

**SLOVENSKÁ POĽNOHOSPODÁRSKA UNIVERZITA V
NITRE
FAKULTA EKONOMIKY A MANAŽMENTU**

2129508

DIPLOMOVÁ PRÁCA

2011

Bc. Ivana Ráčová

**SLOVENSKÁ POĽNOHOSPODÁRSKA UNIVERZITA V
NITRE
FAKULTA EKONOMIKY A MANAŽMENTU**

**POSÚDENIE KONKURENČNÉHO PROSTREDIA V
PLYNÁRENSTVE**

Diplomová práca

Študijný program:	Ekonomika podniku
Študijný odbor:	6284800 Ekonomika a manažment podniku
Školiace pracovisko:	Katedra ekonomiky
Školiteľ:	prof. Ing. František Kuzma, PhD.

Nitra 2011

Bc. Ivana Ráčová

ABSTRAKT

Diplomová práca Posúdenie konkurenčného prostredia v plynárenstve sa zaoberá zmenou prostredia, v ktorom bol do roku 2002 Slovenský plynárenský priemysel, a.s. spoločnosťou veľmi podobnou spoločnosti z obdobia komunizmu.

Od roku 2002 vplyvom neustáleho tlaku slovenského regulačného orgánu a Európskej únie s cieľom vytvoriť podmienky na liberalizovaný trh s plynom sa spoločnosť SPP musela prispôbiť novým požiadavkám a meniacej sa legislatíve.

Trh s plynom na Slovensku bol otvorený 1. októbra 2002 pre odberateľov, ktorí odoberali viac ako 25 miliónov m³ zemného plynu ročne. Od 1. januára 2005 všetci odberatelia, s výnimkou domácností, si mohli vybrať svojho dodávateľa. Otvorenie trhu pre všetkých odberateľov vyvrcholilo 1. júla 2007.

Cieľom liberalizácie trhu bolo vytvoriť konkurenčné prostredie aj pri existencii prirodzených monopolov, umožniť na jednej strane odberateľom plynu voľbu dodávateľa a na druhej strane ponúknuť existenciu rovnocennej súťaže medzi jednotlivými dodávateľmi a tiež postupne vytvoriť prirodzený tlak na zvyšovanie ekonomickej efektívnosti.

Zostáva priestor na realizáciu opatrení zameraných na zabezpečenie rovnosti podmienok pre všetkých účastníkov trhu, na zníženie rizík dominantného postavenia jednotlivých účastníkov trhu a koristníckeho správania sa, ako aj na zabezpečenie uplatnenia nediskriminačných taríf za prenos a distribúciu plynu a to na základe zverejnených taríf pred ich vstupom do platnosti, ako aj na zabezpečenie ochrany práv odberateľov.

Kľúčové slová: zemný plyn, konkurenčné prostredie, komodita, energia, segmenty.

ABSTRACT

Thesis Assessment of the Competitive Environment in the Gas Industry is concerned with changing environment in which SPP was recognized as a company similar to those of the communist period up until 2002.

Since 2002, due to constant pressure Slovak Regulatory Authority and the European Union created the conditions for a liberalized gas market and SPP had to adapt to new requirements and changing legislation.

The gas market in Slovakia was opened in October 2002 for customers whose annual consumption reaches 25 million cubic meters. Starting January 2005, all customers, except households, can choose their supplier. Market opened for all consumers first peaked July 2007.

The market liberalization aimed to create a competitive environment even in the existence of natural monopolies and to permit the gas customer choice of supplier and on the other hand to offer the existence of an equivalent competition between various suppliers and have gradually become a natural pressure to increase economic efficiency. There is space for implementing measures aimed at ensuring equal conditions for all market participants to reduce the risks of dominating status of individual market participants and predatory behavior, as well as ensuring the application of non-discriminatory tariffs for transmission and distribution of gas on the basis of published tariffs before they enter legislation, as well as to safeguard the rights of customers.

Key words: natural gas, competitive environment, commodity, energy, segments.

Čestné vyhlásenie

Podpísaná Ivana Ráčová vyhlasujem, že som záverečnú prácu na tému „Posúdenie konkurenčného prostredia v plynárenstve“ vypracovala samostatne s použitím uvedenej literatúry.

Som si vedomá zákonných dôsledkov v prípade, ak uvedené údaje nie sú pravdivé.

V Nitre, 04.04.2011

Ivana Ráčová

Pod'akovanie

Na tomto mieste by som rada poďakovala spoločnosti Slovenský plynárenský priemysel, akciová spoločnosť za to, že mi umožnila nazrieť do svojich vnútorných procesov, za poskytnuté informácie z oblasti plynárenstva a za vzácny čas strávený spoločnými konzultáciami.

Rovnako by som chcela poďakovať vedúcemu tejto práce prof. Ing. Františkovi Kuzmovi, PhD. za jeho cenné rady.

POUŽITÉ OZNAČENIE

DMM – denné maximálne množstvo

EÚ – Európska únia

FO – ťažký vykurovací olej

GO – ľahký vykurovací olej

IPE – International Petroleum Exchange – Medzinárodná ropná burza v Londýne

LNG – Liquid Natural Gas – Skvapalnený zemný plyn

OPEC – Zoskupenie krajín vyvážajúcich ropu

OZE – Obnoviteľné zdroje energie

OA – sekcia riadenia kľúčových zákazníkov

OK – sekcia komerčného trhu a obcí

OR - sekcia masového trhu

RZM – ročné zmluvné množstvo

SPP – Slovenský plynárenský priemysel, a.s.

ZP – zemný plyn

ToP – „ber alebo plat“

OBSAH

ÚVOD	9
1 SÚČASNÝ STAV RIEŠENEJ PROBLEMATIKY DOMA A V ZAHRANIČÍ	10
1.1 Zákony, vyhlášky a rozhodnutia, upravujúce podnikanie vo všeobecnosti a podnikanie v energetike	10
1.2 SMERNICA EURÓPSKEHO PARLAMENTU A RADY Č: 2003/55/ES z 26. júna 2003, ktorá sa týka spoločných pravidiel pre vnútorný trh so zemným plynom a ktorou sa ruší smernica 98/30/ES.....	13
1.3 Nákup a predaj zemného plynu.....	15
1.4 Segmentácia trhu.....	15
1.5 Nedokonalá konkurencia.....	17
1.6 Cenová diskriminácia.....	18
1.7 Regulovanie činnosti monopolu.....	19
1.8 Trhové štruktúry.....	19
1.9 Hlavné toky zemného plynu vo svete a v Európe.....	20
1.10 Konkurencia, jej formy a členenie	21
1.11 Organizácia konkurencie.....	23
1.12 Malé podniky chcú liberalizáciu energetického trhu	24
1.13 Zemný plyn – spotreba.....	25
1.14 Cenová politika podniku	26
1.15 Konkurencia	27
1.16 Vyjednávajúca organizácia: strategická výhoda	27
1.17 Rozbor cien konkurencie.....	28
2 CIEĽ PRÁCE	29
3 METODIKA PRÁCE	30
4 VÝSLEDKY PRÁCE	32
4.1 Zemný plyn – jeho postavenie na trhu s energiami.....	32
4.1.1 Doprava zemného plynu na územie Slovenskej republiky, jeho tranzit a distribúcia v SR	32
4.1.2 Výhody zemného plynu	35
4.1.3 Nevýhody zemného plynu.....	36
4.1.4 Zemný plyn – cenová politika.....	36

4.2	Slovenský plynárenský priemysel, a.s. – predstavenie ako dominantného obchodníka na trhu so zemným plynom	37
4.3	Analýza konkurencie na slovenskom plynárenskom trhu.....	39
4.3.1	Konkurenti SPP	40
4.3.2	Porovnanie ponúk konkurentov a SPP na dodávku ZP.....	44
5	DISKUSIA	48
6	NÁVRH NA VYUŽITIE VÝSLEDKOV	51
7	ZÁVER	52
8	LITERATÚRA.....	54

ÚVOD

Slovenské hospodárstvo prešlo v posledných rokoch rozsiahlymi zmenami. Došlo k zásadnej zmene v oblasti spoločensko-ekonomických procesov. Základom je prechod od centrálne riadeného hospodárstva na trhové. Táto zmena si vyžiadala zmenu myslenia a konania firiem. V konkurenčnom prostredí úspešnosť podniku závisí predovšetkým od jeho pružnosti, adaptability a prispôsobovaniu sa podmienkam na trhu. V silnej konkurencii môžu obstáť len podniky, ktoré okrem zvyšovania technickej úrovne, kvality výrobkov a služieb dôsledne uplatňujú najmodernejšie poznatky a postupy marketingu, dokážu operatívne reagovať na meniace sa podmienky, a následne poskytnúť vhodný marketingový mix. V energetickom odvetví cena zostáva veľmi dôležitým faktorom. Správne stanovenie ceny je pre firmu kľúčovým rozhodnutím, ktoré ovplyvňuje jej pôsobenie a celkovú úspešnosť na trhu a možnosť obstáť v tvrdom konkurenčnom boji.

Tému Posúdenie konkurenčného prostredia v plynárenstve som si vybrala hlavne preto, že pracujem ako manažér predaja zemného plynu v Slovenskom plynárenskom priemysle, a.s.

Konkurenčné prostredie v oblasti plynárenstva možno posudzovať z dvoch hľadísk:

1. konkurencia z pohľadu komodít – uhlie, jadrová energia, vodná energia, biomasa a odpad, ropa + ostatné,
2. konkurencia z pohľadu vstupujúceho na trh so zemným plynom.

Moja diplomová práca je zameraná na konkurenčné prostredie po vstupe nových podnikateľských subjektov do plynárenského odvetvia, tiež analýza konkurenčného prostredia rôznych energetických komodít.

Štruktúru mojej diplomovej práce tvoria nasledovné kapitoly:

- zemný plyn - jeho postavenie na trhu s energiami,
- Slovenský plynárenský priemysel, a.s. - predstavenie ako dominantného obchodníka na trhu so zemným plynom,
- analýza konkurencie na slovenskom plynárenskom trhu.

1 SÚČASNÝ STAV RIEŠENEJ PROBLEMATIKY DOMA A V ZAHRANIČÍ

1.1 Zákony, vyhlášky a rozhodnutia, upravujúce podnikanie vo všeobecnosti a podnikanie v energetike

Formy podnikania na území Slovenskej republiky upravuje **obchodný zákonník č. 513/1991 Zb. v znení neskorších predpisov**, umožňujúci založenie štyroch druhov obchodných spoločností, ktorými sú verejná obchodná spoločnosť, komanditná spoločnosť, spoločnosť s ručením obmedzeným a akciová spoločnosť.

Zahraničné osoby (právnické osoby so sídlom na území Slovenskej republiky, fyzické osoby s bydliskom mimo územia Slovenskej republiky) môžu podnikat' na území Slovenskej republiky za rovnakých podmienok a v rovnakom rozsahu ako slovenské osoby. Oprávnenie podnikat' na území SR vzniká zahraničnej právnickej osobe dňom zápisu do obchodného registra.

Založenie akciovej spoločnosti

Akciová spoločnosť sa zakladá zakladateľskou zmluvou, (ak spoločnosť zakladajú dve a viac osôb) alebo zakladateľskou listinou, ak spoločnosť zakladá jediný zakladateľ - právnická osoba. Zakladateľská listina aj zakladateľská zmluva musia byť vyhotovené vo forme notárskej zápisnice. Súčasťou zakladateľskej listiny/zakladateľskej zmluvy sú aj stanovy.

Založenie akciovej spoločnosti je možné uskutočniť bez výzvy na upisovanie akcií a to v prípade, ak sa osoby ktoré zakladajú akciovú spoločnosť dohodnú, že splatia celé základné imanie aspoň v minimálnej výške, alebo s výzvou na upisovanie akcií, v prípade ak zakladatelia nesplatia celé základné imanie, ale zabezpečia vytvorenie základného imania od tretích osôb na základe uverejnenej výzvy na upisovanie akcií.

Zakladateľská zmluva obsahuje údaje stanovené zákonom:

- obchodné meno, sídlo a predmet podnikania spoločnosti,
- navrhované základné imanie,
- počet akcií, ich menovitú hodnotu, formu a podobu, emisný kurz akcií, počet akcií, ktoré upisujú zakladatelia,

- určenie predmetu nepeňažného vkladu a určenie peňažnej sumy, v akej sa nepeňažný vklad započítava za plnenie emisného kurzu,
- určenie správcu vkladu,
- predpokladané náklady spoločnosti súvisiace so založením a vznikom spoločnosti.

V prípade, ak sa spoločnosť zakladá na základe výzvy na upisovanie akcií, zakladateľská zmluva obsahuje ešte ďalšie náležitosti stanovené zákonom.

Stanovy obsahujú údaje stanovené zákonom:

- obchodné meno a sídlo spoločnosti,
- predmet podnikania spoločnosti,
- výška základného imania a spôsob splácania akcií,
- počet akcií, ich menovitú hodnotu a podobu, určenie, či akcie znejú na meno, alebo na doručiteľa,
- spôsob zvolávania valného zhromaždenia, jeho pôsobnosť a spôsob rozhodovania,
- počet členov predstavenstva, dozornej rady, vymedzenie ich pôsobnosti a spôsob rozhodovania,
- výška začiatočného rezervného fondu,
- spôsob rozdelenia zisku,
- dôsledky porušenia povinnosti splatiť včas upísané akcie,
- spôsob zvyšovania, znižovania základného imania,
- postup pri zmene a dopĺňaní stanov.

Zakladatelia spoločnosti sú povinní upísať celú hodnotu základného imania a splatiť svoj peňažný vklad minimálne vo výške 30%. Po založení spoločnosti podajú všetci členovia predstavenstva návrh na zápis spoločnosti do obchodného registra, na ktorom musia byť overené ich podpisy, spolu s prílohami, ktoré stanovuje zákon. Na základe povolenia registrového súdu o zápise spoločnosti do obchodného registra vzniká spoločnosť ako právny subjekt.

Zbierka zákonov č. 409/2007 – Nariadenie vlády Slovenskej republiky, ktorým sa ustanovujú pravidlá pre fungovanie trhu s plynom.

§ 18 Podmienky dodávky plynu

- (1) Dodávka plynu sa uskutočňuje na základe zmluvy o dodávke plynu.
- (2) Množstvo odobratého plynu sa meria a účtuje na základe údajov určeného meradla alebo diagramu podľa § 32.
- (3) Vyúčtovanie dodávky plynu odberateľovi plynu okrem odberateľov plynu v domácnosti obsahuje údaje podľa uzatvorených zmlúv súvisiacich s dodávkou plynu, a to samostatne vyčíslený údaj o cene za poskytnuté služby súvisiace s dodávkou plynu, distribúciou plynu, prepravou plynu a podpornými službami.

Zákon 656/2004 Z.z. o energetike

§ 4 Podnikanie v energetike

- (1) Podnikaním v energetike je:
 - a) výroba, prenos, distribúcia a dodávka elektriny,
 - b) výroba, preprava, distribúcia, uskladňovanie a dodávka plynu,
 - c) prevádzkovanie potrubí na prepravu pohonných látok alebo ropy,
 - d) prevádzkovanie zariadenia na plnenie tlakových nádob,
 - e) prevádzkovanie zariadenia na rozvod skvapatleného plynného uhl'ovodíka,
- (2) Podnikaním v energetike nie je výroba elektriny, prenos elektriny, distribúcia elektriny, výroba plynu, distribúcia plynu pre vlastnú spotrebu.

§ 48 Práva a povinnosti dodávateľa plynu

- (1) Dodávateľ plynu má právo:
 - a) predávať plyn odberateľom plynu v rozsahu a za podmienok vymedzených v povolení na dodávku plynu,
 - b) na dopravu plynu, ktorý spĺňa technické a obchodné podmienky na dopravu plynu prepravnou sieťou a distribučnou sieťou podľa tohto zákona,
 - c) na uskladnenie plynu, ktorý spĺňa technické podmienky podľa § 17 na uskladnenie plynu v zásobníkoch podľa tohto zákona,
 - d) požiadať prevádzkovateľa prepravnej siete a prevádzkovateľa distribučnej siete o prerušenie alebo obmedzenie prepravy alebo distribúcie plynu odberateľovi, pre ktorého dodávateľ uzatvoril zmluvu o doprave plynu s prevádzkovateľom siete.
- (2) Dodávateľ plynu je povinný:

- a) pred uzatvorením zmluvy o dodávke plynu na vymedzenom území dohodnúť sa so svojimi odberateľmi a dodávateľmi plynu na splnení technických podmienok a obchodných podmienok dopravy plynu v prepravnej sieti a v distribučnej sieti,
 - b) zabezpečiť bezpečné a spoľahlivé dodávky plynu svojim odberateľom plynu za podmienok dohodnutých v zmluve,
 - c) poskytovať odberateľom informácie týkajúce sa cien a technických podmienok dodávky,
 - d) poskytovať prevádzkovateľovi siete, ktorej je užívateľom, technické údaje zo zmlúv o dodávke plynu,
 - e) poskytovať prevádzkovateľovi siete technické údaje zo zmlúv o uskladňovaní plynu, ak sú príslušné zásobníky pripojené k distribučnej sieti,
 - f) v prípade stavu núdze riadiť sa opatreniami plynárenského dispečingu alebo príslušného dispečingu,
 - g) dodržiavať rovnováhu medzi množstvom plynu vstupujúcim do siete a množstvom plynu súčasne vystupujúcim zo siete, ktorej je užívateľom.
- (3) Ak je na vymedzenom území viacero držiteľov povolenia, ktorí majú právo dodávať plyn koncovým odberateľom plynu, určí ministerstvo rozhodnutím držiteľa povolenie na dodávku, ktorý bude dodávať plyn odberateľom, ktorí nie sú oprávnenými odberateľmi plynu.

Rozhodnutie – Úrad pre reguláciu sieťových odvetví

Pri prekročení zmluvne dohodnutej dennej distribučnej kapacity pre odberné miesta zaradené v tarifných skupinách S, Va, Vb, Vc, Vd alebo Ve sa platí za dve najvyššie prekročenia v danom mesiaci za celý objem prekročenia nad zmluvne dohodnutú dennú distribučnú kapacitu na odbernom mieste.

1.2 SMERNICA EURÓPSKEHO PARLAMENTU A RADY Č: 2003/55/ES z 26. júna 2003, ktorá sa týka spoločných pravidiel pre vnútorný trh so zemným plynom a ktorou sa ruší smernica 98/30/ES

Všeobecné pravidlá pre usporiadanie odvetvia, článok 3

Povinnosti služby vo verejnom záujme a ochrana spotrebiteľa

1. Členské štáty zabezpečia na základe svojho inštitucionálneho usporiadania, s náležitým prihliadnutím k princípu subsidiarity, aby bez toho, aby boli dotknuté ustanovenia odseku 2 plynárenské podniky boli prevádzkované v súlade s princípmi tejto smernice, s cieľom dosiahnuť konkurenčný, bezpečný a environmentálne udržateľný trh so zemným plynom a nerobia medzi týmito podnikmi rozdiely čo sa týka ich práv a povinností.
2. Berúc plne do úvahy príslušné ustanovenia zmluvy, najmä jej článku 86, môžu členské štáty uložiť podnikom pôsobiacim v plynárenskom sektore vo všeobecnom ekonomickom záujme povinnosti služby vo verejnom záujme, ktoré sa môžu týkať bezpečnosti, vrátane zabezpečenia dodávky, pravidelnosti, kvality a ceny dodávok, ako aj ochrany životného prostredia, vrátane energetickej efektívnosti a ochrany ovzdušia. Tieto povinnosti majú byť jasne definované, transparentné, nediskriminačné, overiteľné a majú zaručovať rovnosť prístupu plynárenských spoločností EU k národným spotrebiteľom. Vo vzťahu k bezpečnosti dodávky, energetickej efektívnosti/riadeniu strany spotreby a pre splnenie environmentálnych cieľov, ako sú definované v tomto odseku, môžu členské štáty zaviesť implementáciu dlhodobého plánovania, berúc do úvahy možnosť, že o prístup do sústavy sa usilujú aj tretie strany.
3. Členské štáty prijímú vhodné opatrenia na ochranu koncových odberateľov a na zabezpečenie vysokej úrovne ochrany spotrebiteľa, najmä zabezpečia vhodné záruky na ochranu zraniteľných odberateľov, vrátane vhodných opatrení, ktoré im pomôžu brániť sa proti odpojeniu. V tejto súvislosti môžu prijať vhodné opatrenia na ochranu odberateľov v odľahlých oblastiach, ktorí sú pripojení na plynárenskú sústavu. Členské štáty zabezpečia, aby bol oprávnený odberateľ účinne schopný prejsť k inému dodávateľovi. Prinajmenšom v prípade odberateľov z radov domácností tieto opatrenia zahŕňajú opatrenia uvedené v prílohe A.
4. Členské štáty zavedú vhodné opatrenia na dosiahnutie cieľov sociálnej a hospodárskej súdržnosti, ochrany životného prostredia, ktorých súčasťou môžu byť aj prostriedky na boj proti klimatickým zmenám a bezpečnosti dodávky. Medzi tieto opatrenia môže patriť najmä poskytnutie vhodných ekonomických stimulov pre údržbu a výstavbu nevyhnutnej sieťovej infraštruktúry, vrátane prepojovacej kapacity, s využitím tam, kde je to vhodné, všetkých existujúcich nástrojov na národnej úrovni aj na úrovni spoločenstva.
5. Členské štáty sa môžu rozhodnúť neuplatňovať ustanovenia článku 4 vo vzťahu k distribúcii, pokiaľ by ich uplatnenie bolo právnou alebo faktickou prekážkou pri

plnení povinností uložených plynárenským podnikom vo všeobecnom ekonomickom záujme a pokiaľ by rozvoj obchodu nebol ovplyvnený v takom rozsahu, aby to bolo v rozpore so záujmami spoločnosti. Medzi záujmy spoločnosti okrem iného patrí hospodárska súťaž vzhľadom k oprávneným odberateľom v súlade s touto smernicou a s článkom 86 zmluvy.

6. Členské štáty po zavedení tejto smernice informujú Komisiu o všetkých opatreniach prijatých na splnenie povinnosti služby vo verejnom záujme, vrátane ochrany spotrebiteľa a životného prostredia, a ich možnom účinku na národnú a medzinárodnú hospodársku súťaž, bez ohľadu na to, či takéto opatrenia vyžadujú alebo nevyžadujú odchýlky od ustanovení tejto smernice. Následne každé dva roky Komisiu informujú o všetkých zmenách týchto opatrení, bez ohľadu na to, či vyžadujú odchýlky od tejto smernice, alebo nie.

1.3 NÁKUP A PREDAJ ZEMNÉHO PLYNU

Nákup zemného plynu je pre SPP zabezpečený najmä dovozom z Ruskej federácie. Za účelom zabezpečenia bezporuchového a plynulého zásobovania odberateľskej sféry je zmluvne zabezpečené jeho skladovanie v podzemnom zásobníku Láb. Ešte v roku 2000, keď sa predpokladalo, že o pol dekády neskôr bude spotreba 9,6 mld. m³ sa pripravovali rozsiahle skladovacie kapacity adekvátne veľkosti plánovanej spotreby, ktorú však SR nikdy nedosiahla. Bráni tomu tzv. destinačná klauzula, ktorá bola súčasťou všetkých uzatvorených zmlúv s ruským Gazpromom. Podľa nej odberateľ plynu mohol obchodovať len na území svojho štátu. Nové kontrakty na dovoz ZP od Gazpromu už túto klauzulu neobsahujú (Baláž, P. 2008).

1.4 SEGMENTÁCIA TRHU

Veľkú dôležitosť na rozdelenie trhu na segmenty opisuje vo svojej publikácii Kretter a i. (2008). Tvrdí, že existujú tri prístupy k segmentácii trhu:

- Jednoúrovňová segmentácia. Pri tomto prístupe je vybraná iba jedna zo siedmich možných segmentačných základní – geografia, demografia, účel, psychografia, správanie, vzťah k produktu a distribučné cesty.
- Dvojúrovňová segmentácia. Po aplikácii prvej segmentačnej základne je trh ďalej rozčlenený použitím druhej segmentačnej základne.

- Mnohoúrovňová segmentácia. Základom je výber primárnej segmentačnej základne a po nej nasledujú ďalšie dve alebo viac základní. Marketéri sa musia pokúsiť diferencovať segmentačné základne, či už samostatné alebo v kombinácii tak, aby mohla byť vytvorená najpriaznivejšia štruktúra trhu.

K najdôležitejším segmentačným základniam patria:

- Geografická segmentácia

Znamená rozčlenenie trhu na skupiny zákazníkov podľa rozdielnych geografických jednotiek ako sú národy, regióny, štáty, krajiny, mestá a pod. Podniky sa teda môžu rozhodnúť či budú pôsobiť v jednej alebo niekoľkých geografických oblastiach, resp. vo všetkých oblastiach, ale potom musia venovať pozornosť geograficky rozdielnym potrebám a prániam. Výber geografických faktorov je ovplyvnený obchodným miestom a geografickým územím, v ktorom sa podniky snažia získať väčšinu zákazníkov.

- Demografická segmentácia

Tu dochádza k členeniu trhu na skupiny, napríklad podľa veku, pohlavia, veľkosti rodiny, životného cyklu rodiny, príjmov, vzdelania, viery, rasy, národnosti atď. Demografické faktory patria k najpopulárnejším pri segmentácii skupín zákazníkov.

- Psychografická segmentácia

Je založená na psychologickom profile zákazníka a psychologicky orientovaných meradlách, rozdielnych spôsoboch života a životného štýlu, ktorý je charakterizovaný zvyklosťami, podľa ktorých ľudia trávia svoj čas podľa toho, aké veci považujú za dôležitejšie, čo si myslia o sebe samých a okolitom svete. Činnosti ľudí, záujmy a názory sú rôzne.

- Segmentácia podľa správania zákazníkov

Táto segmentácia člení zákazníkov podľa ich podielu na spotrebe, užívateľského potenciálu a statusu, vernosti k značke, využívaniu daných možností a hľadaných výhod. Mnoho marketérov sa domnieva, že segmentácia podľa správania zákazníkov je základom pre budovanie trhových segmentov. Pritom sa vychádza z minulého správania zákazníka alebo predpokladaného správania s ohľadom na určité výrobky a služby.

- Segmentácia vo vzťahu k výrobku

Použiteľná je v prípade, keď typickí spotrebitelia majú rozdielne charakteristiky alebo v prípade, keď ich možno dosiahnuť priamo určitým typom propagácie.

- Segmentácia podľa distribučnej cesty

Znamená členenie sprostredkovateľov výrobkov a služieb podľa funkcie a spoločných charakteristík, ktoré tieto skupiny majú. V rámci každej skupiny sa vyskytujú ďalšie rozdiely, ako sú veľkosť podniku, geografické pôsobenie, stupeň špecializácie, spôsob vyjednávania a pod.

1.5 NEDOKONALÁ KONKURENCIA

Nedokonalá konkurencia zahŕňa dva typy trhovej štruktúry:

⇒ monopolnú konkurenciu, v ktorej sa objavujú ako prvky monopolu, diferencovaný produkt poskytuje firma s určitou trhovou silou, tak aj prvky dokonalkej konkurencie, na trhu operuje veľa firiem a vstupu nových firiem na trh sa nekladú prekážky

⇒ oligopol, ktorý je charakterizovaný malým počtom firiem v odvetví, pričom produkcia každej z nich predstavuje značný trhovú podiel, a preto je rozhodovanie firiem závislé. Každá firma musí zvažovať vplyv svojich rozhodnutí na správanie ostatných firiem a predvídať ich reakciu na svoje vlastné rozhodnutia.

Monopolná konkurencia

Charakteristickým rysom je veľký počet výrobcov, ktorých výrobky sú substitútmi. Veľký počet firiem v odvetví spôsobuje, že každá z firiem predpokladá, že jej vlastné rozhodovanie o objeme produkcie a o cene neberú ostatné firmy do úvahy, takže jej činnosť nie je závislá na správaní ostatných. Ďalším podstatným rysom monopolnej konkurencie je diferenciacia produktu., z ktorej vyplýva monopolná sila výrobcu v rámci ním vyrábaného produktu. Z tohto aspektu môže byť monopolne konkurenčná firma v určitom obmedzenom zmysle tvorcom ceny. Je tu tiež možnosť ľahkého vstupu do odvetvia, resp. výstupu z neho. Na rozdiel od dokonalkej konkurencie, kde neexistujú žiadne bariéry vstupu do odvetvia, v monopolne konkurenčnom prostredí určité prekážky existujú. Nová firma sa musí etablovať na trhu a získať zákazníkov. K tomu sa využívajú najrôznejšie formy podpory predaja.

Oligopol

Je trhová štruktúra, kde monopol ako jediný výrobca odvetví rozhoduje individuálne a nezávisle. Naproti tomu oligopolna trhová štruktúra je charakterizovaná malým počtom firiem v odvetví, pričom produkcia každej z nich predstavuje značný trhový podiel a preto je rozhodovanie firiem závislé. Kazda firma musí zvazovať vplyv svojich rozhodnutí na správanie firiem a predvıdať ich reakciu na svoje vlastné rozhodovania (Arendas, M. a i. 1997).

