

А. Г. СТАРОВОЙТОВ, И. А. ЧЕРКАСОВА

Белорусско-Российский университет

Могилев, Беларусь

Развитие рыночных отношений в Республике Беларусь обуславливает необходимость проведения маркетинга во всех отраслях народного хозяйства, в том числе и энергетике.

Эта отрасль производит, преобразовывает, распределяет и отпускает электрическую энергию и тепло потребителям.

Такая неразрывная связь с потребителем делает проблематичной оптимизацию энергопотребления. Энергосистема заинтересована в оптимизации своих отношений с потребителем для того, чтобы не осуществлять чрезмерных затрат на создание малозагруженных мощностей. Поскольку режим работы разных потребителей энергии и эффективность использования ее в различных условиях сильно различаются, то для оптимизации энергопотребления нужна глубокая дифференциация тарифов на электрическую и тепловую энергию. При этом система тарифов, особенно на электроэнергию, с изменением условий её получения, передачи, и преобразования должна непрерывно совершенствоваться. Ввиду однородности продукции отрасли, тарифы в электроэнергетике играют большую роль, чем в других отраслях. Это одна из важнейших особенностей маркетинга в энергетике.

Очевидно, чем скорее появится разнообразие тарифных систем, чем скорее потребители откажутся от ненужных затрат и перейдут к экономии электроэнергии путем организации автоматизированной системы коммерческого учета энергии (АКСУЭ), тем больше от этого выиграют и энергосистема и потребитель. Технические возможности обеспечения энергоучета сегодня существуют. В Госреестре Республики Беларусь имеется достаточное количество приборов, оценить которые можно по основным требованиям построения АСКУЭ [1]. При наличии стабильного графика нагрузки энергосистеме достаточно установить у потребителя микропроцессорный счетчик с отсечкой по максимуму нагрузки.

Так как энергосистема стремится получить на рынке прибыль от продажи своей продукции, а отрасль производить однородную продукцию, электрическую и тепловую, то пропаганда новых электротехнологий и новых видов электроприборов и аппаратов (в том числе и бытовых) есть одно из направлений маркетинга в энергетической системе. Внедрение таких новшеств неразрывно связано с расширением области и масштабов применения электроэнергии в народном хозяйстве. Здесь важна совместная работа отраслевых научно-исследовательских институтов, универси-

тетов, предприятий-изготовителей и энергетиков по формированию рынка научно-технических разработок, использование которых в народном хозяйстве позволит одновременно обеспечить рост потребления и оптимизацию его структуры.

Одной из форм маркетинга в энергетике является налаживание рыночных взаимоотношений с поставщиками топлива, на долю которых приходится значительная доля затрат ТЭЦ. В непосредственном ведении маркетинга энергосистемы должны находиться такие вопросы, как выбор поставщиков, согласование цен, условий поставки, претензионная работа по топливу и т. п.

Еще одна из форм маркетинга в энергетике: энергосистема должна осуществлять надзор за рациональным и эффективным использованием электроэнергии тепла потребителем, причем не только с целью экономии расходов потребителей, но и с целью оптимизации использования установленной мощности (лимитов потребления).

Здесь необходимо иметь в виду следующее: т. к. на долю промышленных предприятий приходится большая часть суммарного потребления энергии, то с такими предприятиями необходимо развивать маркетинг, обеспечивающий взаимное согласование энергосистемы и потребителей и организацию их экономических отношений.

Еще одно направление маркетинга в энергосистеме связано с реконструкцией и техпереворужений ТЭЦ. Объекты энергетики оказывают значительное воздействие на состояние окружающей среды, в большинстве случаев отрицательное.

В этом плане на рынке возникает конкуренция по разработке и внедрению экологически чистых технологических процессов в энергетическом производстве.

Таким образом, на основе вышеизложенного можно заключить, что в условиях развития рыночных отношений и при наличии конкуренции маркетинг оптимизирует развитие энергосистемы для удовлетворения потребителей в электрической энергии и тепле, причем значимость указанных направлений будет возрастать по мере продвижения к рынку [2].

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. **Гуртовцев, А. Л.** Правила приборного учета электроэнергии. Глобальный проект белорусских энергетиков / А. Л. Гуртовцев // *Новости Электротехники*. – 2004. – № 6 (30).
2. Становление энергетики Беларуси. Путь длиною в жизнь // *Энергетическая стратегия*. – 2011. – № 2 (20).