

## Особенности позиционирования европейских энергетических компаний на пространстве Евросоюза

Научный руководитель – Лебедева Татьяна Юрьевна

*Безруков Артём Геннадьевич*

*Студент (магистр)*

Московский государственный университет имени М.В.Ломоносова, Факультет мировой политики, Кафедра международной коммуникации, Москва, Россия

*E-mail: Arteam714@yandex.ru*

На современном энергетическом рынке ЕС успеха добиваются те компании, которые не только предоставляют продукт потребителю по приемлемой цене, но и имеют репутацию надежного поставщика, который озабочен глобальными проблемами. Создавая образ надежного партнера, европейские энергетические компании удовлетворяют спрос на энергию потребителей и промышленности, таким образом выполняется его задача выполнения общественных интересов. В отличие от других секторов экономики, энергетические компании вынуждены стремиться строить долговременные отношения с потребителями.

Важным аспектом позиционирования на рынке ЕС является отношение к зелёной энергетике. На данный момент спрос на неё растёт, и компании, чтобы сохранить свою репутацию, стараются увеличить долю возобновляемых источников энергии среди своих активов и увеличить экологичность существующих станций. Бурный рост альтернативной энергетики связан с планами ЕС по снижению выбросов CO<sub>2</sub> в атмосферу. И европейские энергетические компании активно участвуют в развитии ВИЭ, используя это в своих маркетинговых кампаниях. В 2017 году итальянская компания Enel провела ребрендинг и приняла новый план развития до 2020 года, который подразумевает создание образа надежной и современной компании, которой можно доверять. Особое место занимает технологическое развитие.

Рекламная кампания британской компании BP, посвящённая увеличению доли газа в энергопотреблении страны тоже строится на аргументах экологичности и большей эффективности. Также в качестве аргумента приводится тот факт, что метан, который выделяется при добычи нефти, в 100 раз сильнее способствует усилению парникового эффекта, в сравнении углекислым газом. Использование такого сырья не только позволит более эффективно использовать ресурсы, но и уберечь экологию.

Аспект энергетической безопасности также сильно влияет на позиционирование энергетических компаний на рынке. Не секрет, что месторождений углеводородов на территории ЕС немного, а стоимость добычи делает энергоносители дорогими. Чтобы полностью покрыть потребность в энергоносителях, ЕС импортирует газ и нефть. Так как бесперебойность обеспечения энергией потребителя является одним из основных критериев оценки работы энергетических компаний, наряду с ценой за продукт, стремление европейских стран обеспечить диверсификацию поставок энергоносителей является главным средством обеспечения энергетической безопасности.

В рекламных роликах часто фигурирует количество стран, откуда импортируется сырьё, и способы доставки до страны потребителя. Как пример можно рассмотреть статью на официальном сайте компании Shell, в которой рассказывается о двух кораблях с одинаковым названием. Один в конце 19 века доставлял в Азию керосин, а второй, уже современный танкер, доставляет сжиженный природный газ в Китай. Таким способом компания Shell показывает свою надёжность как поставщика энергоносителей.

**Источники и литература**

- 1) Prange-Gstöhl, H: Enlarging the EU's internal energy market: Why would third countries accept EU rule export? 2009
- 2) Ibáñez, V.A. Hartmann, P., Calvo: P.Z. Antecedents of customer loyalty in residential energy markets: Service quality, satisfaction, trust and switching costs. 2010
- 3) Bridge, G. Author, Bouzarovski, S., Bradshaw, M. Eyre, N: Geographies of energy transition: Space, place and the low-carbon economy. 2011