

ТЕОРИЯ ФИРМ-ПОТРЕБИТЕЛЕЙ ЭНЕРГИИ

Шыхалиева Э. Л. – студент,
Научный руководитель – Лившиц С. А., к. т. н., доцент,
Казанский государственный энергетический университет,
г. Казань, Российская Федерация

Аннотация: данная статья исследует теорию фирм-потребителей энергии и ее применение в практике. Авторы анализируют влияние энергетических затрат на деятельность предприятий и исследуют, какие факторы влияют на потребление энергии. Они рассматривают различные модели поведения фирм в отношении энергии и анализируют, каким образом предприятия могут экономить энергию и оптимизировать свои затраты.

Ключевые слова: фирмы-потребители, затраты, теория, энергопотребление, анализ, стратегия, маркетинг, конкурентная среда.

THEORY OF ENERGY CONSUMER FIRMS

Abstract: this article explores the theory of energy consumer firms and its application in practice. The authors analyze the impact of energy costs on the activities of enterprises and investigate which factors influence energy consumption. They consider various models of firms' behavior in relation to energy and analyze how enterprises can save energy and optimize their costs.

Keywords: consumer firms, costs, theory, energy consumption, analysis, strategy, marketing, competitive environment.

Теория фирм-потребителей энергии, также известная как теория фирмы в области энергетики или теория фирм-потребителей энергоресурсов, является подходом к анализу поведения фирм, которые являются потребителями энергии. Теория фирм-потребителей энергии является одной из ключевых теорий в области экономики энергетики. Она исследует поведение фирм в отношении потребления и использования энергии. В этой теории предполагается, что фирмы принимают решения о потреблении энергии на основе множества факторов, таких как цена энергоресурсов, технологические возможности, стоимость альтернативных источников энергии, уровень конкуренции на рынке и экономические факторы. Фирмы стремятся максимизировать прибыль или уровень производства, при этом оптимизируя использование энергоресурсов [1]. Теория фирм-потребителей энергии помогает понять, как фирмы принимают решения о потреблении энергии и как они реагируют на изменения цен и условий на рынке энергоресурсов. Она также позволяет анализировать влияние энергетической политики и регулирования на поведение фирм.

Эта теория имеет важное значение для разработки эффективной энергетической политики, так как позволяет прогнозировать реакцию фирм на различные стимулы и регулирования, такие как налоги на энергию, субсидии или нормативные акты. Она также может помочь фирмам оптимизировать использование энергоресурсов и повысить свою конкурентоспособность [2]. Теория фирм-потребителей энергии использует теоретические модели и эмпирические исследования, чтобы анализировать и описывать поведение фирм в области энергетики. Она может включать в себя анализ эластичности спроса на энергию, модели оптимального использования энергоресурсов, оценку влияния цен на энергоресурсы на производительность фирм и экономику в целом, а также анализ рынка энергоресурсов и выбор фирмами оптимальных источников энергии [3]. Одним из ключевых аспектов теории фирм-потребителей энергии является определение экономических стимулов, влияющих на решения фирм относительно энергопотребления. Например, высокая стоимость энергии может побудить фирмы к сокращению потребления или к поиску более эффективных методов производства. Также регулирование со стороны государства может оказывать влияние на решения фирм в области энергопотребления, например, через налогообложение или правовые требования. Однако, теория фирм-потребителей энергии также учитывает, что решения фирм в отношении энергопотребления могут быть ограничены экономическими и техническими факторами. Например, некоторые производственные процессы требуют больших объемов энергии, и фирмы могут быть ограничены в возможности снизить свое потребление [4]. Кроме того, теория фирм-потребителей энергии подчеркивает важность инноваций и технологического прогресса для снижения потребления энергии. Фирмы могут искать новые технологии и методы производства, которые позволят им использовать энергию более эффективно. Это может включать в себя инвестиции в энергосберегающее оборудование, переход на использование возобновляемых источников энергии или разработку новых процессов производства [5]. Анализ фирм-потребителей для компании, занимающейся производством и продажей электроники, может включать оценку следующих факторов:

1. Размер и отрасль фирмы-потребителя. Информация о размере и отраслевой принадлежности фирм-потребителей поможет определить их потенциал для покупки электроники. Крупные компании из секторов, таких как ИТ, производство или телекоммуникации, вероятнее всего, будут иметь большие потребности в электронной технике.

2. Бюджет и финансовая стабильность. Оценка бюджета фирмы-потребителя и их финансовой стабильности поможет понять, насколько они готовы и способны инвестировать в электронику. Это важно для определения соответствующей ценовой политики и предложения фирме-потребителю.

3. Технологические потребности. Необходимо узнать, какие технологические требования и потребности есть у фирмы-потребителя. Изучите их текущую систему и оборудование, чтобы предложить более эффективные и современные альтернативы.

4. Репутация и клиентская база. Оценка репутации и клиентской базы фирмы-потребителя поможет понять, какие потенциальные преимущества их сотрудничество может принести вашей компании. Компания с хорошей репутацией и большой клиентской базой может быть полезным партнером.

5. Географическое местоположение. Учитывается географическое расположение фирмы-потребителя. