností, které se nedaří vyjít s náklady na zajištění chodu bydlení, tak aby byly zabezpečeny běžně užívané dodávky plynu, čímž jim hrozí omezený přístup k energiím a tím i ocitnutí se ve stavu, který je nazýván energetickou chudobou. V případě šesté hypotézy byly získány malé četnosti odpovědí, a tudíž také nebyly předpoklady testovat statistický vztah.

K formulaci šesti výše uvedených hypotéz pro účely zkoumaného problému, předcházelo v rovině zkoumaného předmětu vymezení základní hypotézy textem „Lidé v domácnostech se sami příliš nezajímají o aktuálních cenových produktech nabízených dodavateli na trhu s plynem.“, k níž, s ohledem na soubory zjištěných výsledků, je seznatelné, že zákazníci z řad domácností v ČR jsou obezřetní k uzavření dodavatelského vztahu. Více jak polovina zákazníků (53 %) si udělá alespoň rámcovou představu o tom, čeho chce dosáhnout, než se rozhodne jednat s obchodníkem. To jsou respondenti, co dali na doporučení známých, popř. využili webové stránky, či se inspirovali reklamou. To je dobrá známka toho, že si domácnosti uvědomují roli zákazníka, která je poptávána prodávajícími, kteří aktivně využívají souboru taktických marketingových nástrojů pro hledání nových cest k zákazníkům. U těch se pak se tvořivě snaží, aby provedli změnu dodavatele na cílovém trhu, kde je vyznaným ovlivňujícím faktorem nejen cena, ale i obchodní parametry závazkového vztahu a reference dodavatele.

## 5 Seznam použitých zdrojů

- BACHANOVÁ, Veronika, 2006. Regulace a deregulace v ČR v období 1990-2005. In: *WORKING PAPER č. 6/2006* [online]. [cit. 2021-06-25]. Dostupné z: <https://is.muni.cz/do/econ/soubory/oddeleni/centrum/papers/wp2006-06.pdf>
- BENEDIKT, Pavel a kol., 2015b. *Úvod do liberalizované energetiky - Trh s plynem* [online]. 1. Praha: Asociace energetických manažerů [cit. 2024-02-28]. ISBN 978-80-260-9211-7. Dostupné z: <https://www.mpo-efekt.cz/upload/7799f3fd595eeee1fa66875530f33e8a/kniha-trh-s-plynem.pdf>
- BENEDIKT, Pavel, 2015a. *Úvod do liberalizované energetiky - Trh s plynem*. 1. Praha: Asociace energetických manažerů. ISBN 978-80-260-9211-7. Dostupné také z: <https://www.mpo-efekt.cz/upload/7799f3fd595eeee1fa66875530f33e8a/kniha-trh-s-plynem.pdf>
- CenyEnergie, 2020. In: *Distribuční soustava elektřiny a plynu na mapě* [online]. [cit. 2021-06-26]. Dostupné z: <https://www.cenyenergie.cz/distribucni-soustava/#/promo-gas-mini>
- ČESKO, 1992. *Zákon č. 634/1992 Sb., o ochraně spotřebitele*. In: . © AION CS 2010-2021, 130/1992, číslo 634. Dostupné také z: <https://www.zakonyprolidi.cz/cs/1992-634?citace=1>
- ČESKO, 2000. *Zákon č. 458/2000 Sb, o podmínkách podnikání a o výkonu státní správy v energetických odvětvích a o změně některých zákonů (energetický zákon)*. In: . Česko: © AION CS 2010-2021, ročník 2000, 131/2000, číslo 458. Dostupné také z: <https://www.zakonyprolidi.cz/cs/2000-458?citace=1#p2-2-b-25>
- ČESKO, 2012. *Zákon č. 89/2012 Sb. Zákon občanský zákoník*. In: . AION CS, s.r.o. 2010-2021, 33/12, číslo 89. Dostupné také z: <https://www.zakonyprolidi.cz/cs/2012-89?text=419>
- ČSÚ, 2024. In: *TABULKA č. 4 Bilance zdrojové části dodávek zemního plynu v ČR – běžný měsíc roku 2021, 2022, 2023* [online]. [cit. 2024-02-23]. Dostupné z: <https://www.czso.cz/documents/10180/190425105/150185231004.pdf/cc5b3930-781d-4211-af77-2a75acda5917?version=1.1>
- FCC PUBLIC, 2017. In: *V českých zemích se svítí již 170 let* [online]. © 2014 - 2021 - FCC Public s. r. o. [cit. 2021-06-26]. Dostupné z: <http://www.odbornecasopisy.cz/clanek/v-ceskych-zemich-se-sviti-jiz-170-let--2485>

