

Očima Ipsosu

Bouřlivé vody na trhu elektřiny a plynu



Poklidný trh energií v ČR se zejména v loňském roce výrazně rozhýbal. Od plné liberalizace trhu s elektřinou v roce 2006 a plynem v roce 2007, kdy se trh po firmách otevřel také domácnostem, změnilo dodavatele těchto komodit několik stovek tisíc odběratelů. Tyto změny dokumentují jak „tvrdá“ data Energetického regulačního úřadu, tak „měkká“ data z nejrůznějších výzkumů agentury Ipsos.

– Text: Markéta Pavelková, Ipsos, Account Director

Jen za první čtyři měsíce letošního roku změnilo dodavatele elektřiny 175 000 odběratelů, což představuje asi 70% změn uskutečněných v průběhu celého roku 2010. U plynu byl dokonce počet změn od ledna do dubna 2011 o 15 tisíc vyšší než počet změn realizovaných během roku 2010 (viz tabulka Počet změn...). „V loňském roce jsme byli potěšeni rostoucí tendencí počtu změn dodavatelů, dynamika prvního kvartálu letošního roku nás velmi příjemně překvapila. Současný stav je lehce nad naším očekáváním,“ komentuje aktuální situaci Blahoslav Němeček, místopředseda ERÚ. „Pokud mohu srovnávat náš trh a jeho funkčnost, jednoznačně dominujeme především mezi dvanáctkou nových členských zemí. V porovnání i s původní patnáctkou patříme dnes už k lepšímu průměru. Pokud jde o počty změn dodavatelů, předčí nás např. Velká Británie, Holandsko a severské země.“

POČET ZMĚN DODAVATELE ELEKTŘINY/PLYNU (dle počtu odběrných a předávacích míst)

Období	Elektřina	Plyn
Leden – prosinec 2010	249 181	84 392
Leden – duben 2011	175 386	100 323

Zdroj: Operátor trhu s elektřinou, www.ote-cr.cz

Trh reaguje rychle

Konkurenci rozvířil nejen vstup menších alternativních dodavatelů, ale i nabídka „druhé komodity“ od zavedených dodavatelů. V loňském roce začal plynárenský gigant RWE nabízet zákazníkům elektřinu, stejně tak jednička v dodávkách elektřiny ČEZ přišla s nabídkou plynu.

Aktivity dodavatelů a mediální podpora tohoto tématu výrazně přispívají k nárůstu informovanosti populace. Zatímco v prosinci 2009 vědělo o možnosti změny dodavatele elektřiny 55% představitelů domácností, nyní je povědomí 97%. U plynu



vzrostlo toto povědomí ze 45% v prosinci 2009 na 90% v dubnu 2011 (viz Graf 1).

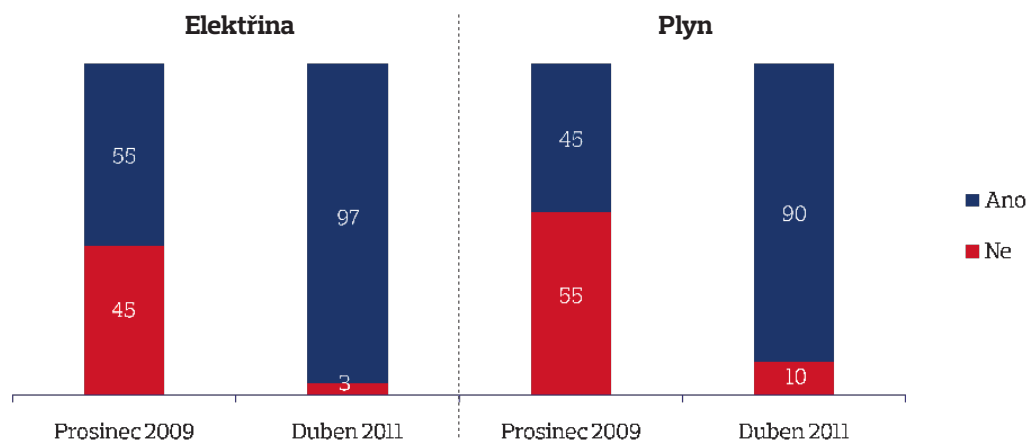
Jaké jsou důvody pro změnu dodavatele?