1.6 CENOVÁ DISKRIMINÁCIA

Cenová diskriminácia je cenová stratégia monopolu, która spočíva v stanovení rôznych cien pre rôzne skupiny spotrebiteľov (rôzne segmenty trhu), alebo rôznych cien jednému spotrebiteľovi pre ten istý výrobok (musí ale zabezpecıť izolovanost týchto segmentov trhu, aby zákazníci, ktorı nakupujú za nižšie ceny nemohli uskutocnıť spatny predaj zákazníkom za vyššie ceny). Ak rôzne skupiny kupujucıch majú rôznu cenovú elasticitu dopytu, firma moze vyrovnávaním hraničného príjmu realizovať v každej skupine vysı zisk, než keby uctovala jednotnú cenu.

Rozlišujeme tieto cenové diskriminácie:

- 1) Základom cenovej diskriminácie prvého stupňa je schopností monopolu stanoviť kazdemu spotrebiteľovi maximálnu cenu, ktoru je ochotný zaplatiť za kazdu kúpenú jednotku výrobku a tým odcerpať celý prebytok spotrebiteľa (zákazníkom, ktorı by inak nekupovali, firma znızi cenu a zákazníkom, ktorı sú ochotní zaplatiť, uctuje vysıu cenu). Cenová diskriminácia prvého stupňa sa označuje ako dokonalá cenová diskriminácia avšak predstavuje prakticky nedosiahnutelnu teoretickú možností, pretože zıskať od kazdeho zákazníka jeho predstavu o maximálnej cene je problematické. V praxi sa preto používa tzv. nedokonalá cenová diskriminácia prvého stupňa, ktora je založená na odhadoch maximálnych cien.
- 2) Požadovanie rôznych cien od toho istého kupujúceho za rôzne jednotky toho istého výrobku predstavuje cenovú strategiu monopolu, ktora sa označuje ako cenová diskriminácia druhého stupňa (monopol rozdelí vyrobené množstvo do blokov, za które stanoví rozdielne ceny).

- 3) Podstatou cenovej diskriminácie tretieho stupňa je rozdelenie spotrebiteľov do skupín (segmentov trhu) podľa kritéria elasticity dopytu a potom každá skupina má svoju vlastnú krivku dopytu.
- 4) Podstatou cenovej diskriminácie v čase pre skupiny spotrebiteľov v závislosti od elasticity ich dopytu je stanovenie rôznych cien v rôznom čase. Špecifickou formou cenovej diskriminácie v čase je stanovenie cien v špičkách.
- 5) Podstata cenovej diskriminácie v podobe dokonalej prekážky je v tom, že firma vytvorí najprv určitú prekážku a následne tým kupujúcim, ktorí sa rozhodnú prekážku prekonať, monopolná firma stanoví zľavu z ceny (firma stanovením prekážky prinúti zákazníkov s najvyššou elasticitou, aby sa odhalili; danú prekážku prekonajú predovšetkým tí kupujúci, ktorí reagujú na zmenu ceny najcitlivejšie). Cieľom dokonalej prekážky je od seba dokonale oddeliť všetkých kupujúcich podľa elasticity ich dopytu (Holková, V. a i. 2003).

1.7 REGULOVANIE ČINNOSTI MONOPOLU

Nástroje a metódy používané štátom na regulovanie činnosti monopolu:

1. Daňová politika štátu – môže odčerpať monopolne vysoké zisky a tým zmeniť niektoré spoločensky neprijateľné účinky monopolu.
2. Štátne vlastníctvo – znamená prevzatie monopolu do vlastníctva štátu.
3. Protimonopolná politika – je ďalší prostriedok obmedzenia monopolnej moci zo strany štátu (ide o zákony, ktoré zakazujú určitý druh správania: spájanie firiem s cieľom pevne stanoviť ceny, potláčajú čistý monopol a pod.).
4. Ekonomické regulovanie – umožňuje kontrolu cien, druhov výrobkov, vstupných a výstupných podmienok v odvetví (ide o štátnu kontrolu nad mnohými podnikateľskými rozhodnutiami bez štátneho vlastníctva). Hlavnou súčasťou ekonomickej regulácie je cenová regulácia, ktorej cieľom je, aby monopoly tvorili ceny na základe priemerných nákladov AC (priesečník krivky dopytu a krivky priemerných nákladov) (Holková, V. a i. 2003).

1.8 TRHOVÉ ŠTRUKTÚRY

Význam členenia trhu podľa možnosti substitúcie popisuje Zentková, I. (2005).

Pre potreby analýzy správania sa firmy a fungovania trhov ekonómovia klasifikujú trhy do štyroch široko definovaných kategórií, ktoré nazývame trhové štruktúry. Trhová štruktúra je teoretický pojem, ktorým sú firmy pre analytické ciele klasifikované podľa dôležitých charakteristík trhov, na ktorých predávajú svoje produkty.

Trhové štruktúry sa odlišujú predovšetkým stupňom dostupnosti substitútov predávaných v rámci trhu a veľkosťou konkurencie, ktorej firmy musia čeliť. Dôležitým pojmom, určujúcim umiestnenie firmy v danej trhovej štruktúre, je trhová sila, ktorou firma na trhu disponuje. Trhová sila je schopnosť predajcu zvyšovať ceny svojich produktov bez straty trhového podielu.

Ak firma nemá žiadnu kontrolu nad cenou svojich produktov, potom má nulovú trhovou silu. Táto firma musí akceptovať cenu určenú na trhu ponukou a dopytom. Firmy s nulovou trhovou silou sa nazývajú dokonalí konkurenti. V podmienkach dokonalej konkurencie firmy majú taký malý trhový podiel, že môžu predat' všetko čo chcú bez akéhokoľvek vplyvu na trhovou cenu. Ak by sa snažili zvýšiť svoju cenu nad trhovou cenu, nedokázali by predat' vôbec nič, pretože kupujúci by nakupovali želané množstvo za trhové ceny od iných predajcov. Firma bez trhovej sily by tiež nikdy neznížila cenu pod trhovou cenu, pretože vie, že celý objem produkcie môže predat' za trhovou cenu. Predaj za nižšie ceny by znamenal nepotrebné straty na zisku. Príkladom firiem s nulovou trhovou silou sú najmä výrobcovia poľnohospodárskych produktov. Firmy, ktoré majú určitú kontrolu nad cenou svojho produktu, disponujú určitou trhovou silou. Takéto firmy môžu zvýšiť cenu svojho výrobku bez toho, aby stratili trhový podiel, alebo znížiť cenu a zvýšiť objem predaja. Krivka dopytu po produkte, ktorý predávajú, má negatívny sklon. Na rozdiel od firiem bez trhovej sily, firmy s určitou trhovou silou rozhodujú nielen o veľkosti svojho outputu, ale aj o jeho cene. Veľkosť trhovej sily firmy vyjadrená prostredníctvom stupňa kontroly nad cenou svojho produktu je determinovaná najmä dostupnosťou substitútov. Ak je substitút ľahko dostupný, firma má malú trhovou silu. Aj malé zvýšenie ceny spôsobí značné zníženie predaja v dôsledku nahradzovania produktu firmy jeho substitútom. Pokiaľ však výrobok firmy nemá substitút, firma má veľkú trhovou silu.

1.9 HLAVNÉ TOKY ZEMNÉHO PLYNU VO SVETE A V EURÓPE

Baláž, P. (2007), ktorý istý čas pôsobil ako poradca prezidenta republiky a tiež ako spolupracovník p. Medvedeva v oblasti energetiky vo svojej publikácii Energia

a jej vplyv na hospodársky rast vo svetovej ekonomike opisuje štruktúry zásob jednotlivých druhov energií. Z obchodovaného zemného plynu je predmetom medzinárodného obchodu zatiaľ asi len jedna pätina. Tento pomerne nízky podiel je daný predovšetkým tým, že celý trh dynamicky rastie, ale aj tým, že väčšina jeho najväčších spotrebiteľov kryje vlastné potreby domácou produkciou – napr. bývalé SNŠ na 100 % a USA takmer na 90 %. Zo zemného plynu, ktorý je predmetom medzinárodného obchodu, sú tri štvrtiny dopravované pomocou plynovodov. Západná Európa (vrátane krajín strednej Európy) je dnes jediným teritóriom, ktoré nie je v zásobovaní celkovo sebestačné. Do tohto teritória je ročne dovážaných okolo 225 mld. m³ zemného plynu. Z toho je 132,8 mld. m³ importovaných z bývalého SNŠ, 55 mld. m³ z Nórska a ostatné z Afriky, prevažne z Alžírsku a čiastočne z Líbye (odhad 2006). Ťažisko jeho prepravy spočíva na štyroch základných prepravných ťahoch:

- z nórskeho Severného mora do Európy plynovodmi,
- z bývalého SNŠ do Európy plynovodmi,
- z Afriky do Európy plynovodmi a tankermi,
- z teritória Oceánie do oblasti Japonska, Tchaj-wanu a Južnej Kórey, vo forme LNG.

Pokiaľ ide o vývoj na európskom trhu zemného plynu, analýzy potvrdzujú, že jeho pozícia v celkovom energetickom hospodárstve je nielen dôležitá, ale že má dominantný význam aj z pohľadu celkovej energetickej bezpečnosti celého kontinentu.

1.10 KONKURENCIA, JEJ FORMY A ČLENENIE

Ekonomický a finančný slovník definuje konkurenciu ako referenčnú situáciu, pri ktorej dochádza k voľnej, úplnej a pravdivej konfrontácii všetkých ekonomických činiteľov na úrovni dopytu a ponuky na trhu tovarov a služieb, výrobných prostriedkov a kapitálu. Konkurencia, na ktorej je založená celá klasická ekonomická teória, ráta s mechanickými a utopistickými situáciami, ktoré majú len objasňujúci význam. Ekonomickú skutočnosť vyjadruje konkurencia, ktorá existuje v modernom trhovom hospodárstve. Ekonomické myslenie prešlo k relatívnej a jemne odstupňovanej koncepcii konkurencie, motivovanej pozorovaním hospodárskeho života a jeho vývoja. Pojem konkurencia môže byť vymedzený len na základe istých podmienok a znakov. Preto je možné hovoriť iba o stupni alebo o podiele konkurencie v danej situácii alebo hospodárstve. Táto čiastočná konkurencia povzbudzuje prirodzenú súťaživosť medzi hospodárskymi subjektmi v honbe za ziskom alebo úspechom.

Trhová konkurencia je proces, v ktorom sa stretávajú záujmy rôznych subjektov trhu, pričom každý z nich sa snaží dosiahnuť maximálnu hmotnú výhodu. Trhová konkurencia sa môže realizovať v niekoľkých rovinách:

- 1) konkurencia medzi ponukou a dopytom,
- 2) konkurencia medzi spotrebiteľmi (konkurencia na strane dopytu),
- 3) konkurencia medzi výrobcami (konkurencia na strane ponuky), ktorá je

motivovaná záujmom predat' čo najviac a čo najvýhodnejšie. Základným cieľom každého tovarového výrobcu je snaha o maximalizáciu zisku a posilnenie svojej trhovej pozície. Najostrejšie sa táto konkurencia prejavuje v situácii, keď ponuka preyšuje dopyt.

Konkurencia medzi výrobcami sa môže uskutočňovať v dvoch základných formách, a to ako cenová konkurencia a necenová konkurencia.

1) *Cenová konkurencia* využíva ako nástroj konkurenčného boja cenu. Výrobcovia dobrovoľne znižujú ceny tovarov. Za týmto zdanlivo nelogickým krokom sa skrýva snaha prilákať k sebe spotrebiteľov. Chcú ovládnuť trh, aby v budúcnosti mohli ostatným účastníkom trhu diktovať podmienky a zvyšovať ceny. Preto sú ochotní dočasne sa vzdať svojich ziskov.

2) *Necenová konkurencia* je založená na snahe získať zákazníka inými než cenovými metódami. Jej nástrojmi sú napr. reklama, vyššia kvalita, príťažlivý dizajn, obalová technika, predaj na úver, dokonalejší servis, uplatňovanie lízingu atď.

Z hľadiska podmienok, ktoré majú jednotliví výrobcovia na trhu, rozlišujeme dokonalú a nedokonalú konkurenciu.

1) *Dokonalá konkurencia* predstavuje teoretickú abstrakciu, ideálny stav, ktorý v reálnom hospodárskom živote prakticky neexistuje. Jej základom sú rovnaké podmienky pre všetkých účastníkov trhu:

- a) na trhu sa stretáva veľké množstvo predávajúcich a kupujúcich, z ktorých žiadny nedisponuje takou ekonomickou silou, aby mohol zaplniť trh a diktovať mu ceny,
- b) výrobok je homogénny, to znamená, že rovnaké výrobky jednotlivých výrobcov sa od seba nijako nelíšia,
- c) existuje úplná voľnosť vstupu ktoréhokoľvek nového výrobcu do odvetvia i voľnosť výstupu z neho,
- d) predpokladá sa dokonalá informovanosť všetkých účastníkov výmeny o situácii na trhu.

Jedinou cestou maximalizácie zisku a jedinou metódou konkurenčného boja pre podnik na dokonale konkurenčnom trhu sú úspory pri výrobe.

2) Skutočné trhy sú však spravidla dokonalej konkurencii viac či menej vzdialené. V reálnom živote sa možno stretnúť s rôznymi formami *nedokonalej konkurencie*. Firma v podmienkach nedokonalej konkurencie môže do určitej miery ovplyvňovať cenu, pretože:

- a) vyrába výrobok, ktorý sa odlišuje od výrobku iných firiem,
- b) jej výrobok predstavuje významnú časť ponuky na trhu (Lisý, J. 2005).

1.11 ORGANIZÁCIA KONKURENCIE

Čunderlík, D. (1996) vo svojej publikácii definuje pod pojmom konkurencia také vzťahy, ktoré sa vytvárajú pri danom počte účastníkov trhu a pri určitej regulácii prístupu na trh (napr. boj o zákazníkov, o zdroje surovín, všeobecné súperenie, súťaž).

Spravidla majú nástroje konkurenčnej politiky slúžiť na podporu či zintenzívnenie konkurencie. Existujú však trhy, na ktorých ide skôr o obmedzenie či vylúčenie konkurencie, ak je to z hľadiska hospodárskej politiky nežiadúce.

Pre intenzitu konkurencie je dôležitá miera transparentnosti trhu, t.j. kupujúcich (dopyt) a predávajúcich (ponuka). Pomocou právnych noriem a inštitúcií možno transparentnosť (prehľadnosť) trhu zlepšiť. Existujú napr. právne normy, ktoré zaväzujú predávajúcich (maloobchod a pod.), aby vystavený resp. ponúkaný tovar označili cenovkou. Inštitúcie vytvorené zo zákona majú za úlohu poskytovať informácie o stave ponuky či dopytu. Ide napr. o burzy, veľtrhy, tržnice a tiež štatistické úrady, konzuláty, obchodné komory, úrady práce a pod.

V oblasti medzinárodnej konkurencie je otvorený prístup na trhy (ES, CEFT). Súčasne sú však zmluvne zabezpečené rovnaké podmienky konkurencie na základe poskytnutia doložky najvyšších výhod.