FORET, Miroslav, 2012. *Marketingový průzkum: poznáváme svoje zákazníky*. 2., aktualiz. vyd. Brno: BizBooks. ISBN 978-80-265-0038-4.

CHEMIŠINEC, Igor, 2010. *Obchod s elektřinou*. 1. vyd. Praha: Conte. ISBN 978-80-254-6695-7.

JAMISON, Mark a Sanford BERG, 2008. *Annotated reading list for the body of knowledge on infrastructure regulation*. Public Utility Research Centre: University of Florida. Dostupné také z: [https://www.researchgate.net/profile/Sanford-Berg-2/publication/253433808\\_Annotated\\_reading\\_list\\_for\\_the\\_body\\_of\\_knowledge\\_on\\_infrastructure\\_regulation/links/0a85e53b4205b397c1000000/Annotated-reading-list-for-the-body-of-knowledge-on-infrastructure-regulation.pdf](https://www.researchgate.net/profile/Sanford-Berg-2/publication/253433808_Annotated_reading_list_for_the_body_of_knowledge_on_infrastructure_regulation/links/0a85e53b4205b397c1000000/Annotated-reading-list-for-the-body-of-knowledge-on-infrastructure-regulation.pdf)

KLAPALOVÁ, Alena, 2011. *Hodnota a e-business*. 1. vyd. Brno: Masarykova univerzita. ISBN 978-80-210-5506-3.

KOUDELKA, Jan, 2006. *Spotřební chování a segmentace trhu*. Vyd. 1. Praha: Vysoká škola ekonomie a managementu. ISBN 8086730018.

KYNCLOVÁ, Hana, 2006. MINISTERSTVO PRŮMYSLU A OBCHODU. In: *Zelená kniha o bezpečné, konkurenceschopné a udržitelné energetice* [online]. MPO: MINISTERSTVO PRŮMYSLU A OBCHODU [cit. 2021-06-20]. Dostupné z: <https://www.mpo.cz/zprava12412.html>

*Lisabonská smlouva: pozměňující Smlouvu o Evropské unii a Smlouvu o založení Evropského společenství*, 2007. In: . Úřední věstník Evropské unie, 2012/C 326/01. Dostupné také z: <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/CS/TXT/HTML/?uri=CELEX:12012E/TXT&from=NL>

LOŠŤÁKOVÁ, Hana, 2009. *Diferencované řízení vztahů se zákazníky: [moderní strategie růstu výkonnosti podniku]*. 1. vyd. Praha: Grada. Expert (Grada). ISBN 978-80-247-3155-1.

MINISTERSTVEM PRŮMYSLU A OBCHODU, 2021. *Zákazníky skupiny Bohemia Energy entity přebírají dodavatele poslední instance* [online]. In: MINISTERSTVEM PRŮMYSLU A OBCHODU. [cit. 2024-02-29]. Dostupné z: <https://www.mpo.cz/cz/rozcestnik/pro-media/tiskove-zpravy/zakazniky-skupiny-bohemia-energy-entity-prebiraji-dodavatele-posledni-instance--263989/>

MUSIL, Ladislav, 2004. Tzbinfo. In: *Co možná nevíte o zemním plynu* [online]. [cit. 2021-06-19]. Dostupné z: <https://vytapeni.tzb-info.cz/vytapime-plynem/1908-co-mozna-nevite-o-zemnim-plynu>

Národní zpráva Energetického regulačního úřadu o elektroenergetice a plynárenství v České republice za rok 2011, 2012. In: *Energetický regulační úřad: Národní zprávy* [online]. Energetický regulační úřad [cit. 2021-10-24]. Dostupné z: [https://www.eru.cz/documents/10540/488670/NZ\\_2011.pdf/063b6b2a-6014-4202-a852-7653c27de290](https://www.eru.cz/documents/10540/488670/NZ_2011.pdf/063b6b2a-6014-4202-a852-7653c27de290)

Národní zpráva Energetického regulačního úřadu o elektroenergetice a plynárenství v České republice za rok 2012, 2013. In: *Energetický regulační úřad: Národní zprávy* [online]. Energetický regulační úřad [cit. 2021-10-24]. Dostupné z: [https://www.eru.cz/documents/10540/488670/NZ\\_2012.pdf/9534b2a2-58da-46b8-92b7-2061ae4c690b](https://www.eru.cz/documents/10540/488670/NZ_2012.pdf/9534b2a2-58da-46b8-92b7-2061ae4c690b)

OTE, A. S., 2022. *Roční zpráva o trhu s elektřinou a plynem v ČR 2021* [online]. In: OTE, A. S. [cit. 2024-02-24]. Dostupné z: <https://www.ote-cr.cz/cs/o-spolecnosti/rz-ote-2021.pdf>

OTE, A. S., 2021. *Roční zpráva o trhu s elektřinou a plynem v ČR 2020* [online]. In: OTE, A. S. [cit. 2024-02-28]. Dostupné z: <https://www.ote-cr.cz/cs/o-spolecnosti/ote-rocni-zprava-2020-web.pdf>

OTE, A. S., 2023. *Roční zpráva o trhu s elektřinou a plynem v ČR 2022* [online]. In: OTE, A. S. [cit. 2024-02-25]. Dostupné z: <https://www.ote-cr.cz/cs/o-spolecnosti/rz-ote-2022-web.pdf>

PAVELKOVÁ, Markéta, 2011. Ipsos. In: *Bouřlivé vody na trhu elektřiny a plynu: Poklidný trh energií v ČR se zejména v loňském roce výrazně rozhybal...* [online]. [cit. 2021-07-06]. Dostupné z: <https://www.ipsos.com/cs-cz/bourlive-vody-na-trhu-elektřiny-plynu>

PLECHANOVÁ, Běla. EUROSOP.cz. In: *Fakta o EU: 1950-1957* [online]. Redakce Euroskopu [cit. 2021-06-19]. Dostupné z: <https://www.euroskop.cz/>

STERN, Jonathan. *Natural Gas in Europe – The Importance of Russia* [online]. In: . Oxford Institute for Energy Studies [cit. 2021-06-19]. Dostupné z: [http://www.centrex.at/en/files/study\\_stern\\_e.pdf](http://www.centrex.at/en/files/study_stern_e.pdf)

TZB-info, 2019. In: *Český plynárenský svaz slaví dnes 100 let od svého založení* [online]. [cit. 2021-06-05]. Dostupné z: <https://vytapeni.tzb-info.cz/vytapime-plynem/19267-cesky-plynarensky-svaz-slavi-dnes-100-let-od-sveho-zalozeni>

Tzb-info, 2002. In: <https://www.tzb-info.cz/ceny-paliv-a-energie/1170-zmena-uctovani-spotreby-zemniho-plynu> [online]. [cit. 2021-07-10].

VYSEKALOVÁ, Jitka, 2011. *Chování zákazníka: jak odkrýt tajemství "černé skříňky"*. 1. vyd. Praha: Grada. Expert (Grada). ISBN 978-80-247-3528-3.

VYSEKALOVÁ, Jitka, 2014. *Emoce v marketingu: jak oslovit srdce zákazníka*. 1. vyd. Praha: Grada. Expert (Grada). ISBN 978-80-247-4843-6.

ZAMAZALOVÁ, Marcela, 2009. *Marketing obchodní firmy*. 1. vyd. Praha: Grada. Manažer. ISBN 978-80-247-2049-4.

