

## عنوان مقاله:

راهبرد بهینه مشارکت شرکتهای توزیع در بازار خرده فروشی برق: چشم انداز پیشرو

## محل انتشار:

ششمین کنفرانس منطقه ای سیرد (سال: 1397)

تعداد صفحات اصل مقاله: 7

## نویسندگان:

هادی دوستی برق - شرکت توزیع گیلان رشت، ایران

مهرداد شیری زاد - شرکت توزیع گیلان رشت، ایران

میثم خجسته - دانشگاه علم و صنعت تهران ایران

## خلاصه مقاله:

در حال حاضر شرکتهای توزیع برق بعنوان بهره بردار شبکه، دو مسئولیت اساسی سیمداری و تامین انرژی مورد نیاز مشترکین خود را بر عهده دارند. ظهور بازارهای خردهفروشی موجب تغییر مسئولیتهای شرکت توزیع خواهد شد. بازار خرده فروشی با ایجاد یک فضای رقابتی برای تامین برق در سطح توزیع، این فرصت را به مشترکین نهایی میدهد که انرژی مورد نیاز خود را براساس پیشنهادات فروش و مشوق های ارائه شده تامین کنندگان برق خریداری نمایند. همچنین شرکت توزیع، بعنوان خرده فروش پایه، مسئولیت تامین برق مشترکینی را بر عهده دارد که بدلائل مختلف، با هیچ خرده فروشی قرار خرید برق منعقد نکرده اند. هدف از این مقاله، تعیین راهبرد بهینه شرکتهای توزیع در چارچوب بازار خردهفروشی است. بدین منظور ابتدا یک مدل مفهومی ارائه خواهد شد، که در آن وظایف شرکت توزیع در فضای رقابتی خرده فروشی و با توجه به قوانین بالادستی تعیین و تشریح می شود. سپس براساس مدل مفهومی ارائه شده، یک مدل ریاضی برای تعیین راهبرد تامین انرژی مورد نیاز مشترکین شرکت توزیع ارائه میشود. خروجی مدل پیشنهادی بیانگر سطح مشارکت شرکت توزیع در بازارهای مختلف انرژی نظیر بازار عمده فروشی، بورس انرژی، و یا میزان بهره گیری از منابع تولید پراکنده موجود میباشد. در انتها، ضمن ارائه نتایج عددی، عملکرد مدل پیشنهادی مورد ارزیابی قرار میگیرد.

## کلمات کلیدی:

بازار خرده فروشی؛ راهبرد بهینه؛ شرکت توزیع.

## لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/1459372>