Pri zásade slobodnej trhovej konkurencie, v ktorej existuje zmluvná voľnosť pri uzatváraní kúpnych, úverových a nájomných zmlúv, môžu vznikať dva negatívne javy:

- nekalá a ničivá konkurencia na jednej strane a
- na druhej strane obmedzenie konkurencie na základe zmluvnej alebo neformálnej dohody o cene či objeme výroby (kartely, gentlemen's agreements – partnerská dohoda). Cieľom je získať vládnuce postavenie na danom trhu.

Na potieranie *nekalej konkurencie* slúžia právne predpisy typu zákona o nekalej konkurencii. Tieto zákony stanovujú prípady, kedy nastupujú trestné sankcie, napr. nepravdivé cenovky, zľahčovanie iných podnikov, zneužitie značky podniku a pod.

Ničivá konkurencia sa môže vyskytovať len na oligopolnom trhu (nielen účastníkov ovládajúcich trh), kedy je určitý konkurent ruinovaný takou cenovou ponukou, ktorá ide pod jeho výrobné náklady a týmto spôsobom je vytlačený z trhu.

Politika konkurencie získala svoj najväčší praktický význam so vznikom právnych noriem, ktoré bránili obmedzovaniu konkurencie, prípadne mali brániť vznik monopolov.

1.12 MALÉ PODNIKY CHCÚ LIBERALIZÁCIU ENERGETICKÉHO TRHU

Monopolné štruktúry energetických trhov vo väčšine krajín EÚ bránia malým a stredným podnikom skutočný výber dodávateľa, tvrdí UEAPME.

Lídri EÚ vyzvali v marci 2007 na „efektívne oddelenie dodávateľských a výrobných aktivít od sieťových operácií („unbundling“), ale nedokázali podporiť plné „oddelenie vlastníctva“, ktoré by znamenalo rozdelenie veľkých a integrovaných energetických skupín.

Európska komisia je politicky nezávislá, kolegiálna inštitúcia, ktorej poslaním je brániť záujmy Európskej únie. (viac na www.EuropskaUnia.sk) v súčasnosti navrhuje legislatívu, ktorá má za cieľ práve toto, a to napriek odporu zo strany Francúzska a Nemecka, ktoré by chceli zachovať tzv. národných energetických „šampiónov“ ako napr. firmy EDF a E.ON.

Otázky:

Brusel tvrdí, že „oddelenie vlastníctva je jediným spôsobom, ako je možné zabezpečiť spravodlivý prístup do energetických sietí aj pre malých dodávateľov a zvýšiť tak konkurenciu na európskych trhoch s elektrickou energiou a plynom, tak, aby to bolo prínosné pre spotrebiteľov.“

Oponenti tvrdia, že „by to len oslabilo európske spoločnosti oproti dominujúcim dodávateľom ako Rusku a poukazujú na príklad Veľkej Británie, kde plná liberalizácia doposiaľ viedla k nárastom ceny.“

Pozície:

„Európski remeselníci a malé a stredné podniky sú neprimerane postihnutí súčasnou nedostatočnou konkurenciou v energetickom sektore,“ povedal Hanns-Ebert Schleyer, predseda ekonomického a finančného výboru UEAPME – organizácie, ktorá

združuje európske malé a stredné podniky. UEAPME zopakovalo svoje predchádzajúce výzvy k väčšej liberalizácii a vyzvalo regulačné úrady, aby vynútili rozpad integrovaných energetických skupín a rozbitie ich sieťových distribučných aktivít, aby sa tak uvoľnilo zovretie trhu, ktoré takto vykonávajú. Podľa UEAPME musí byť oddelenie vlastníctva sprevádzané posilnením regulačných právomocí EÚ, „schopných uvoľnenia železného zovretia“, vykonávaného na trhu veľkými firmami, ako aj „opatreniami pre zvýšenie cezhraničných prepravných kapacít“.

„Pokiaľ tieto podmienky nie sú splnené ... sú zo strany UEAPME odôvodnené a podporované regulácie ako kalkulačné usmernenia alebo cenové stropy pre istých klientov.“

Cenové stripy však otvorene odmieta EFET, Európska federácia obchodníkov s energiou, ktorá reprezentuje obchodné pobočky veľkých európskych energetických skupín. EFET kritizovala 24. apríla 2007 francúzsky systém regulovaných taríf, ktorý umožňuje priemyselným veľkospotrebiteľom elektrickej energie alebo plynu návrat k regulovanej maximálnej cene v obmedzenej dĺžke 2 rokov – TARTAM.

Toto opatrenie má podľa EFET neželané vedľajšie efekty vrátane neistoty pre výrobcov elektrickej energie a vedie k zníženiu aktivity na energetickom trhu, pretože veľkospotrebiteľia preferujú nižšiu, ale garantovanú, regulovanú cenu pred trhovou.

„Zníženie aktivity je už pociťované,“ tvrdí EFET a varuje, že konkurencia je na francúzskom trhu „ohrozená“ a „noví konkurenti sú odrádzaní od vstupu na trh a niektorí dokonca musia opustiť energetický trh“.

Táto situácia sa podľa EFET len pridáva k iným trhovým mechanizmom, ktoré obchodníci s energiou považujú za sťažovanie podnikania. V máji 2006 sformovala skupina asi 60 energeticky náročných firiem vrátane spoločností Rhodia (chemický priemysel) a Solvay a Arcelor (oceliarstvo) k sformovaniu konzorcia, ktoré kupuje elektrinu za nižšie ceny priamo od dominantných výrobcov.

Konzorcium s názvom Exeltium je otvorené iným firmám v rámci limitov, stanovených francúzskymi regulačnými úradmi. Okrem iných podmienok sa medzi nimi nachádza aj požiadavka, aby elektrina predstavovala významný prvok v tvorbe hodnoty týchto firiem a jej spotreba musí byť stabilná (www.euractiv.sk, 25.04.2007).

1.13 ZEMNÝ PLYN – SPOTREBA

V roku 1970 predstavovala celosvetová spotreba zemného plynu 850 miliárd kubických metrov. Dnes je táto spotreba viac ako 2 000 miliárd m³ a ročne stúpa

približne o 3,5 %. Takýto trend spotreby však bude mať za následok vyčerpanie rezerv zemného plynu okolo roku 2050. Ukazuje sa, že tzv. lacné zásoby plynu budú vyčerpané už okolo roku 2040. Táto skutočnosť je dnes takmer úplne prehliadaná ekonómami i energetickými monopolmi, ktoré používajú zemný plyn ako na najdôležitejšie palivo pri výrobe elektrickej energie. Len v USA by mal do roku 2010 dosiahnuť inštalovaný výkon v plynových elektrárňach asi 100.000 MW. Elektrárne na zemný plyn sú prítiažlivé pre investorov pre ich ekologické prednosti, nízke investičné náklady a krátku dobu výstavby. Návratnosť vložených investícií je tiež relatívne krátka – v USA asi 6 rokov a cena vyrobenej elektriny dosahuje sotva 0,02 – 0,03 USD/kWh. Podobný trend vidíme aj v Európe, je zrejme, že dopyt po zemnom plyne výrazne vzrastie v blízkej budúcnosti, avšak v dôsledku vyčerpanosti zásob bude klesať v druhej polovici storočia (www.windpower.sk, 20.11.2008).

1.14 CENOVÁ POLITIKA PODNIKU

Cena je kľúčovým pojmom trhového mechanizmu, píše v knihe Podnikové hospodárstvo Bielik, P. (2006), pretože je jedinou informáciou, ktorú trhové prostredie poskytuje. Cena vyjadruje vzťahy medzi ponukou a dopytom a je základným meradlom pre podniky na strane ponuky a dopytu.

V dokonalej konkurencii je cena nezávislá na množstve výrobku ponúkaného jednotlivými výrobcami. Pre jednotlivé podniky je cena parametrom od nich nezávislým, ktorú svojim objemom výroby nemôžu ovplyvniť. Vtedy výnosy rastú s rastom predaného množstva. Ak je podnik jedným z mnohých konkurenčných podnikov, potom zvyšuje svoje výnosy tak, že zvyšuje objem realizácie svojich výrobkov.

Podnik však bude vyrábať taký objem produkcie jedného výrobku, pri ktorom dosiahne maximálny zisk a nie maximálny výnos. Pri výrobe viacerých výrobkov je možné zostaviť ich optimálnu štruktúru pomocou metód lineárneho programovania.

Pri monopolnom postavení výrobcu je cena premennou veličinou závislou na množstve predaných výrobkov. S rastom množstva neustále klesá, pretože monopol predstavuje produkciu celého odvetvia. To, že cena sa mení s predávaným množstvom, môže monopol využiť a ovplyvňovať cenu vyrábaným množstvom.

1.15 KONKURENCIA

Zmeny v oblasti konkurencie, najmä týkajúce sa toho, s kým a ako musí podnik súťažiť o svojich klientov, sú pochopiteľne v podstatnej miere ovplyvnené procesom globalizácie a s tým súvisiacou liberalizáciou svetového obchodu a podnikania. Členstvo v únii prinieslo so sebou zrušenie hraničnej kontroly, ochranu domácich a zahraničných podnikateľov spoločne právom EÚ, nárast kúpyschopného dopytu na Slovensku. V neposlednom rade nás čaká dobudovanie komunikačnej a najmä dopravnej infraštruktúry. Jednoducho povedané, východ prestáva byť rizikovou oblasťou a pribúda na našom trhu zahraničná konkurencia. A to nielen v podobe veľkých nadnárodných spoločností, ktoré už na našom trhu fungujú, ale aj množstvo malých a stredných podnikov z okolitých krajín, ktoré majú v pláne zahrnúť slovenský trh do svojich stratégií predaja a investícií. Vhodným príkladom na porovnanie je obdobie 90-tych rokov, keď sa spúšťal jednotný trh v rámci vtedajšej pätnásťčlennej EÚ.

Pred vstupom do únie ťažili domáce aj zahraničné spoločnosti z konkurenčnej cenovej výhody. Dokonca aj také podniky, ktoré dosahovali v porovnaní s EÚ sotva polovičnú produktivitu, mohli s úspechom vyvážať. Čas, peniaze aj talenty sa u nás sústreďovali na zušľacht'ovacie operácie, prípadne sa investovali do samotnej výroby. Podstatne menej prostriedkov smerovalo do výskumu a vývoja na začiatku výrobného cyklu a následne do marketingu, propagácie a predaja. V Európskej únii je situácia úplne opačná. Ako príklad môžeme uviesť Írsko, niekdajšieho kandidáta na vstup do únie. Írsko dosiahlo významné pokroky práve vďaka investíciám do výskumu, vzdelávania a inovačných procesov.

Slovenské podniky musia po vstupe do EÚ strategicky diferencovať svoju ponuku od konkurencie. Nielen cenou, ale predovšetkým dokonalosťou svojho výrobku či služby, komplexnosťou svojej ponuky, prepracovaným imidžom a zákazníckym servisom (Morvay, K. 2002).

1.16 VYJEDNÁVAJÚCA ORGANIZÁCIA: STRATEGICKÁ VÝHODA

Vo väčšine organizácií prevláda názor, že stratégie vyjednávania (negociácie) sú odvodené z obchodnej stratégie.

Predpokladá sa, že tréning skvalitní zručnosti pracovníkov dostatočne, aby požadovanú stratégiu dokázali realizovať. Ale stratégie typu „tento rok potrebujeme znížiť výdavky o 15 percent“ nie sú stratégie – sú to direktívy. Direktívy človeku nedávajú nástroje, ktoré potrebuje na analýzu, aby zistil, či je obchod prijateľný, kde je akceptovaná hranica rizika, ani nedajú jasnú predstavu, ako zachovať konformitu voči hodnotám organizácie a zároveň dosiahnuť svoj finančný cieľ. Organizácie, ktoré sú v procese vytvárania (alebo už vytvorili) takých vnútorných zdrojov, o ktoré nám ide, pri rokovaní zistia, že sú v pozícii rozpoznať kritické body a výzvy rysujúce sa na horizonte, reagovať na vynárajúce sa záujmy a potreby a racionálne riziko (Movius, H. – Susskind, L. 2010).

1.17 ROZBOR CIEN KONKURENCIE

Dôležitým faktorom prežitia podniku v konkurenčnom prostredí z pohľadu ceny je poznanie cien konkurencie. Šimo, D. (2008) vo svojej publikácii objasňuje dôležitosť sledovania cien konkurencie. „Špionáž“ cenovej politiky konkurencie zaraďuje medzi štandardné aktivity marketingových zamestnancov. Medzi najfrekvencovanejšie metódy tejto aktivity zaraďuje:

- vyslanú osobu, ktorá skúma ponuku a cenu produktu,
- získanie cenníkov konkurencie,
- zastúpenie produktu, čo umožní detailnú analýzu vlastností produktu,
- anketu, ktorá by obsahovala aj informácie o cene konkurencie,
- analýzu cenového rabatu predajcov,
- analýzu distribučných cien,
- analýzu komunikačných cien (propagácia, informácie).

Z predznačených prístupov k rozboru cien konkurencie možno uviesť, že snahou je využiť také prístupy alebo ich kombinácie, ktoré by umožnili primerané posúdenie úrovne cien konkurencie.

2 CIEĽ PRÁCE

Slovenský plynárenský priemysel, a.s. má napriek vstupu konkurencie do odvetvia dominantné postavenie na trhu so zemným plynom na území Slovenskej republiky.

Na Slovensku pôsobia na trhu s plynom právne oddelené subjekty SPP: SPP Eustream a.s., SPP - distribúcia, a.s., ktoré vlastní a prevádzkujú prepravnú a distribučnú sieť zemného plynu. Materská spoločnosť SPP a.s. je rozčlenená na jednotlivé divízie. Predaj zemného plynu zabezpečuje Divízia obchodu.

Pravidlá, ktorými sa trh s plynom riadi, sú zakotvené v Prevádzkovom poriadku spoločnosti SPP – distribúcia, ktorý je pravidelne aktualizovaný Rozhodnutím Úradu pre reguláciu sieťových odvetví a je platný pre všetkých účastníkov na energetickom trhu.

SPP disponuje najväčším portfóliom zákazníkov rôznych kategórií. Konkurenciu mu v súčasnom období robia spoločnosti RWE, SCHELL Slovakia, VNG, ČEZ, LUMIUS, VEMEX, ELGAS, AZC, BCF, GAS TRADING a od apríla hlási vstup na trh aj firma Magna A.E. a Vaša energia. Napriek týmto konkurentom zostáva SPP naďalej monopolným dodávateľom zemného plynu pre 1 408 tis. domácností, 70 789 odberateľov kategórie maloodber a 4 222 odberateľov kategórie stredný odber a veľkoodber.

Hlavným cieľom mojej práce je:

- posúdenie konkurenčného prostredia,
- navrhnuť možnosti zlepšenia konkurenčného prostredia.