ZEMNÍ PLYN: *Exkurze do plynárenství* [online]. In: . [cit. 2021-06-19]. Dostupné z: [https://www.cez.cz/edee/content/file/static/encyklopedie/encyklopedie-energetiky/02/zempl\\_4.html](https://www.cez.cz/edee/content/file/static/encyklopedie/encyklopedie-energetiky/02/zempl_4.html)

Zpráva o činnosti a hospodaření Energetického regulačního úřadu a Národní zpráva Energetického regulačního úřadu o elektroenergetice a plynárenství v České republice 2022, 2024. In: *Energetický regulační úřad* [online]. [cit. 2024-02-19]. Dostupné z: <https://eru.gov.cz/souhrnna-publikace-zprava-o-cinnosti-hospodareni-eru-narodni-zprava-eru-o-elektroenergetice-0>

Zpráva o činnosti a hospodaření Energetického regulačního úřadu za rok 2006, 2007. In: *Energetický regulační úřad: Zpráva o činnosti a hospodaření* [online]. Jihlava: Energetický regulační úřad [cit. 2021-10-24]. Dostupné z: <https://www.eru.cz/documents/10540/466497/vyrocka06.pdf/c6532fa4-4481-40ae-bcee-ef670ccd862a>

Zpráva o činnosti a hospodaření Energetického regulačního úřadu za rok 2009, 2010. In: *Energetický regulační úřad: Zpráva o činnosti a hospodaření* [online]. Energetický regulační úřad [cit. 2021-10-24]. Dostupné z: [https://www.eru.cz/documents/10540/4561144/VZ\\_ERU\\_2009.pdf/4483954b-d353-4d35-96d9-50563e5bf430](https://www.eru.cz/documents/10540/4561144/VZ_ERU_2009.pdf/4483954b-d353-4d35-96d9-50563e5bf430)



Zpráva o činnosti a hospodaření Energetického regulačního úřadu za rok 2011, 2012. In: *Energetický regulační úřad: Zpráva o činnosti a hospodaření* [online]. Energetický regulační úřad [cit. 2021-10-24]. Dostupné z: [https://www.eru.cz/documents/10540/484813/ERU+Zprava+2011\\_CZ.pdf/2acb7f24-8a4e-4f83-ae65-a78387064bd6](https://www.eru.cz/documents/10540/484813/ERU+Zprava+2011_CZ.pdf/2acb7f24-8a4e-4f83-ae65-a78387064bd6)

Zpráva o činnosti a hospodaření Energetického regulačního úřadu za rok 2014, 2016. In: *Energetický regulační úřad: Zpráva o činnosti a hospodaření* [online]. [cit. 2021-10-24]. Dostupné z: [https://www.eru.cz/documents/10540/462982/VZ\\_ERU\\_2014.pdf/d00b8e89-c343-48ad-b715-7219a489604a](https://www.eru.cz/documents/10540/462982/VZ_ERU_2014.pdf/d00b8e89-c343-48ad-b715-7219a489604a)

## 6 Seznam obrázků, tabulek, grafů a zkratk

### 6.1 Seznam obrázků

|   |    |
|---|----|
| Obrázek 1 Území distributorů v ČR, Obrázek 2 Mapa distribuční sítě v ČR.....          | 18 |
| Obrázek 3 Schématické znázornění cesty plynu od těžby po spotřebu .....               | 21 |
| Obrázek 4 Evropské tranzitní plynovody 1970 .....                                     | 21 |
| Obrázek 5 Transportní cesty ruského plynu, Obrázek 6 Mapa současné plynovodní sítě .. | 22 |
| Obrázek 7 Základní role při dodávce plynu.....  | 31 |
| Obrázek 8 Strom spotřeby .....  | 35 |
| Obrázek 9 Model černé skříňky (model podnětu a reakce).....                           | 36 |
| Obrázek 10 Černá skříňka spotřebitele.....  | 37 |

