

Пашкуда М. О.
*аспірант кафедри економіки та фінансів підприємства
Державного торговельно-економічного університету
м. Київ, Україна*

DOI: <https://doi.org/10.36059/978-966-397-323-4-21>

ФОРМУВАННЯ ЦІНИ НА ЕЛЕКТРОПОСТАЧАЛЬНИХ ПІДПРИЄМСТВАХ

Окрім визначення попиту та пропозиції, які в сфері енергетики є сезонними і залежать від температури навколишнього середовища, кількості опадів, ремонтної компанії виробничих підприємств, тощо є ще один важливий важкопрогнозований фактор. Цей фактор обумовлений специфікою купівлі-продажу електричної енергії і полягає в тому, що її неможливо закупити заздалегідь щоб залишити на складі, тобто в енергосистемі завжди повинен зберігатись баланс між виробленою та спожитою електричної енергією в конкретний момент часу.

Це означає, що електропостачальнику необхідно перед закупівлею електроенергії для споживачів спрогнозувати її споживання з розподілом для кожної години відповідного періоду на яких планується здійснювати постачання, оскільки в протилежному випадку не реалізована частина електричної енергії буде продана ним як неліквід при врегулюванні небалансів.

Електропостачальник зобов'язаний надати оператору системи передачі, якій слідкує за збалансованістю енергетичної системи України прогнозний графік споживання і у разі відхилення фактичного споживання від прогнозного електропостачальник повинен буде сплатити кошти за врегулювання негативного небалансу, або незначну частину компенсації за позитивні небаланси.

Виходячи з вищенаведеного пропонуємо наступний алгоритм дій при визначенні ціни на електричну енергію електропостачальних підприємств, який включає в себе тринадцять етапів (рис. 1).

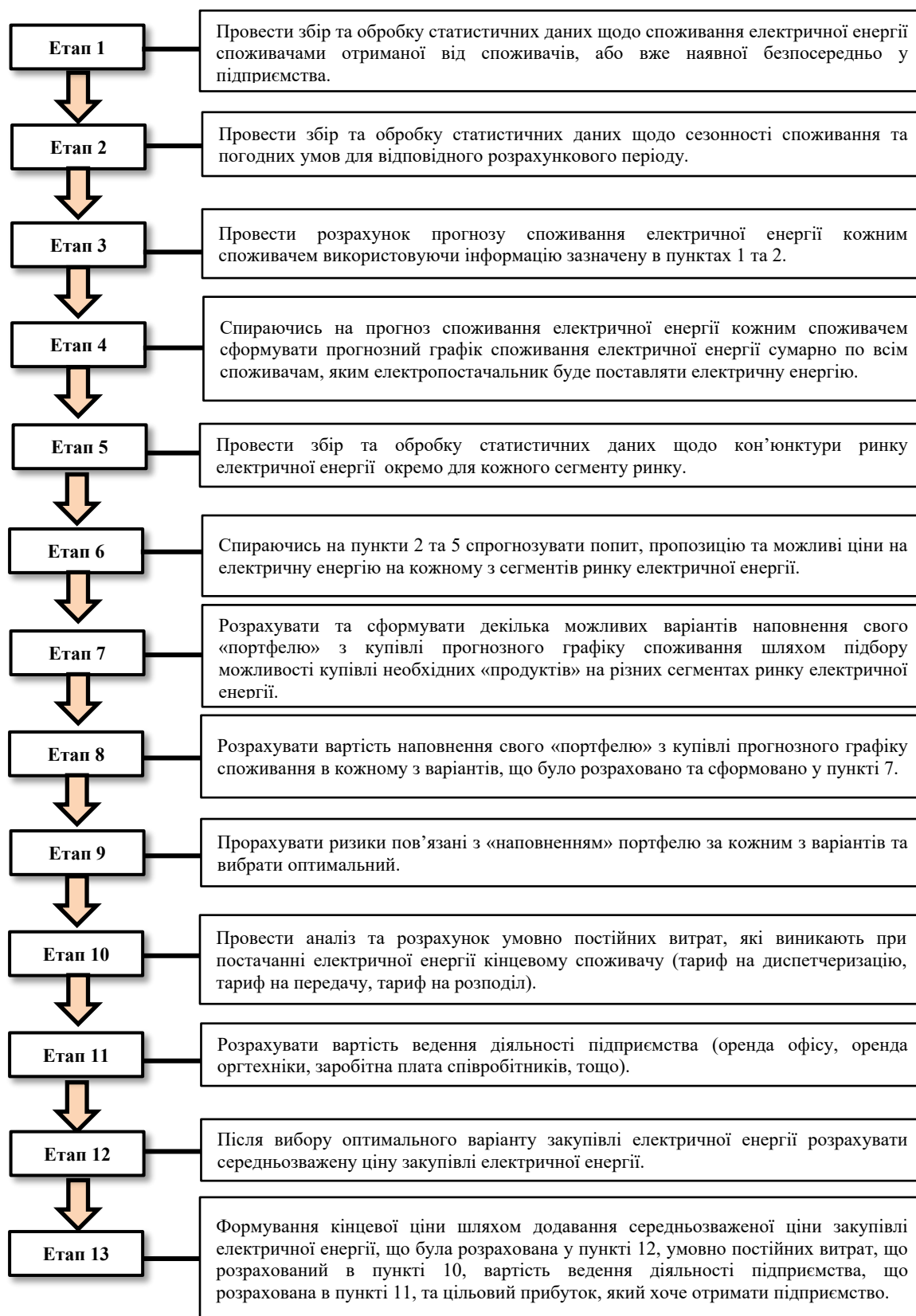


Рис. 1. Послідовність дій при ціноутворенні на електропостачальних підприємствах

Діяльність електропостачальних підприємств пов'язана з постійними ризиками, оскільки більша частина розрахунків ціни на електричну енергію, за якою вона буде поставлена кінцевому споживачу, складають прогностичні значення. Запропонована методика визначення ціни є оптимальною, проте, не остаточною і може бути додатково доповнена виходячи з умов та принципів за якими працює конкретний електропостачальник. Це обумовлено тим, що ринок електричної енергії ще досить молодий і в сфері енергетики присутні динамічні зміни нормативно-технічної бази.

Література:

1. Артус М. М. Формування механізму ціноутворення в умовах ринкової економіки : монографія. Київ : Тернопіль: Економічна думка, 2012. 354 с.
2. Жегус О. Розвиток методів маркетингового ціноутворення на інноваційні продукти. *Науковий вісник Полтавського університету економіки і торгівлі*. 2019. № 2(93). С. 82–90.
3. Рябченко І. Удосконалення методичних підходів до ціноутворення на вітчизняних промислових підприємствах з урахуванням вимог ринку. *Глобальні та національні проблеми економіки*. 2015. № 3. С. 398–403