Čiastkovým cieľom mojej práce je:

- predstaviť zemný plyn ako jednu z najdôležitejších komodít medzi energiami,
- objasniť postavenie SPP v konkurenčnom prostredí,
- analyzovať jednotlivé konkurenčné subjekty, ich marketingové stratégie,
- overiť si poznatky nadobudnuté počas štúdia.

3 METODIKA PRÁCE

Metodický postup diplomovej práce vychádza z hlavných ako aj čiastkových cieľov práce. Pre ich vypracovanie boli použité vedecké metódy analýza, komparácia, indukcia, dedukcia.

Na základe cieľa práce bola vypracovaná metodika práce, ktorá je rozdelená do nasledovných kapitol:

Prehľad súčasného stavu riešenej problematiky:

- obsahuje teoretické východiská a vymedzenie základných pojmov riešenej problematiky,
- oboznamuje s vyhláškami, zákonmi a rozhodnutiami, potrebnými pre chod analyzovaného odvetvia,
- objasňuje spôsoby uplatnenia sa v konkurenčnom prostredí.

Výsledky práce:

- predstavenie komodity zemný plyn,
- charakteristika najväčšieho podnikateľského subjektu v odvetví,
- analýza jednotlivých konkurenčných subjektov,
- zobrazenie súčasnej situácie v konkurenčnom prostredí.

Predstavenie komodity zemný plyn:

- charakteristika a prednosti zemného plynu,
- grafické zobrazenie prepravných a distribučných sietí,
- grafické znázornenie zásob zemného plynu vo svete.

Charakteristika najväčšieho podnikateľského subjektu v plynárenskom odvetví:

- štruktúra podnikateľského subjektu,
- SWOT analýza,
- hlavné činnosti,
- rozdelenie odberateľov, členenie na segmenty,
- zložky ceny, tvorba ceny.

Analýza jednotlivých konkurenčných subjektov:

- vstup do odvetvia,
- postavenie na trhu,
- vízie do budúcnosti.

Zobrazenie súčasnej situácie v konkurenčnom prostredí:

- porovnanie jednotlivých konkurenčných subjektov,
- oboznámenie s metódami presadenia sa na trhu,
- grafické zobrazenie členenia trhu s plynom.

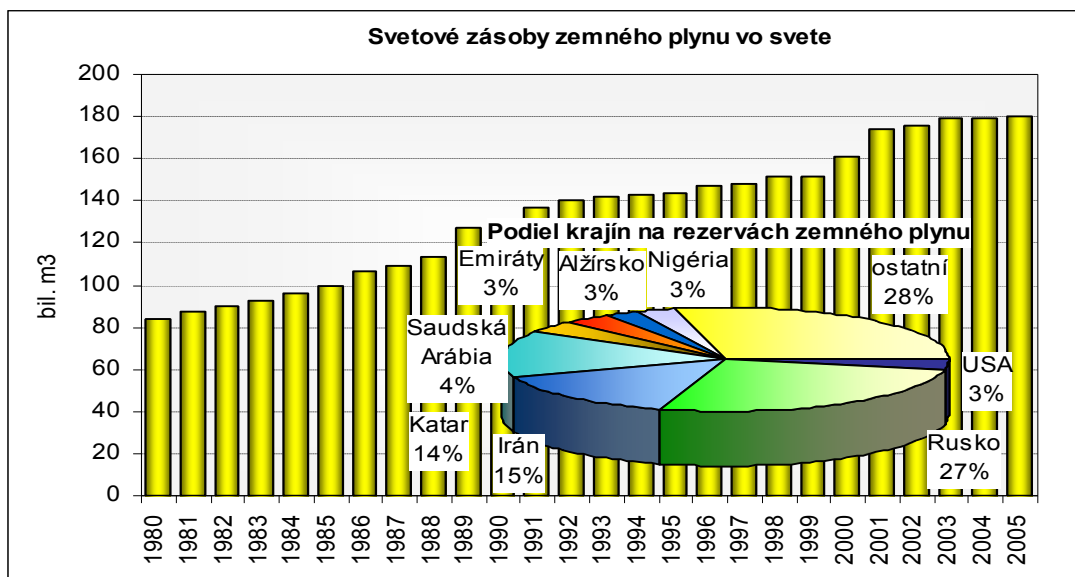
4 VÝSLEDKY PRÁCE

4.1 ZEMNÝ PLYN – JEHO POSTAVENIE NA TRHU S ENERGIAMI

Zemný plyn patrí v súčasnosti medzi najvýznamnejšie fosílné palivá v skupine neobnoviteľných energetických zdrojov. Vďaka svojim vlastnostiam patrí k najhospodárnejším nosičom energie na vykurovanie, varenie, prípravu teplej úžitkovej vody a je využívaný v priemyslovom odvetví národného hospodárstva Slovenskej republiky.

Zásoby zemného plynu vo svete znázorňuje graf č. 1.

Graf č. 1, Svetové zásoby zemného plynu



Zdroj: www.spp.sk (20-05-2010); vlastné výpočty

4.1.1 DOPRAVA ZEMNÉHO PLYNU NA ÚZEMIE SLOVENSKEJ REPUBLIKY, JEHO TRANZIT A DISTRIBÚCIA V SR

SR zaujíma v oblasti energetiky v celoeurópskom rámci významné postavenie najmä vďaka tomu, že sa nachádza na hlavnej tranzitnej trase nielen ropy, ale aj plynu ruskej proveniencie na trhy západnej Európy. SR je zatiaľ pre plyn z Ruskej federácie hlavnou vstupnou bránou do EÚ. V roku 1978 bola kapacita tranzitnej sústavy 53 mld. m³, dnes predstavuje kapacitu 88 mld. m³. V roku 2010 spoločnosť Eustream a.s. prepravila cez naše územie 71,4 mld. m³ zemného plynu. Jeho dovoz sa uskutočňuje na

základe dlhodobej zmluvy o dodávke a preprave plynu cez naše územie s ruským plynárenským exportérom spoločnosťou Gazprom Export Moskva, ktorý je dcérskou spoločnosťou Gazpromu. Existujúci kontrakt mal platnosť do konca roku 2008. Koncom roka 2008 bol podpísaný nový kontrakt na ďalších 20 rokov. Nákup zemného plynu zo zahraničia predstavuje cca 97% potrieb SPP – dominantného podniku v plynárenstve na Slovensku. Nákup z domácich zdrojov sa uskutočňuje na základe ročných zmlúv uzatváraných s Naftou Gbely, a.s., ktorá je v súčasnosti kapitálovo pod kontrolou akcionárov SPP. Ťažba z domácich zdrojov predstavuje len asi 3% potrieb SPP.

Cez územie SR prechádza a od roku 1972 je v prevádzke jediný dopravný koridor, ktorým prechádza súbežne tranzitný plynovod a plynovod „Bratstvo“. Tranzitný plynovod sa pri Šali delí na severnú a južnú vetvu, ktoré sú kapacitne rozdielne. Plynovod Bratstvo je na neho na území SR napojený. Horná vetva na ňom participuje asi 68% a dolná 32%. Do konca roka 2006 bolo jeho prostredníctvom prepravených vyše 1,8 bilióna m³ zemného plynu. (obr. č. 1)

Obr. č. 1, Tranzitný plynovod na území Slovenskej republiky

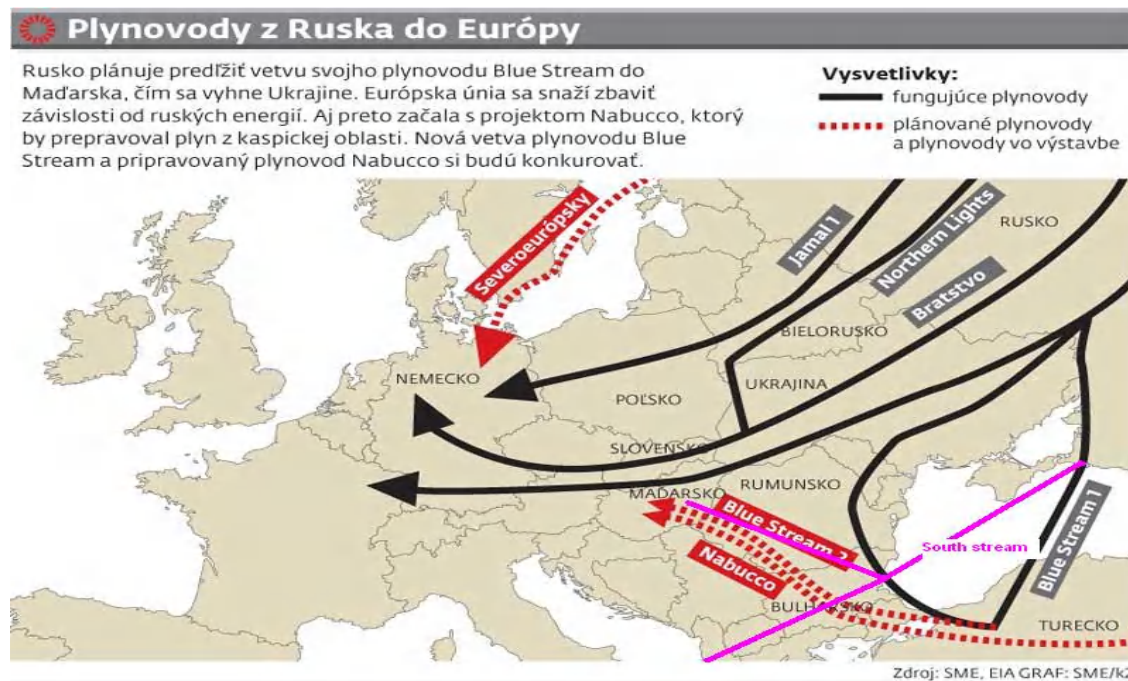


Zdroj: Modrý plameň – časopis skupiny zamestnancov SPP (02-03-2008)

Zníženie závislosti Slovenska na dodávkach ruského plynu predurčuje projekt výstavby plynovodu Nabucco, ktorý by mal do Európy privádzať kaspický plyn. Jeho cesta by mala viesť od Kaspiku cez Turecko do Rakúska a jeho prepravná kapacita by mala byť 25-30 mld. m³. Ďalším projektom je výstavba plynovodu na dne Baltského

mora Nord Stream, dlhého 1 200 km, s prepravnou kapacitou 27,5 mld. m³ plynu ročne. (obr. č. 2)

Obr. č. 2, Tranzitný plynovod - vetvy



Zdroj: Modrý plameň – časopis skupiny zamestnancov SPP (07-08-2008)

V rámci Slovenska je zemný plyn distribuovaný sieťou plynovodov rozličných tlakových úrovní. Ich neoddeliteľnou súčasťou sú aj ďalšie technologické objekty ako prepúšťacie stanice a regulačné stanice. Dĺžka distribučných sietí predstavuje 31 tis. km potrubí. (obr. č. 3)

Obr. č. 3, Distribučné siete



Zdroj: Modrý plameň – časopis skupiny zamestnancov SPP (02-03-2008)

4.1.2. VÝHODY ZEMNÉHO PLYNU

Zemný plyn má v porovnaní s ostatnými fosílnymi palivami viaceré výhody:

- najväčšou výhodou zemného plynu je vysoký komfort a ľahká regulovateľnosť,
- zemný plyn je k dispozícii bez obmedzenia 24 hodín denne a 365 dní v roku,
- dopravný a distribučný systém zemného plynu nie je závislý od klimatických podmienok a verejných komunikácií,
- odberatelia zemného plynu sú pripojení na distribučnú sieť, teda nemusia budovať zariadenia na skladovanie,
- spotrebiče spaľujúce zemný plyn majú v porovnaní so spotrebičmi na iné palivá najvyššiu účinnosť. Moderné plynové spotrebiče sú ľahko ovládateľné z ktoréhokoľvek miesta, prípadne pomocou priestorových termostátov.
- zo všetkých fosílnych palív je zemný plyn pre životné prostredie najpriateľnejší – jeho spaľovaním vzniká najmenej škodlivín zo všetkých primárnych zdrojov energie,
- emisie všetkých sledovaných zložiek sú pri zemnom plyne niekoľkonásobne nižšie ako u pevných palív a výhodnejšie vychádza aj v porovnaní s kvapalnými palivami,
- palivom budúcnosti sa zemný plyn nazýva najmä pre jeho dostupnosť a široké možnosti použitia,
- technický a technologický pokrok prináša nové progresívne technológie, ktoré umožňujú neustále zvyšovať efektívnosť využitia zemného plynu. Ako príklad možno uviesť technologické systémy rozširujúce možnosti kombinovanej výroby elektriny a tepla (tzv. kogenerácia) o systém výroby chladu (tzv. trigenerácia).
- zemný plyn je komfortným riešením pri vykurovaní rodinných domov a centrálnych kotolní,
- nepotrebuje skladovacie priestory,
- neznečisťuje okolie,
- vzhľadom na množstvo plynofikovaných miest a obcí je dostupný takmer do každej domácnosti - až 90% územia Slovenska je splynofikované,
- zemný plyn je bez vône, preto sa do neho pridáva merkaptan, ktorý má svoju špecifickú vôňu a je ľahko identifikovateľný.

4.1.3 NEVÝHODY ZEMNÉHO PLYNU

- pri neodbornej manipulácii môže dôjsť k výbuchu,
- jeho cena je vzhľadom na príjmy hlavne v radoch dôchodcov značne vysoká,
- zemný plyn je tovarom, ktorý nie je možné bežne kúpiť v obchodných reťazcoch,
- nakoľko je manipulácia s ním nebezpečná, obchodovanie je riadené zákonmi a vyhláškami, ktorými sa musí riadiť každý účastník trhu.

4.1.4 ZEMNÝ PLYN – CENOVÁ POLITIKA

Technický rozvoj priniesol vo svete širokú paletu nových technológií použitia plynových spotrebičov s najvyššou energetickou účinnosťou. Zavedenie liberalizácie do prepravy, distribúcie a predaja zemného plynu, uplatňovanie unbundlingu a odstránenie dotácií na teplo vytvorili lepšie predpoklady pre rast konkurencieschopnosti aj v prípade slovenskej ekonomiky. Dlhodobo uplatňovaný systém priamych i nepriamych dotácií pomáhal v mnohých, najmä v štátnych firmách, dlhodobo udržiavať nehospodárnosť a predlžovať rôzne provizoriá, čo sa odzrkadľovalo v strate konkurencieschopnosti výrobných odvetví. Vyrovnanie týchto cien a zosúladenie ich tvorby v rámci EÚ nielenže zvýšilo ich transparentnosť, ale umožňuje selektovať určité národné priority iným spôsobom ako dotáciami.

Nárast cien plynu má dnes na svedomí pomaly ožívajúca sa ekonomika a ňou vyvolaný dopyt, ako aj nepokoje na severe Afriky. V porovnaní s predchádzajúcim rokom v tom istom období bola cena plynu kontrahovaná pre rok 2011 o 5% nižšia ako je dnes pre rok 2012.