### 6.2 Seznam tabulek

|  |    |
|--|----|
| Tabulka 1 Hodnoty u malooběru v kategorii domácnost.....                     | 42 |
| Tabulka 2 Ukazatele z maloobchodního trhu .....                              | 43 |
| Tabulka 3 Spotřeba v ČR v kategorii domácnost .....                          | 44 |
| Tabulka 4 Přehled dodavatelů plynu s ukončenou činností v plynárenství ..... | 53 |
| Tabulka 5 Kontingenční tabulka absolutních četností .....                    | 66 |
| Tabulka 6 Kontingenční tabulka absolutních četností .....                    | 66 |
| Tabulka 7 Přehled očekávaných četností .....                                 | 68 |
| Tabulka 8 Kontingenční tabulka absolutních četností .....                    | 70 |
| Tabulka 10 Kontingenční tabulka absolutních četností .....                   | 72 |
| Tabulka 11 Kontingenční tabulka absolutních četností .....                   | 72 |
| Tabulka 13 Kontingenční tabulka absolutních četností .....                   | 74 |
| Tabulka 14 Kontingenční tabulka absolutních četností .....                   | 74 |
| Tabulka 15 Přehled očekávaných četností .....                                | 76 |
| Tabulka 16 Varianty odpovědí ve vážených průměrných hodnotách.....           | 78 |
| Tabulka 17 Kontingenční tabulka absolutních četností .....                   | 80 |
| Tabulka 18 Kontingenční tabulka absolutních četností .....                   | 80 |
| Tabulka 19 Přehled očekávaných četností .....                                | 83 |

### 6.3 Seznam grafů

|  |    |
|--|----|
| Graf 1 Počty změn dodavatele plynu u zákazníků kategorie domácnost .....   | 28 |
| Graf 2 Počty změn dodavatele plynu u zákazníků kategorie domácnost .....   | 29 |
| Graf 3 Vývoj počtu obchodníků (dodavatelů) a u nich zákazníky uskutečněných změn....   | 45 |
| Graf 4 Vývoje ceny komodity PXE - Zemní plyn 1 MWh v měně EUR .....  | 46 |
| Graf 5 Množství zobchodovaného plynu a průběh průměrné ceny na vnitrodenním trhu s plynem v jednotlivých týdnech roku 2021 ..... | 47 |
| Graf 6 Množství zobchodovaného plynu a průběh průměrné ceny na vnitrodenním trhu s plynem v jednotlivých týdnech roku 2022 ..... | 47 |
| Graf 7 Vývoj realizovaných cen na burze EEX v letech 2020 až 2022.....   | 48 |
| Graf 8 Podíl obchodníků na trhu s plynem dle OPM k 1.1.2021 .....  | 51 |
| Graf 9 Podíly dodavatelů na trhu s plynem na dodávkách zákazníkům v roce 2021 .....  | 52 |
| Graf 10 Podíl dodavatelů na počtu předávacích míst k 1. 1. 2023 .....  | 55 |
| Graf 11 Podíl dodavatelů na dodávkách plynu v ČR za rok 2022.....  | 61 |
| Graf 12 Věk osoby – plátce plynu za domácnost .....  | 63 |
| Graf 13 Struktura domácností .....   | 63 |
| Graf 14 Rozložení domácností podle velikostních skupiny obcí k počtu obyvatel .....  | 64 |
| Graf 15 Druh nemovitosti, pro kterou domácnost odebírá plyn .....  | 64 |
| Graf 16 Důležitost faktorů dle zákazníka .....   | 65 |
| Graf 17 Porozumění obsahu nabídek podle věku .....   | 67 |
| Graf 18 Loajalita věkových skupin k dodavateli .....   | 70 |
| Graf 19 Jak je domácnostmi sledována doba platnosti sjednaného produktu .....  | 73 |
| Graf 20 Spokojenost u zákazníků v obcích do/nad 100 000 obyvatel.....  | 75 |
| Graf 21 Preferované faktory pro výběr dodavatele plynu .....   | 78 |
| Graf 22 Je Vaše domácnost schopná unést náklady na zajištění přiměřeného vytápění? ...   | 81 |

## **6.4 Seznam použitých zkratek**

ČR – Česká republika

EU – Evropská unie

MPO – Ministerstvo průmyslu a obchodu

OTE – operátor trhu

ERÚ – Energetický regulační úřad

ZP – zemní plyn

DOM – domácnost

OPM – odběrné a předávací místo

EK – Evropská komise

PPD – Pražská plynárenská Distribuce a.s.

EEX – European Energy Exchange

CEGH – Central European Gas Hub AG

## 7 Přílohy

### Příloha 1: Dotazník

Máte před sebou dotazník, který slouží k vypracování diplomové práce. Jedná se o otázky týkající se obecně zákaznického chování při dodavatelském vztahu na trhu s plynem. Děkuji za Váš čas, který tomu věnujete.

