

عنوان مقاله:

تعیین استراتژی فروش انرژی الکتریکی یک مولد مقیاس کوچک مشخص در بازار برق ایران

محل انتشار:

بیست و هشتمین کنفرانس بین المللی برق (سال: 1392)

تعداد صفحات اصل مقاله: 7

نویسندگان:

علیرضا سلیم امینی - دانشگاه زنجان زنجان، ایران

سیده‌ادی حسینی - دانشگاه زنجان زنجان، ایران

خلاصه مقاله:

در سال‌های اخیر جهت ایجاد بستری برای رقابت، خرید و فروش برق و در نتیجه بالا بردن راندمان سیستم قدرت و بالا بردن کیفیت برق، بازار برق ایجاد شده است. هدف از برنامه‌ریزی‌ها در این محیط رقابتی، کسب بیشترین سود حاصل از سرمایه‌گذاری می‌باشد. در ایران بازار برق از آبان سال 1382 رسماً راه‌اندازی و سرمایه‌گذاری در این زمینه مقدور گردید. به دلیل اینکه سرمایه‌گذاری در زمینه نیروگاه‌های متمرکز نیازمند سرمایه زیادی بود، دستورالعمل توسعه مولدهای مقیاس کوچک تصویب شد و امکان حضور مولدهای مقیاس کوچک نیز در بازار برق ایران از سال 1386 امکان‌پذیر گردید. در این آیین‌نامه علاوه بر ضوابط اجرایی و حمایت‌ها در احداث مولد مقیاس کوچک، روش‌های عرضه برق تولیدی مولد مقیاس کوچک نیز بیان شده است که برخی از اینها روش‌های جدید و جذابی برای مولدهای مقیاس کوچک می‌باشند. سه روش فروش تضمینی، فروش مستقیم و فروش به مدیریت شبکه به عنوان روش‌های فروش برق برای سرمایه‌گذار در این آیین‌نامه معرفی شده است. در این مقاله روشی جهت شناسایی مصرف‌کننده‌ها و اولویت‌بندی آنها جهت عرضه برق به روش فروش مستقیم و در نهایت تعیین میزان فروش تضمینی یا مستقیم برق یا ترکیبی از این دو با استفاده از الگوریتم PSO در راستای کسب سود حداکثری برای فعالیت در زمینه فروش برق مولد مقیاس کوچک در بازار برق ایران معرفی شده است. از آنجایی که در این روش، حاشیه اطمینان خوبی برای قیمت‌گذاری فروش مستقیم برق در نظر گرفته شده است، لذا اِغْرَبال‌گَری قابل اطمینانی برای انتخاب بارهای سودزا در فروش مستقیم برق جهت رویکرد سرمایه‌گذار به فروش مستقیم برق انجام می‌گیرد.

کلمات کلیدی:

بازار برق ایران، استراتژی فروش برق، فروش مستقیم، برق، فروش تضمینی برق، بیشینه کردن سود، PSO

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/250028>