Existujúcim faktorom, ktorý tlačí ceny plynu dole, je nárast konkurencie u dodávateľov, ktorí vstúpili do segmentu firemných zákazníkov. Títo dodávatelia využívajú možnosť dodávok plynu nakúpeného na burzách a mimo burzového trhu. Ďalšími faktormi sú dlhodobé technologické zmeny, dôsledkom ktorých je možné transportovať a obchodovať skvapalnený plyn, ako aj rozbiehajúca sa technológia ťažby bridlicových plynov.

4.2 SLOVENSKÝ PLYNÁRENSKÝ PRIEMYSEL, A.S. – PREDSTAVENIE AKO DOMINANTNÉHO OBCHODNÍKA NA TRHU SO ZEMNÝM PLYNOM



Slovenský plynárenský priemysel, a.s. je nadnárodná energetická spoločnosť a spoľahlivý dodávateľ energií a služieb. SPP priamo nadväzuje na 155-ročnú tradíciu plynárenstva na Slovensku. Víziou spoločnosti je byť jednou z vedúcich energetických skupín v strednej a východnej Európe so silnou dôverou zákazníkov a obchodných partnerov. Poskytuje spoľahlivé a konkurencieschopné dodávky energií a s nimi spojené služby na Slovensku aj na medzinárodných trhoch. Spoločnosť ponúka riešenia pri úspore energií a podporuje iniciatívy zamerané na trvalo udržateľný rozvoj.

Akcionármi SPP sú Slovenská republika prostredníctvom Fondu národného majetku (51 %) a konzorcium spoločností E.ON Ruhrgas a GDF SUEZ (49 %).

Hlavným poslaním spoločnosti SPP je nákup, skladovanie a predaj zemného plynu pre široké portfólio svojich domácich zákazníkov – od domácností až po veľké priemyselné podniky.

SPP ako obchodník nakupuje ZP od dodávateľa z Ruska rovnomerne počas roka. V zimných mesiacoch denné dodávky ZP nepokrývajú dopyt po ZP. Z dôvodu uspokojenia požiadaviek odberateľov v plnej miere je potrebné zabezpečiť dodávku z iných zdrojov, hlavne z podzemných zásobníkov.

Naopak, v letných mesiacoch, kedy je spotreba ZP nižšia ako denné dodávky ZP z Ruska, sa ZP vtláča do podzemných zásobníkov. Z toho titulu je možné odberateľom s prevažnou spotrebou ZP v letných mesiacoch zabezpečiť plynulú dodávku ZP bez ďalších dodatočných nákladov na zdroje spojené napr. s dodávkou ZP z podzemných zásobníkov.

SPP zabezpečuje plynulú dodávku zemného plynu na slovenský trh 18 rokov, t.j. od rozdelenia federálneho kontraktu na dovoz zemného plynu v roku 1993. Po ukončení kontraktu na dodávku plynu k 31.12.2008 bol v novembri 2008 podpísaný nový kontrakt na dlhodobé dodávky plynu na najbližších 20 rokov s ruskou spoločnosťou Gazprom Export. Dlhodobý kontrakt je v Európe štandardnou obchodnou zmluvou. SPP, ktorý zásobuje plynom takmer 1,5 milióna zákazníkov, si nemôže

dovoliť spoliehať sa v dodávkach len na spotové trhy, ktorých vývoj nie je možné dlhodobo predvídať. Jedinou zárukou stabilných dodávok pre takýto počet zákazníkov sú dlhodobé kontrakty, ktoré využívajú všetci rozhodujúci dodávatelia plynu v Európe. Nakoľko v čase, keď bol dlhodobý kontrakt podpisovaný, bola cena plynu o úroveň vyššia, vedú dnes všetky významné európske spoločnosti s Gazprom exportom intenzívne rokovania o znížení ceny.

SPP disponuje diverzifikačnými kontraktmi so svojimi zahraničnými akcionármi na dodávky plynu zo západu, zásobami plynu v podzemných zásobníkoch a tiež možnosťou nákupu plynu na spotových trhoch, tzv. plynárenských „huboch“.

Plynárenský trh v Európe aj na Slovensku charakterizovala v roku 2010 neštandardná situácia, keď prebytok ponuky nad dobytím spôsobil výrazný pokles cien plynu na spotových trhoch a odklonenie vývoja cien plynu od cien ropy.

SWOT analýza

Pozitíva:

- poskytovanie cenových výhod určitej skupine odberateľov (SENIOR),
- podporovanie mladých vysokoškolských talentov,
- Nadácia SPP podporuje paralympionikov ako aj mnohé iné charitatívne činnosti,
- poskytovanie finančných dotácií pre mestá a obce, školy, bytové domy, domácnosti prostredníctvom Eko Fondu.

Negatíva:

- z pohľadu zákazníka je tvorcom vysokých ziskov na úkor svojich odberateľov,
- menšia flexibilita ako začínajúce konkurenčné firmy.

Členenie odberateľov zemného plynu:

Divízia obchodu s plynom, zabezpečujúca samotný predaj zemného plynu rozdeľuje zákazníkov do troch základných skupín:

- Masový trh – odberatelia kategórie domácnosti a maloodber,
- Komerčný trh – odberatelia kategórie stredný odber a veľkoodber,
- KAM – kľúčoví zákazníci.

Masový trh

Tarifná skupina D	- odber ZP od 0 do 68 575 kWh vrátane
Tarifná skupina M	- odber ZP nad 68 575 kWh do 633 tis. kWh vrátane

Komerčný trh

Tarifná skupina S	- odber ZP nad 633 tis. kWh do 4 220 tis kWh vrátane
Tarifná skupina V1	- odber ZP nad 4 220 tis. kWh do 21 100 tis. kWh vrátane

KAM

Tarifná skupina V2	- odber ZP nad 21 100 tis. kWh do 158 250 tis. kWh vrátane
Tarifná skupina V3	- odber ZP nad 158 250 tis. kWh do 263 750 tis kWh vrátane
Tarifná skupina V4	- odber ZP nad 263 750 tis. kWh do 3 165 000 tis. kWh vrátane
Tarifná skupina V5	- odber ZP nad 3 165 000 tis. kWh

Súčasťou členenia odberateľov zemného plynu v kategórii stredný odber a veľkoodber je členenie podľa segmentov na súkromný sektor (akciové spoločnosti, spoločnosti s ručením obmedzeným, komanditné spoločnosti, družstvá) a verejný sektor (nemocnice, školy, bytové podniky, teplárenské spoločnosti, VÚC, mestá, obce).

Zložky jednotlivých cenových alternatív:

Fixná mesačná sadzba (FMS) – fixný poplatok za odberné miesto v €/mesiac, ktorého výška je rôzna v závislosti od zaradenia do tarify.

Ročná sadzba za výkon (VS) - ročný poplatok za 1 m³ zmluvne dohodnutého DMM v €/m³/deň. Pre všetkých odberateľov S – V5 sa táto sadzba určuje individuálne.

Sadzba za odobratý plyn (SOP) – mesačne aktualizovaná sadzba za 1 kWh skutočne odobratej energie v plyne.

4.3 ANALÝZA KONKURENCIE NA SLOVENSKOM PLYNÁRENSKOM TRHU

Trh s plynom na Slovensku je otvorený pre všetkých zákazníkov a umožňuje vstup do odvetvia každému dodávateľovi, ktorý spĺňa podmienky obchodovania so zemným plynom, o čom svedčí aj prítomnosť viacerých hráčov na trhu. Zákazníci sú v porovnaní s minulosťou schopní presne odhadnúť svoju spotrebu a veľmi dobre sa orientujú v cenách.

4.3.1 KONKURENTI SPP

RWE Gas Slovensko



- nástup na energetický trh v roku 2009,
- v roku 2010 predaj ZP dosahuje cca 840 mil. m³,
- dominantné postavenie medzi konkurenciou,
- medziročne zvýšilo svoj trhovú podiel z 15% na 16%,
- ponuka obsahuje 10% úsporu voči SPP,
- pre maloobder ponúka komplexný cenník za ZP (produkty) a cenník služieb, pre veľkoodber individuálna cenová ponuka na základe formulára,
- okrem fixnej ceny ponúka aj duálnu ponuku, tzn. dodávka plynu a elektrickej energie.



Shell Slovakia

- predajom ZP na území Slovenskej republiky sa zaoberá od roku 2009,
- v r. 2010 dosiahol objem predaja cca 53 mil. m³, čo predstavuje 1% podiel na trhu,
- patrí pod Shell Energy Europe, pôsobí aj v Maďarsku (2007) a v Rakúsku, v r. 2008 bola založená centrála pre strednú Európu,
- stavia na globálnych znalostiach z plynárenského priemyslu,
- zákazníkov chce získať najmä flexibilitou ponuky, čo by mohli využiť najmä subjekty so sezónnosťou spotreby – sušičky,
- zmluvy Shell sú založené na denných cenách, čo umožňuje zákazníkom profitovať z najvýhodnejších podmienok na trhu.



VNG Slovakia

- VNG Slovakia, spol. s r. o., podniká na Slovensku v oblasti predaja zemného plynu na základe licencie ÚRSO č. 2006P 0055 z 1. februára 2006,
- od roku 2009 realizuje fyzické dodávky plynu svojim zákazníkom prostredníctvom jeho nákupu od materskej spoločnosti VNG-Verbundnetz Gas AG v odovzdávacom bode Veľké Kapušany, ako aj nákupom z domácej produkcie,
- predaj ZP v r. 2010 dosiahol cca 48 mil. m³ (1% podiel na trhu), využíva široké nákupné a ťažobné portfólio materskej spoločnosti,

- spoločnosť je zameraná jednak na dodávky plynu koncovým odberateľom (okrem domácností) v Slovenskej republike, ktorými sú najmä priemysloví zákazníci so spotrebou zemného plynu pre technologické účely, vykurovanie a výrobu elektrickej energie, ako aj na dodávky pre veľkoobchodníkov.

ČEZ ČEZ SLOVENSKO

- očakávaný predaj ZP v r. 2011 cca 1 mil. m³ (0,02% podiel na trhu), je najväčšou stredoeurópskou elektrárenskou spoločnosťou (2/3 vlastní štát), v ČR získal za pol roka pôsobenia na plyn. trhu 2% podiel (veľkoobdobratelia),
- skupina ČEZ 20.1.2011 predstavila svoju ponuku elektriny a plynu pre slovenské domácnosti a malých podnikateľov. Stala sa tak prvým subjektom na trhu, ktorý týmto zákazníkom ponúka dodávku elektriny aj plynu súčasne.

Lumius

- očakávaný predaj ZP v r. 2011 cca 3 mil. m³ (0,06% podiel na trhu),
- firma Lumius je obchodník s elektrinou pôsobiaci v stredoeurópskom regióne (materskou spoločnosťou je česká firma Lumius),
- ponúka duálnu ponuku,
- spoločnosť prechodne opustila trh, keďže nebola schopná dodržiavať legislatívne podmienky ohľadom zabezpečenia zásobníkových kapacít (tzv. kreditné riziko),
- už je opäť aktívna na trhu, za účelom otvorenia priestoru pre nové obchody na roky 2010-2012 sa dohodol na spôsobe zaistenia kreditného rizika ČEZ,
- komunikujú 5% úsporu pri dodávke plynu, cenovú výhodu prezentujú vďaka nákupu elektriny a plynu v krajinách strednej a juhovýchodnej Európy.

Vemex **DEMEX ENERGO s.r.o.**

- v roku 2006 podpísaný strednodobý kontrakt s ruskou firmou Gazprom export,
- výrazný hráč na trhu ČR (9%), očakáva sa vstup do segmentu domácností,
- od roku 2009 Demex Energo predáva plyn zákazníkom v SR,
- zameranie na konečných veľkých, stredných a malých zákazníkov, výrobcov tepla.

ELGAS

Elgas

- materský holding, spoločnosť GGE (Grafobal Group Energy) je členom investičnej skupiny GG (Grafobal Group), ktorá operuje v 17-tich krajinách s obratom viac ako 700 mil. EUR,
- licenciou na dodávku a distribúciu plynu a elektriny disponuje od decembra 2009, v októbri 2010 zahájil skúšobnú prevádzku Považský Paroplyn (60 MW) stavaný GGE,
- profiluje sa ako jedinečný partner dodávky elektriny a zemného plynu pre stredných a veľkých zákazníkov.



AZC

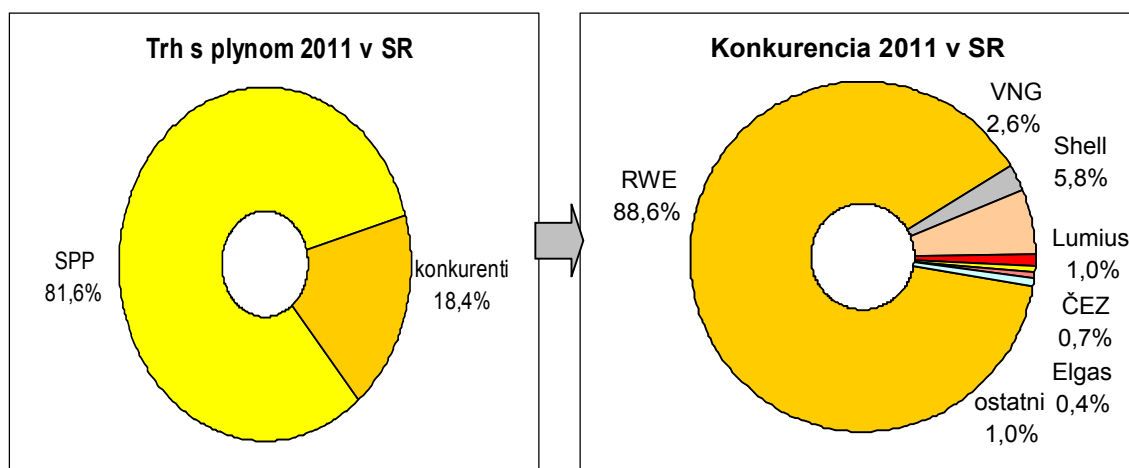
- člen silnej slovenskej skupiny spoločností (STN-INVEST), ktorých podnikateľské aktivity sú výroba liehu, liehovín a nealk. nápojov. Poskytuje finančné poradenstvo, účtovníctvo, hodnotenie spoločností, kúpa a predaj spoločností,
- ponúka obciam spoluprácu pri vyjednávaní o cene,
- má prepojenie na firmy Enviral, St . Nicolaus, Budiš, Zlatá studňa, Kúpele Trenčianske Teplice (spolu cca 40 mil. m3).

BCF BUSINESS COMMERCIAL FINANCE

- Business Commercial Finance ponúka elektrinu a zemný plyn obciam,
- do segmentu malých, stredných a veľkých zákazníkov vstúpil v roku 2011,
- BCF nakupuje ZP určený na predaj výhradne od SPP.