Vyberte jednu odpověď.

**1. Jste plátcem za odebraný plyn v domácnosti pro rodinný dům nebo byt? Pokud ne, prosím dále nepokračujte.**

Ano

Ne

**2. Věk osoby – plátce plynu za domácnost:**

do 34

35 – 49

50 – 64

65 – a více

**3. Žijete v domácnosti jako:**

jednotlivec

v manželství/partnerství bez dětí

v manželství/partnerství s dětmi

otec/matka s dětmi

v manželství/partnerství již bez závislých dětí na domácnosti

samoživitel/ka s dětmi

**4. Vaše domácnost se nachází v obci, která má počet obyvatel:**

do - 100 000

100 000 a víc

**5. Vaše domácnost je v:**

domě

bytě

**6. Uved'te na základě vlastních zkušeností, do jaké míry souhlasíte s následujícími tvrzeními:**

| Vyjádření   | určitě ano | spíš ano | spíš ne | určitě ne |
|---|------------|----------|---------|-----------|
| <b>Změnu dodavatele realizuji vlastním výběrem</b>                |            |          |         |           |
| <b>Informační zdroje pro výběr dodavatele plynu jsou dostupné</b> |            |          |         |           |
| <b>Předkládané nabídky cen za dodávku plynu jsou jasné</b>        |            |          |         |           |
| <b>Hlídám si dobu platnosti svého sjednaného produktu</b>         |            |          |         |           |

**7. kolikrát jste v minulosti změnil dodavatele plynu?**

nikdy

jednou

2krát

3krát

4krát

více než 4krát

**8. Co Vás přesvědčilo k výběru svého současného dodavatele plynu?**

reklama,

telefonická nabídka prodejce energií,

převzal/a jsem po původním plátcí

doporučení známých,

webové stránky specializovaných kalkulátorů,

podomní návštěva prodejce energií.

**9. Seřad'te následující faktory podle toho, jak jsou pro vás důležité v zákaznickém vztahu s dodavatelem plynu:\***

*\*Změňte pořadí položek dle svých preferencí (1. - nejdůležitější, poslední - nejméně důležitý)*

| faktor  | Pořadí |
|---|--------|
| reference o dodavateli plynu                      |        |
| cena produktu                                     |        |
| typ smlouvy produktu (na dobou určitou/neurčitou) |        |
| dostupnost pobočky v místě bydliště zákazníka     |        |

**10. Pokud Vám prodejce energií zprostředkoval změnu dodavatele plynu, uveďte jeho hodnocení:\***

*\*Jestliže Vám nikdo změnu dodavatele plynu nezprostředkoval, tak prosím vyplňte v každém řádku nevím/nedokážu posoudit.*

| aspekty  | ano | spíše ano | spíše ne | ne | nevím/<br>nedokážu<br>posoudit |
|--|-----|-----------|----------|----|--------------------------------|
| Ocenil/a jste, že vám byla učiněna nabídka?                    |     |           |          |    |                                |
| Odpovídala nabídka Vaším představám?                           |     |           |          |    |                                |
| Důvěřoval/a jste prodejci při poskytnutí nabídky?              |     |           |          |    |                                |
| Uvažoval/a jste již před nabídkou o změně dodavatele plynu?    |     |           |          |    |                                |
| Byla komunikace s prodejcem plynu pro Vás přínosem?            |     |           |          |    |                                |
| Zvažoval/a jste rozhodnutí s prodejcem rovnou sjednat smlouvu? |     |           |          |    |                                |
| Doporučil/a byste známým tento způsob změny dodavatele?        |     |           |          |    |                                |

**11. Jak byste obecně zhodnotil/a svou celkovou zkušenost s prodejcem plynu?**

velmi spokojen/a

spíše spokojen/a

spíše nespokojen/a

velmi nespokojen/a

**12. V případě, že Vás kontaktuje prodejce energií a poskytne nabídku pro změnu dodavatele plynu, necháte si porovnat její výhodnost ceny oproti stávající smlouvě?**

určitě ano

spíše ano

spíše ne

určitě ne

**13. Je Vaše domácnost schopná unést náklady na zajištění přiměřeného vytápění?**

určitě ano

spíše ano

spíše ne

určitě ne