

УДК 621.316

Д.М. АНИЩЕНКО, студент гр. ЭЭб-151 (КузГТУ)
А.А. СИНКИН, студент гр. ЭЭб-151 (КузГТУ)
Т.М. ЧЕРНИКОВА, д.т. н., профессор (КузГТУ)
г. Кемерово

ЭЛЕКТРОЭНЕРГИЯ КАК ТОВАР

Для того чтобы существовать и получать прибыль, любое предприятие должно сначала произвести товар (или услугу), назначить ему себестоимость и цену, затем организовать выход на рынок с этим товаром или услугой.

Под товаром обычно понимают предмет или вещь, который можно рассматривать с трех позиций (уровней). Услуга – это, по меньшей мере, результат одного действия, которое было осуществлено при взаимодействии поставщика и потребителя, и не является чем-то материальным.

Товар или услуга, в широком понимании, являются продукцией (действием), которые удовлетворяют какой-либо спрос или потребность человека, имеющие свою цену, характеристики и срок годности [1].

Многие товары граничат по характеристикам с услугами или совмещают в себе два в одном: например, коммунальные услуги (подача воды, газа, света), услуги парикмахера (окрашивание волос как услуга требует не только затрат времени и физических сил парикмахера, но и краску, окислитель и другие материалы).

В соответствии с этим и происходит оценивание того или иного товара или услуги: себестоимость учитывает все затраты (материальные, нематериальные). Можно привести пример: наценка на товар за доставку в регион или магазин. Сумма наценки будет зависеть от прайса цен на услуги по доставке того или иного поставщика.

Для того чтобы рационально и выгодно оценивать товар (выгодно для производителя), необходимо четко знать его свойства, значение, характеристики. Но не всегда удается четко определить к какой экономической категории отнести тот или иной продукт труда – к услуге или товару.

Различают также товары: материальные, нематериальные, потребительские, производственные (рис. 1).

На современном рынке можно встретить такой вид товара как специфичный. Такие товары имеют сложную структуру, набор отличительных характеристик, своеобразные методы производства.

В данной статье рассмотрен такой специфичный товар как электроэнергия. В научной среде до сих пор ведутся споры, к чему относит электроэнергию – товару или услуге? Многие специалисты считают, что по

многим признакам это скорее услуга, а другие предпочитают воспринимать электроэнергию как совмещение товара и услуги.



Рис. 1. Классификации товаров

Чтобы разобраться в этих подходах, для начала следует рассмотреть научное понятие данного продукта.

Электроэнергия – это широко распространенный термин, используемый для определения количества энергии, отдаваемой электростанцией в электрическую сеть или получаемой из сети потребителем. Единица измерения - кВт.ч.

Как мы видим, в толковом словаре Ефремовой ясно определено, что электроэнергия – это «определенное количество энергии». Если любой другой товар – продукт, вещь – мы можем потрогать, то энергию мы не можем «осознать». Мы лишь можем ощущать тепло от энергии[2].

Для дальнейшего анализа необходимо обратиться к маркетингу и изучить электроэнергию с позиции трех уровней (рис. 2).



Рис. 2. Трехуровневый подход к оценке товара

Первый уровень – это товар по замыслу, на котором представляется ответ на вопрос: что в действительности приобретет покупатель? Товар или услуга – это решение той или иной проблемы. В экономической теории у ещё основ лежат три главных вопроса экономики: что, как и для кого

производить? На первом уровне как раз и осуществляется ответ на первый вопрос «Что?».

Если говорить об электроэнергии, то люди покупают её, чтобы лучше видеть в темноте (буквально). Но поскольку свет не имеет ярко выраженной физической формы (свет – это тепловые лучи, а также оптические излучения), то измерить её можно только в определённых единицах измерения.

В данном случае товар по замыслу – это источник света, энергия, которые питают все электроприборы, лампочки и прочие предметы. И здесь можно говорить об электроэнергии как о товаре.

На втором уровне – товаре в реальном исполнении – электроэнергия представлена как источник света, который вызван непосредственно потоком тока, который, в свою очередь, непрерывно поступает в дома и жилые помещения. По сути, подача тока – это предоставление услуги, так что с точки зрения второго уровня, электроэнергия – это услуга [3].