Po vytvorení silného konkurenčného prostredia v segmente veľkých zákazníkov sa minulý rok niesol v znamení vstupu nových hráčov aj do segmentu malých a stredných odberateľov. SPP si aj v intenzívnom konkurenčnom boji udržal v roku 2011 pozíciu kľúčového hráča s celkovým podielom na trhu 82 %. (graf č. 1)

Graf. č. 1 Štruktúra trhu s plynom



Zdroj: www.spp.sk (10-02-2011); vlastné výpočty

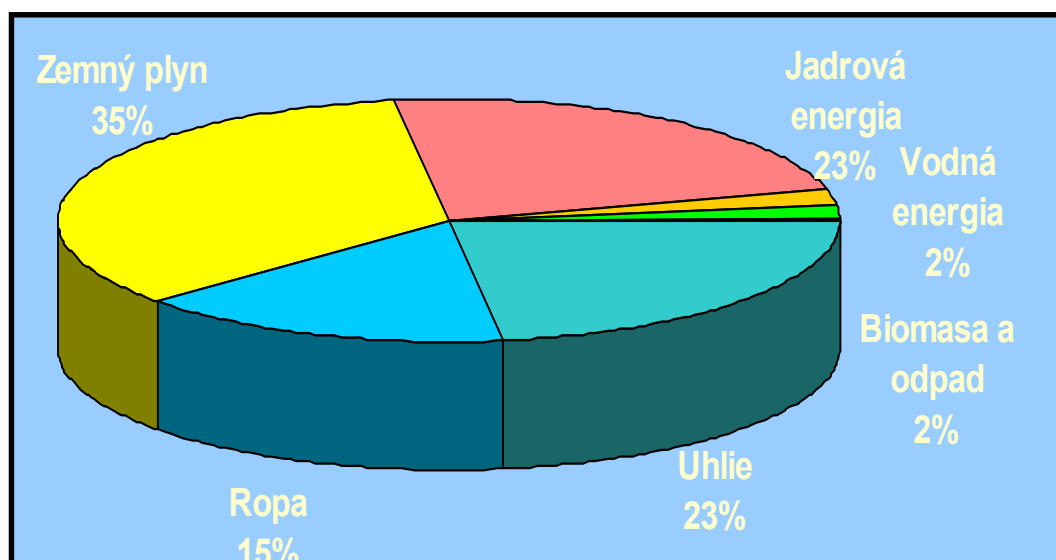
KONKURENCIA „PLYN – KONKURENČNÉ PALIVÁ“

- zámery prechodu centrálného vykurovania na spaľovanie biomasy,
- rozvoju výroby energie z biomasy nahrávajú viaceré faktory: obmedzená podpora slnečnej energie, vláda v novom akčnom pláne pre OZE dáva ako prioritu práve biomasu.

Štruktúra spotreby jednotlivých druhov energií v SR

Podľa dostupných údajov spotreba primárnych energetických zdrojov na obyvateľa v SR zaznamenáva v posledných rokoch mierny nárast a dosahuje cca 90 % priemeru krajín EÚ. (graf č. 2)

Graf č. 2 Štruktúra spotreby energií



Zdroj: www.spp.sk (20-05-2010); vlastné výpočty

4.3.2 POROVNANIE PONÚK KONKURENTOV A SPP NA DODÁVKU ZP

Na základe dostupných informácií sme porovnali ponuky cca 4 spoločností zaoberajúcich dodávkou zemného plynu s ponukami SPP, z nich jedna (RWE) je najsilnejším konkurenčným hráčom voči SPP. Porovnanie ponúk vychádza najmä z výšky konečnej ceny resp. jej jednotlivých zložiek v zmysle zmluvných podmienok. Porovnali sme jednak ponuky pre veľkých zákazníkov ako aj ponuky pre malých priemyselných zákazníkov (MO). Výpočet cenových ponúk pre veľkých zákazníkov je založený na skutočných parametroch ceny pre aktuálny mesiac (kurz €/USD a cena olejov) a mesačnej spotrebe (1/12 z RZM). Za daných predpokladov je popri % rozdieloch v konečnej cene a v cene obchodníka uvedená aj odhadovaná mesačná úspora nákladov.

A. Ponuky pre veľkých zákazníkov (tarify S, V)

Cenové ponuky sledovaných konkurentov sú v porovnaní s SPP výhodnejšie v rozmedzí 5-10%.

1. rozdiely RWE a Elgas voči SPP:

- RWE a Elgas majú fixný poplatok za štruktúrovanie (podobný poplatok za skladovanie má SPP zahrnutý vo FMS),
- RWE, Elgas sa neodvolávajú pri nákladoch na prepravu na cenník PDS ale uplatňujú poplatok za dopravu bez ohľadu na DMM, odvodený od jednodňovej alikvotnej časti RZM,
- poplatok na prevádzkové účely je súčasťou cenníka PDS, ale RWE sa odvoláva naň ako na samostatnú položku v rámci platby za kapacitu, pričom výška poplatku sa neodvíja od nákupnej ceny (prípád SPP) ale od aktuálnej mesačnej ceny za predaj komodity,
- RWE komunikuje svoju ponuku veľmi jasne: „oproti súčasnému dodávateľovi môžete ušetriť 3% pri neviazanostnom produkte, 7-10% pri 12/24 mesačnej viazanosti“,
- komunikuje to v prvej vete a potom sa sústreďuje na konkrétny výpočet úspory z ceny zemného plynu.

SPP komunikuje nové produkty a aktívne ich ponúka, avšak na začiatku sa zameriava na komunikáciu rozdielu medzi cenníkovou cenou a novým produktom a následne sa dostáva k reálnym úsporám.

2. rozdiely Shell voči SPP:

- cena za komoditu obsahuje aj poplatok za štruktúrovanie (nie je samostatnou súčasťou ako má RWE alebo Elgas),
- pri mesačnom výpočte komoditnej ceny sa používa aktuálny priemer posledných 9 mesačných priemerných kurzov €/USD pri prepočte 9 mesačných priemerov FO, GO z USD/MT na €/MT , ale v SPP sa používa na prepočet iba priemerný mesačný kurz platný pre mesiac predchádzajúci za ktorý sa počíta výsledná cena (rovnako RWE a Elgas).

B. Ponuky pre maloobber (tarifa MO):

RWE

RWE deklaruje vo svojich materiáloch, že poskytuje o 3 % nižšie ceny bez časovej viazanosti v porovnaní so štandardným dodávateľom (SPP), čo približne zodpovedá rozdielu v časti ceny obchodníka, bez zohľadnenia distribúcie a prepravy (2,9%). Porovnaním konečných priemerných vážených cien SPP a RWE vychádza rozdiel 2,1%. SPP v septembri uviedla na trh podobné produkty ako konkurencia s viazanosťou na 12 resp. 24mesiacov, ktoré ponúkajú zákazníkom určité zľavy. Za predpokladu, že RWE propaguje v letáku zľavy berúc do úvahy iba cenu obchodníka, časovo viazané produkty SPP ponúkajú zákazníkom zľavy na rovnakej resp. podobnej úrovni v porovnaní so základnou cenou bez časovej viazanosti (na 12 mesiacov 7,3% a na 24 mesiacov až 10,5%).

Vypracovali sme analýzu obchodných podmienok RWE a porovnali sme ich s podmienkami uplatňovanými zo strany SPP. Výsledkom analýzy sú niektoré rozdiely, poukazujúce na slabé stránky RWE, najmä na :

- na rozdiel od SPP si RWE uplatňuje pokutu v prípade, ak sa zákazník rozhodne odstúpiť od zmluvy, zmeniť dodávateľa ešte počas doby časovej viazanosti vzhľadom na poskytnutý produkt,

- ak chce zákazník RWE odísť k inému dodávateľovi ešte počas platnosti zmluvy s RWE (na rozdiel od SPP), musí zaplatiť odplatu vo výške 50% z ceny za predpokladanú dodávku pre obdobie od zmeny dodávateľa po termín ukončenia zmluvy,
- SPP zachováva pre zákazníka oznamovaciu lehotu o prípadnej zmene ceny, a to 5 dní pre začiatkom účinnosti zmeny, zatiaľ čo RWE si vyhradzuje právo kedykoľvek informovať zákazníka o úprave cien,
- vo všeobecných podmienkach cenníka si SPP nevyhradzuje jednostranné právo na zmenu odberateľom zvoleného druhu taríf tak ako je to v podmienkach RWE,
- poplatok za odchod od RWE vyúčtuje odberateľovi 200 EUR.

Gas Trading

Analyzovali sme individuálnu ponuku konečnej ceny Gas Tradingu pre zákazníka s ročným odberom cca 45 tis. m³ (M4), ktorá bola v porovnaní s cenou SPP pre túto kategóriu nižšia o 4%, pričom Gas Trading v prípade časovej viazanosti na 12 resp. 24 mesiacov oveľa výraznejšie zľavy (13 resp. 15% v porovnaní so súčasnou cenníkovou cenou SPP pre M4).

ČEZ

Analyzovali sme ponuku na fixnú cenu od spoločnosti ČEZ pre odberateľa s ročným odberom cca 45 tis. m³, čo je typický maloodberateľ M4.

Fixná cena bez distribúcie a prepravy, ale iba za dodávku (vrátane poplatku za štruktúrovanie) je 26,71 €/MWh s časovým ohraničením platnosti. Pre rovnaké obdobie má SPP indikatívnu cenu na úrovni 29,39€/MWh. Táto cena nezahŕňa takisto platbu za prepravu a distribúciu, iba náklady na komoditu. Porovnanie je trochu nepresné, lebo nemáme k dispozícii kompletnú ponuku ČEZ (chýba charakter profilu) a cena ČEZ obsahuje navyše poplatok za štruktúrovanie. Ale aj bez tohto poplatku je cena ČEZ výrazne nižšia. Aj pri porovnaní s variabilnou zložkou nielen v cenníku SPP pre M4 ale aj konkurentov RWE aj Gas Trading vychádza oveľa nižšie.

Minuloročné rozšírenie aktivít konkurencie (najmä RWE) aj na ostatných menších zákazníkov z kategórie maloodberateľov sa prejavilo v strate trhového podielu SPP aj v tomto segmente, aj keď iba v zanedbateľnej miere. Portfólio zákazníkov v starostlivosti sekcie OA, ktorí sa v najväčšej miere podieľali na strate trhového

podielu SPP v prospech konkurencie, a to viac ako 82%, neutrpelo v 1. polroku 2010 stratami vplyvom aktivít konkurencie, naopak tohtoročné straty (OK a OR) sú zatiaľ výrazne vykompenzované ziskom podielu od RWE.

5 DISKUSIA

V kapitole Výsledky práce sme analyzovali plynárenské odvetvie, konkrétne sme sa zamerali na komoditu zemný plyn. Venovali sme pozornosť podnikateľskému subjektu SPP ktorý má, napriek vstupu konkurencie do plynárenského odvetvia, na Slovensku monopolné postavenie a veľký trhový podiel. Popísali sme postavenie ostatných konkurenčných spoločností, ktoré sú v súčasnosti etablované na slovenskom plynárenskom trhu.

V porovnaní zemného plynu s ostatnými komoditami sme dospeli k poznaniu, že je vzácnym a nenahraditeľným zdrojom. Z týchto dôvodov je potrebné pristupovať k nemu ako k vzácnemu statku - jednak z dôvodu možného vyčerpania zdrojov, jednak z dôvodu ekonomického. Cena energií je vo všeobecnosti vysoká, plytvanie nimi je plytvaním peňažnými prostriedkami.

„Nákup zemného plynu sa pre SPP kryje najmä dovozom z Ruskej federácie. Za účelom zabezpečenia bezporuchového a plynulého zásobovania odberateľskej sféry je zmluvne zabezpečené jeho skladovanie v podzemnom zásobníku Láb. Ešte v roku 2000, keď sa predpokladalo, že o pol dekády neskôr bude spotreba 9,6 mld. m³, sa pripravovali rozsiahle skladovacie kapacity adekvátne veľkosti plánovanej spotreby, ktorú však SR nikdy nedosiahla. Bránila tomu tzv. destinačná klauzula, ktorá bola súčasťou všetkých uzatvorených zmlúv s ruským Gazpromom. Podľa nej odberateľ plynu mohol obchodovať len na území svojho štátu. Nové kontrakty na dovoz ZP od Gazpromu už túto klauzulu neobsahujú“, píše vo svojej knihe Energia a jej vplyv na hospodársky rast vo svetovej ekonomike profesor Baláž.

Slovenská vláda ako aj vrcholový manažment SPP sa snažia o zníženie závislosti na dodávkach zemného plynu z Ruskej federácie. Zatiaľ táto alternatíva Slovensku vyhovovala najmä z hľadiska nižšej ceny oproti cenám z iných štátov. Nižšia cena bola z dôvodu uzatvorenia dlhodobých kontraktov a veľkého objemu dodávok zemného plynu. Je nesporné, že samotné zloženie ruského plynu je vysoko kvalitné, čo znamená, že má vysokú výhrevnosť. Aj z tohto dôvodu sa vo faktúrach za dodávku zemného plynu uvádzajú energetické jednotky kWh namiesto v minulosti uvádzaných metrov kubických. Je to vyjadrenie množstva energie v plyne, čo je presnejšie vyjadrenie ako objemová jednotka meter kubický.

Brusel tvrdí, že „oddelenie vlastníctva je jediným spôsobom, ako je možné zabezpečiť spravodlivý prístup do energetických sietí aj pre malých dodávateľov

a zvýšiť konkurenciu na európskych trhoch s elektrickou energiou a plynom tak, aby to bolo prínosné pre spotrebiteľov“.

Oponenti tvrdia, že „by to len oslabilo európske spoločnosti oproti dominujúcim dodávateľom ako Rusku a poukazujú na príklad Veľkej Británie, kde plná liberalizácia doposiaľ viedla k nárastom ceny” .

Právne odčlenenie SPP sa uskutočnilo v zmysle Zákona č. 656/2004 o energetike, ktorý vychádza z európskej smernice 2003/55/ES a rozhodnutia Valného zhromaždenia SPP zo 16. mája 2006. Hlavným cieľom zákonnej požiadavky odčlenenia SPP bolo vytvoriť nezávislých sieťových operátorov pre prepravu a distribúciu, ktorí by posilnili transparentný a nediskriminačný prístup do plynárenskej siete tretím stranám, t. j. iným obchodníkom so zemným plynom. Uvedenú povinnosť musia splniť všetky energetické spoločnosti v Európskej únii v rámci procesu liberalizácie trhu s energiami.

