

кооплачиваемых профессиональных групп на рынке труда. Более высокая доля женщин среди студентов вузов, сохраняющаяся на протяжении последних десяти лет, свидетельствует, что и в дальнейшей перспективе в республике будет наблюдаться рост приоритетности высококвалифицированной женской занятости, которая должна подкрепляться рационализацией их отраслевой структуры и снижением сверхзанятости женщин в общественном производстве.

УДК 339.138

НЕОБХОДИМОСТЬ И ОСОБЕННОСТИ МАРКЕТИНГА В ЭЛЕКТРОЭНЕРГЕТИКЕ

Клокель И.Г.

Научный руководитель – канд. экон. наук, доцент НАГОРНОВ В.Н.

Необходимость маркетинга в рыночной экономике обусловлена наличием на рынке конкуренции – этого главного конституирующего фактора рынка. Нередко встречаются заявления, что в электроэнергетике, в настоящее время высшей степени монополизированной отрасли, маркетинг не нужен. Однако в экономике, основанной на рыночных отношениях, абсолютно монопольных рынков не бывает.

Основными особенностями энергетики и её продукции являются:

- спрос на энергию зависит от уровня экономического развития региона;
- производство и потребление электроэнергии (и в большой степени тепловой энергии) совпадают во времени. Отсюда важность *точного прогнозирования спроса*;
- качество электроэнергии, если оно отвечает имеющимся стандартам, нельзя в отличие от других продуктов и товаров улучшить. Ограничены возможности улучшения качества и тепловой энергии. Отсюда вытекает возможность *только ценовой конкуренции*;
- в электроэнергетике товаром особого рода, следовательно, предметом спроса является не только электрическая и тепловая энергия, но и мощность. Это означает, что *объектом маркетинга является режим потребления электрической и тепловой энергии* в целом: в суточном, недельном и сезонном (годовом) аспектах;
- технические и экономические возможности передачи энергии на большие расстояния ограничены, что *ограничивает возможности экспорта – импорта энергии*;
- в современных условиях энергетическая система обладает естественной монополией на энергоснабжение обслуживаемой территории. *Естественная монополия объективно приводит к практически полному отсутствию конкурентной борьбы и необходимости государственного регулирования цен на электрическую и тепловую энергию*;
- в условиях естественной монополии отрасли рынок – это рынок особого вида, где *продавец и покупатели вынуждены быть партнерами* не только в процессе купли-продажи энергии, но и в выявлении закономерностей спроса на нее.

Специфика энергетического товара делает невозможным перенесение наработанных инструментов маркетинга на предприятия энергетики. Вместе с тем, по составу управленческие функции маркетинга идентичны функциям маркетинга на предприятиях других отраслей, хотя содержательно значительно отличаются.

При моделировании процессов и показателей маркетинга на рынке энергетического товара основное внимание необходимо уделять моделям, позволяющим связывать стоимостные и режимные показатели энергетического товара.

Таким образом, *система маркетинга должна представлять собой интеграцию комплекса маркетинга, функций маркетинга и иерархических уровней управления маркетингом.*

Сбыт – неотъемлемый элемент процесса маркетинга, так как является завершающей, наиболее ответственной стадией обеспечения потребителя необходимым для него товаром. Он направлен на формирование и поддержание эффективной системы перемещения продукта от производителя до конечного потребителя с минимальными затратами. Основными методами сбыта являются:

- торговые системы, включающие централизованный и децентрализованный сбыт;
- собственная или внешняя формы организации продажи (форма сбыта);
- прямой и непрямой сбыт через торговые посреднические предприятия (пути сбыта).

Координация деятельности службы сбыта, связей с внутренними подразделениями фирмы и внешними субъектами окружающей среды проводится с целью поддержания *эффективного поведения системы сбыта* и обеспечения поставки необходимой потребителю продукции в нужное время, в требуемый район, в надлежащем количестве и установленного качества.

Основным средством и инструментом координации является организационная форма, структура службы сбыта, которая отражает размер фирмы, тип и ассортимент товаров, количество и месторасположение покупателей, каналы распределения, методы торговли, права и ответственность от вышестоящего к нижестоящему уровню. В зависимости от сочетания этих факторов фирмы могут использовать различные формы организации службы распределения и сбыта.

Энергосбытовая деятельность – это управленческая деятельность по выработке и принятию управленческих решений, обеспечивающих эффективные продажи произведенной энергоснабжающей организацией энергии потребителям (абонентам).