Že budou změny dodavatelů v letošním roce ještě pokračovat, naznačují výsledky aktuálního výzkumu Ipsos. O změně dodavatele elektřiny v ná-

sledujících 6 měsících uvažuje 15% domácností, o změně dodavatele plynu pak 11% domácností (viz Graf 2).

„Česká populace je velice citlivá na vstřícné cenové nabídky, takže není překvapením, že primárním důvodem pro změnu dodavatele je nižší cena za komoditu. Tento důvod uvedly ¾ těch, co zvažují změnu dodavatele elektřiny, a 2/3 těch, co

GRAF 1 – POVĚDOMÍ O MOŽNOSTI ZMĚNY DODAVATELE ELEKTŘINY/PLYNU



Zdroj: Exkluzivní výzkum Ipsos pro Skupinu ČEZ, prosinec 2009, n = 1074, osoby rozhodující/spolurozhodující o dodavateli elektřiny
Výzkum Ipsos, duben 2011, n = 429, osoby rozhodující/spolurozhodující o dodavateli elektřiny, v %

zvažují změnu dodavatele plynu,“ říká k výzkumu Tomáš Macků, Research and Communication Director Ipsos. S očekávanou úsporou souvisí i druhý nejčastější důvod pro změnu dodavatele, kterým jsou akční nabídky konkurence (zhruba ¼ těch, co zvažují změnu). Potřebu sjednotit dodavatele obou komodit uváděli jako důvod častěji ti, co plánují měnit dodavatele plynu (25 % u plynu vs. 14 % u elektřiny). Toto vnímání s ohledem na nižší plynofikaci než elektrifikaci populace mírně nahrává dodavatelům elektřiny. Nespokojenost se stávajícím dodavatelem i očekávané lepší služby u nového dodavatele představují spíše méně frekventované důvody pro změnu (Zdroj: výzkum Ipsos, duben 2011).

Potřeba kultivace vztahu dodavatelů a spotřebitelů

Vyšší konkurence na trhu také zintenzivňuje akviziční snahy dodavatelů, což ilustrují výsledky výzkumu Ipsos. Zatímco v červenci 2010 byla konkurenčním dodavatelem elektřiny oslovena třetina domácností, v dubnu 2011 již byla oslovena každá druhá domácnost, konkrétně 56 % (zdroj: Exkluzivní výzkum Ipsos pro Skupinu ČEZ, červenec 2010; výzkum Ipsos, duben 2011).

Vzrůstající konkurenční boj znamená vyšší nároky na nastavení podmínek pro fungování na trhu. „Systém je z pohledu úřadu nastaven v zásadě správně, je ale třeba přistoupit k zásadní kultivaci vztahu dodavatelů ke spotřebitelům z řad domácností,“ upozorňuje Blahoslav Němeček z ERÚ. Energetický regulační úřad se potýká jak se stížnostmi ze strany energetických společností, tak ze strany koncových spotřebitelů. „Velkým problémem je nerespektování výpovědních lhůt smluv s původními dodavateli a z toho vznikajícími zmatky. Zákazníci zde zbytečně riskují případné smluvní pokuty nebo náhrady. Občas se vyskytují i zbytečné obstrukce distributorů a původních dodavatelů. Bohužel, stále se v hojné míře vyskytují nekalé obchodní praktiky, zejména při podomní formě prodeje,“ dodává Němeček.