Slovenský plynárenský priemysel, a.s. uzatvoril s ruským Gazprom Exportom v novembri 2008 kontrakt na dodávku 130 mld. m³ zemného plynu počas 20 rokov. Aby nedošlo k situácii z januára 2009, kedy bola z Východu prerušená dodávka ZP, podpísalo SPP zmluvu so svojim akcionárom E.ON Ruhrgas na dodávku 500 mil. m³ ZP počas 10 rokov a podobné zmluvy sú uzavreté aj s GdF Suez a VNG.

„Podnikateľská etika je aplikáciou etických hodnôt do podnikateľského správania. Vzťahuje sa na všetky aspekty obchodnej činnosti, od obchodnej stratégie a spôsobu akým sa firmy správajú k svojim dodávateľom, až po spôsoby predaja a účtovné praktiky. Keďže etické správanie vyžaduje viac než len dodržiavať zákon, je nevyhnutiteľné. Podnikateľská etika sa týka ako činnosti jednotlivcov, tak aj organizácie ako celku. Skúma ako firma vlastne funguje a ako sa skutočne správa“.

www.ibe.org.uk/faq.htm#whatbe

Zákaznícka linka SPP zaevidovala v poslednom období viacero sťažností svojich zákazníkov na podomových predajcov, ktorí si nekalými praktikami vynucujú podpis novej zmluvy na dodávku zemného plynu. Takýto predajcovia poskytujú nepravdivé informácie o SPP a nátlakovým spôsobom sa snažia doceliť podpis zmluvy s iným dodávateľom plynu. Porovnávajú svoje cenníkové ceny bez DPH s cenníkom SPP s DPH. Vo svojich ponukách porovnávajú zmluvné aj cenové podmienky s najväčším konkurenčným dodávateľom – SPP. Toto vyplýva z dlhoročného postavenia SPP ako jediného dodávateľa ZP na Slovensku. Z dôvodu nekalej konkurencie a nepravdivých informácií zo strany niektorých konkurentov SPP

verejnými prostriedkami informuje a upozorňuje svojich zákazníkov, aby si overili všetky poskytnuté informácie a starostlivo zvážili predkladanú ponuku.

„Úspech na trhu je závislý od uspokojenia potrieb zákazníkov – dať zákazníkovi, čo chce – ale potreby a očakávania zákazníkov nie sú rovnaké; niektoré z nich sú pre zákazníka dôležitejšie ako iné. Aby bolo hodnotenie spokojnosti zákazníkov maximálne efektívne, malo by identifikovať nasledovné faktory:

- priority zákazníkov,
- pásmo tolerancie zákazníkov,
- vašu vlastnú činnosť,
- vašu činnosť vo vzťahu k zákazníkovým prioritám,
- vašu činnosť vo vzťahu k činnosti vašej konkurencie,
- priority na zlepšenie“,

uvádzajú vo svojej knihe Spokojnosť zákazníka a metódy jej merania Mateides a Ďaďo (2000).

Príchodom konkurencie v oblasti energetiky na slovenský trh sa musela prispôsobiť aj zmluvná a cenová politika Slovenského plynárenského priemyslu, a.s. Je však nesporné, že SPP má svoje portfólio zákazníkov, ktorých prioritou je stabilita dodávateľského subjektu a bezpečnosť dodávky zemného plynu. Manažéri predaja dokážu svojim odberateľom odborne poradiť a využitím produktov poskytnúť výhodné zmluvné a cenové ponuky. Výhodou SPP oproti ostatným konkurenčným subjektom je skúsenosť v odbore a s tým spojená vysoká profesionalita manažérov.

6 NÁVRH NA VYUŽITIE VÝSLEDKOV

Na základe spracovaných informácií sme dospeli k záveru, že obsah diplomovej práce môže poslúžiť ako pomôcka pre potreby posúdenia konkurenčného prostredia v energetickom odvetví konkrétne v plynárenstve. Toto odvetvie bolo do nedávnej minulosti na Slovensku výlučne záležitosťou Slovenského plynárenského priemyslu, a.s., ktoré bolo v 100%-nom vlastníctve štátu. Vstupom nových podnikateľských subjektov do odvetvia vzniklo konkurenčné prostredie, ktoré prináša nové ponuky a nové možnosti zmluvného vyjednávania.

Diplomová práca poskytuje údaje o podnikaní v energetike, o vyhláškach, rozhodnutiach a zákonoch, ktorými sa je povinný riadiť každý účastník. Trh s energiami je špecifický v tom, že substitúcia jednej komodity za druhú je finančne náročná resp. nemožná. Dôvodom sú vlastnosti samotných spotrebičov a technologických zariadení, kde je možné využívať len jeden zdroj energie.

Tieto informácie môžu byť prínosom pre začínajúcich podnikateľov pri rozhodovaní sa či už vo výbere komodity, alebo pri výbere samotného dodávateľa. Môžu pomôcť pri identifikovaní prioritných potrieb odberateľa – cena, spoľahlivosť dodávky, kompetencie predajcov, ich znalosti v odbore, dostupnosť, výber produktov.

Jedným z uplatnení tejto práce by mohlo byť využitie informácií ako študijnú pomôcku.

7 ZÁVER

Cieľom mojej práce posúdiť konkurenčné prostredie v plynárenskom odvetví na Slovensku, charakterizovať jednotlivé konkurenčné subjekty a ich marketingové stratégie, navrhnúť možnosti zlepšenia konkurenčného prostredia, overiť si poznatky nadobudnuté počas štúdia.

Posúdenie konkurenčného prostredia v plynárenstve

Špecifikom konkurenčného prostredia je vstup jednotlivých podnikateľských subjektov do odvetvia, boj o zákazníkov predovšetkým kvalitou či už služieb alebo tovaru alebo adekvátnou cenou.

Výhody:

- tlak na znižovanie ceny,
- zlepšovanie štandardu poskytovaných služieb,
- skvalitňovanie starostlivosti o zákazníkov,
- vznik nových stratégií predaja,
- dôslednejšie využívanie nástrojov marketingového mixu.

Nevýhody:

- poskytovanie nepravdivých informácií na úkor iného konkurenčného subjektu,
- cena zemného plynu je závislá na cenách ropy, ktorá má dlhodobý stúpajúci charakter – veľký hráči na trhu majú cenu postavenú na vzorci, kým naopak, malí hráči nakupujú na spotových trhoch za nižšie ceny.

Návrh na zlepšenie konkurenčného prostredia

Do roku 2007 sme boli na Slovensku zvyknutí na jediného dodávateľa zemného plynu. Postavenie obchodníka s touto komoditou bolo bezkonkurenčné. Napriek vstupu akcionárov do tejto monopolnej spoločnosti zostal štát prostredníctvom Fondu národného majetku 51%-ným vlastníkom SPP. Z tohto postavenia vyplývajú obchodníkovi určité obmedzenia napr. regulované segmenty, ktoré patria vo väčšine do portfólia SPP, prinášajú značné straty z objemu predaja.

Vznikom konkurenčného prostredia je SPP nominované „poslednou inšinciou“, čo znamená mať povinnosť dodávať plyn odberateľovi, pokiaľ pôvodnému

dodávateľovi odberateľa bolo v priebehu výkonu činnosti odňaté povolenie alebo pôvodný dodávateľ odberateľa nemá možnosť uskutočňovať dodávku plynu.

Pre zabezpečenie optimálneho konkurenčného prostredia je potrebné správať sa podľa zásad konkurenčnej etiky. Je dôležité vnímať trhovú pozíciu a na základe nej sa riadiť.

Ďalším faktorom konkurenčného prostredia je ľudský kapitál, pod ktorým rozumieme kvalifikovanú pracovnú silu. Je dôležité, aby obchody s tak dôležitou komoditou akou je zemný plyn, dojednávajú kvalifikovaní pracovníci.

Aj keď je obchodovanie so zemným plynom na Slovensku plne liberalizované, sú postavenie a ciele jednotlivých konkurenčných subjektov rôzne. Z pohľadu „veľkých hráčov“ je dôležité udržanie portfólia zákazníkov, naopak, z pohľadu „malých hráčov“ získanie nových zákazníkov.

Celosvetový obchod je výrazne ovplyvňovaný jednak vývojom politiky a jednak živelnými udalosťami. Katastrofa v Japonsku výrazne ovplyvnila svetovú situáciu aj na trhu s energiami. Je predpoklad, že sa v budúcnosti bude prísnejšie posudzovať výroba elektriny v jadrových elektrárnach. Tu nastáva veľká príležitosť pre obchodovanie s plynom, pretože zásoby zemného plynu sú dostatočné a je predpoklad jeho využitia na výrobu elektriny. Zvýšeným obchodovaním vzniknú možnosti pre nových obchodníkov, ktorí rozšíria konkurenčné prostredie v tejto oblasti.

Predstava o dosiahnutí dokonalej konkurencie v rozoberanej oblasti je málo pravdepodobná z dôvodu homogénosti výrobku. Ako sme objasnili v predchádzajúcich častiach – na trhu sa stretáva množstvo predávajúcich s výrazne odlišnou ekonomickou silou, čo tiež spôsobuje nedosiahnuteľnosť dokonalej konkurencie. Využívaním nástrojov konkurenčnej politiky a rešpektovaním konkurenčnej etiky je však možné zintenzívniť konkurencieschopnosť jednotlivých subjektov na plynárenskom trhu.

8 LITERATÚRA

- BACULÍKOVÁ, N. - CEHULA, M. 2008. *Ceny a cenové stratégie*. Trenčín: FSEV TnUAD, 2008, 112 s. ISBN 978-80-8075-307-8.
- BALÁŽ, P. 1996. *Rast konkurenčnej výkonnosti, cesta rozvoja slovenskej ekonomiky*. Bratislava: Sprint, 1996, 176 s. ISBN 80-8884-803-2.
- BALÁŽ, P. 2007. *Energia a jej vplyv na hospodársky rast vo svetovej ekonomike*. Bratislava: Sprint, 2007, 275 s. ISBN 978-80-89085-87-3.
- BIELIK, P. 2006. *Podnikové hospodárstvo*. SPU 2006, 319 s. ISBN 80-8069-698-5.
- BLACKBURN, J. 2004. *Závod s časem*. Praha: VICTORIA PUBLISHING, a.s., 2004, 245 s. ISBN 80-85605-34-1.
- BOROVSKÝ, J. 2005. *Manažment zmien – cesta k rastu konkurencieschopnosti*. Bratislava: EUROUNION, 2005, 142 s. ISBN 80-8898-466-1.
- ČUNDERLÍK, D. 1996. *Podnikateľské riziko*. 2. vydanie Heureka engineering, 1996, 216 s. ISBN 80-900481-5-3.
- ĎAĎO, J. - POLIAČIKOVÁ, E. 2002. *Priemyselny marketing*. Banská Bystrica: Občianske združenie EKONÓMIA, 2002, 117 s., ISBN 80-8055-726-8.
- HOOLEY, G. – SAUNDERS, J. 2004. *Marketing strategy and competitive positioning*. Prentice Hall Europe, 2004, 298 s. ISBN – 10: 0-273-65516-7.
- HOLEŠOVÁ, H. 2003. *Malé a stredné podnikanie*. Bratislava: Merkury, 2003, 223 s. ISBN 80-9687-899-9.
- HOLKOVÁ, V. a i. 2003. *Základy mikroekonómie*. Bratislava: SPRINT vfra, 2003, 200 s. ISBN 80-89085-26.
- KAPSDORFEROVÁ, Z. 2008. *Manažment kvality*. SPU 2008, 120 s. ISBN 978-80-552-0115-3.
- KOTLER, P. – ARMSTRONG, G. 2007. *Marketing*. Praha: Grada, 2007, 856 s. ISBN 80-2470-513-3.
- KRETTNER, A a i. 2008. *Marketing*. Nitra: 2008, 197 s. ISBN 978-80-552-0134-4.
- LISÝ, J. a i. 2005. *Ekonómia v novej ekonomike*. Bratislava: JURA EDITION, 2005. 278 s. ISBN 978-80-225-2918-1.
- LUKNIČ, A. 1994. *Štvrtý rozmer podnikania – etika*. Vyd. Slovak Academic Press, spol. s r.o., 1994, 344 s. ISBN 80-85665-30-1.
- MATEIDES, A. – ĎAĎO, J. 2000. *Spokojnosť zákazníka a metódy jej merania*. Bratislava: Ing. Mračko, 2000, 255 s. ISBN 80-8057-224-0.

- Modrý plameň, časopis zamestnancov skupiny SPP.
- MORVAY, K. 2002. *Hospodárska politika na Slovensku 2000-2001*. Bratislava: Slovenská spoločnosť pre zahraničnú politiku, 2002, 347 s. ISBN 80-968155-8-X.
- MOVIUS, H. – SUSSKIND, L. 2010. *Firmy, ktoré víťazia*. Bratislava: Eastone Books, 2010, 212 s. ISBN 978-80-8109-129-1.
- NEMEC, S. 2006. *Rezort pôdohospodárstva iniciuje prijatie osobitného zákona o obnoviteľných zdrojoch*. In: Roľnícke novinky, roč. 16, 2006, č. 46.
- Obchodný zákonník 513/1996.
- OTČENÁŠEK, P. 2005. *Energiu nemožno vykúziť*. Hospodárske noviny Praha 2005, 23. marca, s. 7.
- PAŠKA, L. 2009. *Manažment výroby*. Nitra: 2009, 182 s. ISBN 978-80-552-0198-6.
- PORTER, M. E. 1994. *Konkurenčné stratégie*. VICTORIA PUBLISHING, a.s., 1994, 403 s., ISBN 80-85605-11-2.
- Smernica európskeho parlamentu a rady č. 2003/55/ES.
- SLÁVIK, Š. 2002. *Anatómia konkurenčnej výhody*. Bratislava: Ekonomická univerzita 2002, 104 s. ISBN 80-2251-587-6.
- ŠIMO, D. 2008. *Agrárny marketing I*. Bratislava: EKONÓM, 2008, 106 s. ISBN 978-80-225-2528-2.
- TOŠOVSKÝ, V. 2007. *Zelená električka nás príde draho*. Hospodárske noviny 2007, 18. januára 2007.
- VOKOUNOVÁ, D. 2006. *Praktikum z prieskumu trhu*. Bratislava: EKONÓM, 2006, 100 s. ISBN 80-225-2235-X.
- VOKOUNOVÁ, D. 2006. *Segmentácia trhu*. Bratislava: EKONÓM, 2006, 132 s. ISBN 80-225-2168-X.
- ZENTKOVÁ, I. 2005. *Základy mikroekonómie*. NITRA SPU 2005, 2. nezmenené vydanie, 148 s. ISBN 80-8069-472-9.
- Zbierka zákonov č. 409/2007 – Nariadenie vlády SR.
- Zákon 656/2004 Z. z. o energetike.
- <http://www.euractiv.sk/energetika/clanok/male-podniky-chcu-liberalizaciu-energetickeho-trhu>, 25.04.2007.
- <http://www.windpower.sk/index.php?a=article&id=338>, 20.11.2008.