На третьем уровне товара производитель предусматривает дополнительные услуги: обслуживание, ремонт электросчетчиков, установка или монтаж электросчетчиков и лампочек, и т.п.[4].

Кроме того, продукты, предлагаемые предприятием в определенной совокупности, составляют его производственную программу, определяемую принятой товарной политикой. В торговых предприятиях говорят об «ассортименте», причем выделяется сорт такого товара, который четко отличается от других товаров. При таком подходе следует отметить, что электроэнергия по своей сущности не делится на категории или подвиды. Электроэнергия не имеет своего запаха, цвета, размера, поэтому не имеет ассортимента. Единственное отличие – это цена, которая зависит от того, с помощью чего выработана электроэнергия: ГЭС, АЭС (вода, атом), или солнце и ветер.

Дамбаева Е.Ж. [5] в своих работах, посвященных исследованию электроэнергии как специфичного товара, отмечает, что к специфике товара «электроэнергия» можно отнести, во-первых, невозможность ее хранения. Ее должно производиться ровно столько, сколько потребуется, и именно в определенное время. То есть это – рынок без склада.

Во-вторых, при передаче (продаже) электроэнергии невозможна ее передача в определенном направлении. Эти свойства определяют специфику торговли электроэнергией. Это сближает электроэнергетику со сферой услуг (так как является одной из отличительных черт услуг, см. рис.3). Еще одной особенностью электроэнергии является то, что она – самая удобная форма энергии [5].

В то же время электроэнергия принимает форму товара и как таковой обладает потребительной стоимостью и стоимостью.

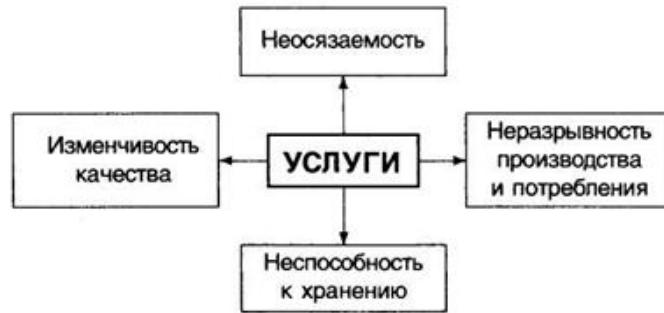


Рис. 3. Отличительные характеристики услуг

Однако приведённые результаты анализа электроэнергии с позиции трех уровней товара, не отвечают на главный вопрос – чем же является электроэнергия: товаром или услугой. Отнесение её к специфичной категории также не определят конечной сферы. Сами производители электроэнергии предпочитают относить электроэнергию к товару, а потребители (то есть население) – к услуге. В некоторых развитых странах в тарифе на 1 кВт.ч учитывается как цена за сам товар, так и за услугу (проведение электроэнергии в дом). То есть идет двойная наценка.

Таким образом, электроэнергия с одной стороны представляет собой товар, так как имеет потребительскую стоимость, выступает продуктом человеческого труда, имеет свои особенности при ценообразовании.

Однако с другой стороны, электроэнергия – это услуга, потому что она не имеет ярко выраженного ассортимента, её нельзя хранить, или передать (перевезти, переместить) в другом направлении. С обеих позиций электроэнергия – это специфичный продукт, который жизненно необходим человеку в определенном количестве и посредством непрерывной подачи.

Список литературы

1. Коротков, А.В. Маркетинговые исследования : учеб. пособие для вузов / А. В. Коротков. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2008. – 426 с.
2. Толковый словарь Н.Н. Ефремовой. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://tolkslovar.ru/ie1251.html>
3. Данченок, Л.А. Маркетинг/ Л.А. Данченок // Московский государственный университет экономики, статистики и информатики.– М.: 2001. – 314 с.
4. Корнеева, И. В. Современный маркетинг: Учебное пособие / И. В. Корнеева, В. Е. Хруцкий. – М.: Финансы и статистика, 1999. – 189 с.
5. Дамбаева, Е. Ж. Электроэнергия как специфический товар / Е. Ж. Дамбаева // Известия ИГЭА, 2010. – №2. Режим доступа: <http://cyberleninka.ru/article/n/elektroenergiya-kak-spetsificheskiy-tovar>