

ΕΣΠΕΝ

Ελληνικός Σύνδεσμος
Προμηθευτών Ενέργειας

27ο Ετήσιο Εθνικό Συνέδριο «Ενέργεια και Ανάπτυξη

5η Συνεδρία: «Πόσο Ανταγωνιστική είναι η Αγορά Ηλεκτρισμού στην Ελλάδα;

14-15 Νοεμβρίου 2023

Ηλεκτρισμός ως προϊόν

Δύσκολος ο ανταγωνισμός:

1. Ομοιογενές προϊόν (μέχρι σήμερα)
2. Επαναλαμβανόμενες δημοπρασίες
3. Χαμηλή Ελαστικότητα Ζήτησης
4. Πολυπλοκότητα

Market Failures?

1. Επενδύσεις έντασης κεφαλαίου και cash flows σε έντονα μεταβαλλόμενο περιβάλλον
2. Εξωτερικότητες όπως τα περιβαλλοντικά θέματα και τα θέματα ασφάλειας εφοδιασμού που δεν αντανακλώνται επαρκώς στις τιμές

Εξέλιξη ανταγωνισμού στην Ελλάδα

Δομικές Συνθήκες

1. Σχετικά **μικρή αγορά**, κυρίως λιανική
2. Διασυνδέσεις είτε με συστήματα με ανώριμες αγορές (Βαλκάνια) είτε πολύ μικρής ισχύος (Ιταλία)
3. **Κυρίαρχη Επιχείρηση**, καθετοποιημένη μέχρι πριν λίγα χρόνια αποκλειστική πρόσβαση σε φθηνούς πόρους λιγνίτες και νερά

Τιμολόγια

1. Σταθερά τιμολόγια, λαμβάνοντας υπόψη ότι το μεγαλύτερο μέρος του κόστους της ΔΕΗ ήταν σταθερό.
2. Σταδιακή είσοδος ΦΑ και περιβαλλοντικές επιβαρύνσεις, έχουν ως αποτέλεσμα μεγάλο μέρος του κόστους να είναι μεταβλητό, και να εξαρτάται από εξωτερικούς παράγοντες

Πραγματικές συνθήκες

1. Η Κυρίαρχη επιχείρηση, η μόνη με διαφοροποιημένο χαρτοφυλάκιο μονάδων, τιμολογεί στο μέσο κόστος του χαρτοφυλακίου της ενώ οι υπόλοιποι στην οριακή τιμή
2. Τα ΑΠΕ (ο μεγάλος όγκος αυτών), δεν συμμετέχει απευθείας στην χονδρική αγορά, πληρώνεται με μηχανισμούς εκτός αγοράς (out-of-market payments)
3. Διαρκώς λήψη μέτρων (capacity markets, feed in tariffs) για να δημιουργηθούν συνθήκες εισόδου στην πλευρά της παραγωγής

Αποτέλεσμα

1. Χώρος για ανταγωνισμό μόνο σε περιόδους χαμηλών τιμών ΦΑ και δικαιωμάτων CO₂
2. Παντελής έλλειψη διμερών και μακροχρόνιων συμφωνιών



Λήψη μέτρων

1. Δημοπρασίες Ρυθμιζόμενων Προθεσμιακών Προϊόντων (NOME).
2. Customer release προγράμματα

Ανταγωνισμός στη λιανική

Ο ανταγωνισμός στις ηλεκτρικές αγορές, και ιδίως στη λιανική, μπορεί να γίνει μόνο σε επίπεδο τιμών και ιδίως **στην κατανομή του ρίσκου** ως προς την μεταβλητότητα των τιμών

Μοντέλο	Πλεονεκτήματα (+)	Μειονεκτήματα (-)
Σταθερή τιμή	<ul style="list-style-type: none">✓ Σταθερή τιμή για όλη τη διάρκεια της σύμβασης✓ Αποφυγή ρίσκου	<ul style="list-style-type: none">✓ Ελαφρώς αυξημένη τιμή σε σχέση με τα υπόλοιπα τιμολόγια✓ Δεσμευτικές οι συμβάσεις✓ Penalty σε περίπτωση πρόωρης αποχώρησης
Τιμή χωρίς επιπλέον επιβαρύνσεις	<ul style="list-style-type: none">✓ Τιμή χωρίς επιπλέον επιβαρύνσεις✓ Ανταγωνιστικές τιμές όταν υπάρχει επάρκεια✓ Δυνατότητα μεταφοράς σε άλλους παρόχους ή προγράμματα	<ul style="list-style-type: none">✓ Επιλογή με ρίσκο✓ Μεγάλες επιβαρύνσεις όταν δεν υπάρχει επάρκεια ενέργειας
Ευελιξία στην κατανάλωση ανάλογα με τις χρεώσεις της αγοράς	<ul style="list-style-type: none">✓ Ευελιξία στην κατανάλωση ανάλογα με τις χρεώσεις της αγοράς✓ Ευνοϊκό για όσους κάνουν αυτοκατανάλωση	<ul style="list-style-type: none">✓ Επιλογή με ρίσκο✓ Τεράστιες αυξομειώσεις στις τιμές σε περιόδους κρίσης✓ Μεγάλες χρεώσεις αν δεν ρυθμίζεται η κατανάλωση
Κλειδωμένη τιμή για έναν μήνα	<ul style="list-style-type: none">✓ Κλειδωμένη τιμή για έναν μήνα✓ Δυνατότητα σύγκρισης στις χρεώσεις των προμηθευτών	<ul style="list-style-type: none">✓ Δεν συνδυάζεται με άλλα προϊόντα και υπηρεσίες από τους παρόχους✓ Εξόφληση χωρίς δόσεις

Πηγή: ΥΠΕΝ

Ανταγωνισμός στη λιανική

1. Πως θα γίνει η διαχείριση του ρίσκου ένα δεν υπάρχουν τα κατάλληλα εργαλεία?
2. Εάν αυτά τα εργαλεία δεν είναι προσβάσιμα σε όλους πως θα υπάρχει ανταγωνισμός?
3. Ποιοι είναι οι λόγοι που μέχρι σήμερα δεν αναπτυχθήκαν εργαλεία διαχείρισης κινδύνου?
4. Πως όλα αυτά ταιριάζουν με την νέα πραγματικότητα του Transition και system integration?

Quick wins

1. Ενσωμάτωση ΑΠΕ στην αγορά
2. Παράδειγμα: Οι συμβάσεις feed-in tariffs που κατέχει ο ΔΑΠΕΕΠ, να γίνουν πακέτα και να πωληθούν ως strips σε δημοπρασίες.
 1. Ενδεχομένως να χάνει κάποια έσοδα ο ΕΛΑΠΕ (εάν οι τιμές της δημοπρασίας είναι χαμηλότερες από την MCP),
 2. Ενδεχομένως να δημιουργηθεί «αθέμιτος» ανταγωνισμός για νέα έργα ΑΠΕ, που ψάχνουν για PPAs

Ενημέρωση καταναλωτή

1. Κυρίαρχη αντίληψη ότι ο καταναλωτής δεν καταλαβαίνει, δεν ξέρει, δεν μπορεί να αποφασίζει για τον εαυτό του.
2. Προφανώς, καταναλωτής χωρίς πληροφόρηση δεν μπορεί να συμμετέχει ενεργά στην αγορά.
3. Με ποιον τρόπο θα συμμετέχει ο καταναλωτής σε όλο αυτό το δημιούργημα του Energy Transition και του System Integration, όταν δεν είναι σε θέση να επιλέξει ένα τιμολόγιο?