






Россия – Англия:



2 : 1



Поздравляем!!!



Деятельность сбытовой компании в условиях конкурентного рынка

Презентация по результатам
работы рабочей группы №1

Текущая ситуация

- Незаконченная модель оптового рынка электрической энергии;
- Слабые рыночные сигналы на розничном рынке;
- Сдерживание ФСТ России предельных уровней тарифов на электрическую энергию с оптового рынка и для розничных потребителей
- Отсутствие законченного правового поля, отсутствие полноценных постреформенных институтов
- Неопределенная позиция Правительства РФ по вопросу ликвидации перекрестного субсидирования

Рассматриваемые вопросы

- Оценка ситуации на оптовом рынке – существует ли конкуренция?
- Есть ли конкуренция на розничном рынке и почему?
- ГП – это бизнес?
- Предложения по изменению условий конкурса на статус ГП
- Предложения по изменению модели конкурентного розничного рынка

Оценка ситуации на оптовом рынке – существует ли конкуренция?

- Предмет рассмотрения – ценовая зона.
- Несколько аспектов конкуренции:
 - Конкуренция за тарифно-балансовые решения;
 - Ценовая конкуренция ограничена в связи с обязанностью ГП подавать ценопринимающие заявки;
 - Конкуренция за статус участника ОРЭ;
 - Вопрос разъединения/объединения ГТП

Конкуренция на оптовом рынке – предложения

- Отмена обязательного ценопринимания для ГП
- Актуализация процедуры получения статуса участника ОРЭ – в т.ч. необходимо активизировать работу конфликтных комиссий
- Проработка вопроса объединения ГТП

Структура покупателей на розничном рынке

1. Крупные промпотребители свыше 750кВА:
 - 1.1. «Старые» (до 2008)
 - 1.2. «Новые» (с 2008)
2. Квалифицированные потребители (могут обеспечить почасовой или зонный учет)
3. Прочие
 - 3.1. Мелкомоторные, бюджетники и ЖКХ
 - 3.2. ГП 2-го уровня
 - 3.3. ЭСК, не получившие статус ГП
4. Население и приравненные к ним

Есть ли конкуренция на розничном рынке?

Группа	Наличие конкуренции
Крупные промпотребители свыше 750кВА	Есть, ценовая и неценовая (доп.услуги, планирование, прозрачность цены)
Квалифицированные потребители	Невысокая ценовая и неценовая
Прочие	Практически отсутствует
Население	Как за потребителя – нет, но есть за статус ГП

ГП – это бизнес?

ГП должен рентабельным, в противном случае лишается статуса.

Преимущества статуса ГП	Недостатки статуса ГП
Сбытовая надбавка регулируемая	Необходимость выполнения соц.функции
Статус > 1 года	Перекрестка между группами потребителей
Возможность расширения спектра услуг за счет клиентской базы	Возмещение выпадающих доходов (приход-уход)
Наличие РСК как крупного устойчивого клиента	Срок статуса только 3 года
	ГП 1-го уровня – «помойка», куда сливаются фин.риски

ГП – это бизнес?

(продолжение)

Преимущества статуса ГП	Недостатки статуса ГП
Наличие единой ГТП (для ГП 1-го уровня)	Риск потери основной стоимости ГП – нематериальных активов при потере статуса
Статус ГП – имиджевый фактор при конкуренции	Риск банкротства при потере статуса в связи невозможностью взыскания ДЗ

Предложения по изменению условий конкурса на статус ГП

1. Четкое определение требований к конкурсантам
2. Адаптация требований ФЗ №94 к конкурсу на статус ГП
3. Применение на конкурсе НВВ без учета выпадающих и излишне полученных доходов прошлых лет
4. Ограничение по минимальной НВВ
5. Наличие финансовых гарантий нового ГП либо оборотного капитала в размере минимум 2-х месячного оборота

Предложения по изменению модели конкурентного розничного рынка

1. Внедрение принципов саморегулирования и сорегулирования.
2. Разработка принципов выделения интеллектуальной собственности из сбытовой деятельности.
3. Взаимодействие с ФАС в части проработки в рамках Экспертных Советов по электроэнергетике вопросов по изменению модели рынка.
4. Создание административных барьеров для нерыночных действий местных властей.
5. Возможность разделения потребителей между сбытовыми компаниями с учетом частичного финансирования сбытовой надбавки исходя из количества обслуживаемых точек учета.

Спасибо за внимание!