Обязательными для энергосбыта являются следующие виды деятельности:

- реализация электрической и тепловой энергии и мощности по тарифам, установленным постановлениями органов государственного регулирования тарифов в соответствии с действующим законодательством о государственном регулировании тарифов на электрическую и тепловую энергию;
- обеспечение энергоснабжения потребителей в соответствии с заключенными договорами;
- безусловное исполнение диспетчерских распоряжений, отраслевых норм и правил по устройству и условиям безопасности эксплуатации энергоустановок.

В целом перед энергосбытовыми службами должны стоять следующие задачи:

- организация индивидуальной работы с проблемными потребителями из числа финансируемых и дотируемых за счет средств региональных и местных бюджетов, а также оптовых потребителей-перепродавцов;
- подготовка и организация работы энергосбытовых подразделений в условиях конкурентного рынка электроэнергии и реструктуризации;
- внедрение новых технологий в информационном обеспечении и существенное улучшение технического обеспечения энергосбытовых подразделений;
- снижение коммерческих потерь и совершенствование средств учета отпуска энергии;
- совершенствование системы управления энергопотреблением, обеспечивающей бесперебойное энергоснабжение добросовестных плательщиков;
- установление нормальных отношений с потребителями, построенных на принципе – потребитель оплативший энергию имеет безусловное право ее получать;

- кардинальное снижение дебиторской задолженности за потребленную энергию денежными средствами;
 - обеспечение качества бытовых услуг и технологий;
 - формирование нового отношения к потребителю;
 - нормализация отношений с оптовыми потребителями-перепродавцами;
 - формирование положительного имиджа энергосбытовой компании.
- Задачей тарифной политики является становление экономически обоснованных тарифов для различных категорий плательщиков, в том числе:
- устранение чрезмерной дифференциации;
 - прекращение практики установления тарифов ниже себестоимости (для льготных групп);
 - устранение перекрестного субсидирования;
 - применение тарифов, дифференцированных по временам года, времени суток;
 - тарифные кредиты, т. е. временное снижение тарифов для потребителей, реально осуществляющих энергосбережение;
 - общее стимулирование промышленного региона с целью увеличения энергопотребления;
 - ликвидирование дефицитности энергосистемы;
 - активизация деятельности по сокращению издержек производства;
 - устранение в перспективе перепродавцов энергии как промежуточных звеньев между производителями и потребителями энергии.

Литература

1. Куневич, О.В. Маркетинг. – Минск, 1998. – 102 с.
2. Гительман, Л.Д., Ратников, Б.Е. Эффективная энергокомпания: Экономика. Менеджмент. Реформирование. – М.: ЗАО «Олимп-Бизнес», 2002. – 256 с.
3. Дьяков, А.Ф., Максимов, Б.К., Молодюк, В.В. Рынок электрической энергии в России: состояние и проблемы развития. – М.: Издательство МЭИ, 2002. – 52 с.

УДК 2.221.26

О ЦЕЛЕСООБРАЗНОСТИ СООРУЖЕНИЯ ПОЛОЦКОЙ ГЭС НА РЕКЕ ЗАПАДНАЯ ДВИНА

Куксов А.С.

Научный руководитель – д-р техн. наук, профессор БОКУН И.А.

Республика Беларусь испытывает постоянные финансовые трудности при расчетах за импортируемые топливно-энергетические ресурсы, которые используются в основном на производство электрической и тепловой энергии. Для снижения расхода органического топлива на производство электрической энергии существует несколько путей. Один из них – развитие малой и нетрадиционной энергетики и, в частности, строительство гидроэлектростанций малой и средней мощности. В республике накоплен определенный положительный опыт восстановления и сооружения малых ГЭС (МГЭС), который позволяет приступить к проектированию и сооружению каскадов ГЭС средней мощности на реках Западная Двина и Неман, где для этой цели имеются благоприятные условия: удобные створы, при использовании которых уровень затоплений не превышает уровня паводковых вод. Выбор р. Западная Двина для строительства ГЭС обусловлен ещё и тем, что ее бассейн обладает гидроэнергетическим потенциалом, который характеризуется годовым значением около $1\,000\text{ кВт}\cdot\text{ч}/\text{м}^2$ согласно данных Государственного гидрологического института. Стоит также отметить, что на р. Западная