David proti Goliáš

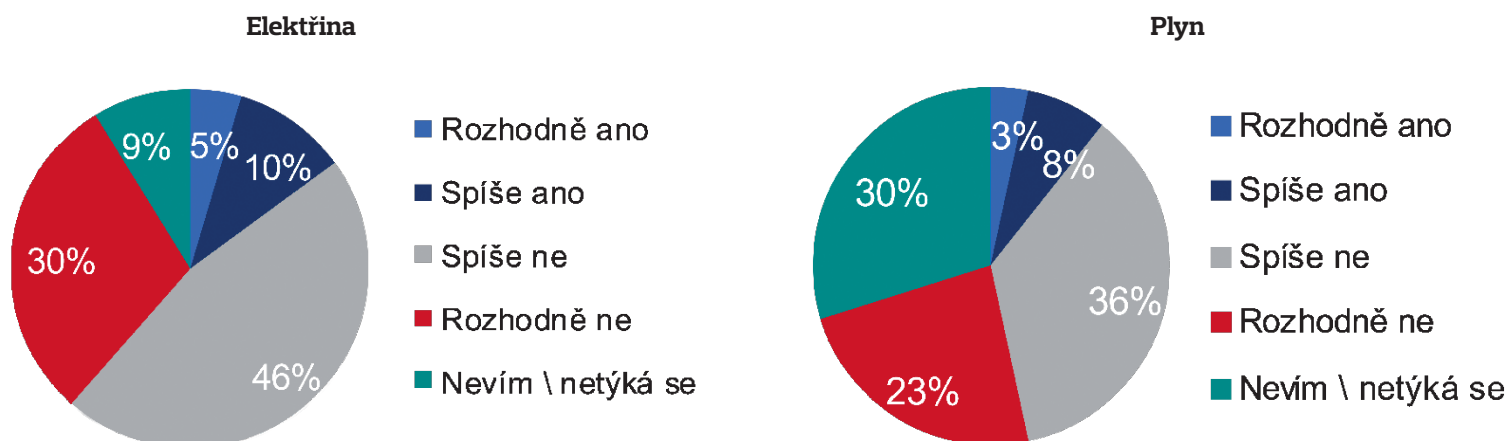
Zejména velcí dodavatelé se proti agresivní akviziční politice a nekalým praktikám některých dodavatelů snaží bojovat. „Skupina ČEZ dlouhodobě vzdělává zákazníky, aby měli informace o rizicích podomního prodeje. Řada aktivit naráží na blok, že nejvíce ohrožená skupina 65+ je těžce dosažitelná takovýmto sdělením. Přes média není upozornění dostatečné a i běžné kriminální praktiky na důchodcích vyskytující se pravidelně ve večerních zprávách neodradí další a další z nich od neuváženého vpuštění cizího člověka do bytu. Důležité obálky, mezi nimi i s logem ČEZ, dávají na hromádku pro děti, ať je projdou při nedělní návštěvě. Ty pak pro ně zbytečné informace vyhodí a zamýšlení adresáti se k nim nedostanou. Chceme, aby se elektřina a plyn staly tématem, o kterém se senioři radí s dětmi a vnoučaty, stejně jako třeba o tarifu pro mobilní telefon,“ říká Bohdana

Horáčková, ředitelka komunikace Skupiny ČEZ. Důležitost zajištění férových vztahů mezi dodavateli a spotřebiteli dokazují také výsledky výzkumu společenské odpovědnosti firem CSR Research 2010 realizovaného společností Ipsos na podzim 2010. Po ochraně životního prostředí (52 %) a snižování dopadu provozu firmy na životní prostředí (44 %) je pravdivá komunikace k zákazníkům (32 %) třetí nejdůležitější CSR oblastí, na kterou by se měly soustředit energetické společnosti.

Co dál?

Lze předpokládat, že v letošním roce se uklidnění situace na trhu nedočkáme. Jedním z významných úkolů pro dodavatele energií bude hledání nových cest, jak dále posilovat loajalitu a věrnost svých zákazníků pro oslabení vlivu cenových útoků konkurentů. A výzkumy Ipsos potvrzují, že si to firmy uvědomují. ■

GRAF 2 – PODÍL LIDÍ, KTERÍ UVAŽUJÍ O ZMĚNĚ DODAVATELE ELEKTŘINY NEBO PLYNU



Zdroj: Výzkum Ipsos, duben 2011, n = 522, reprezentativní vzorek populace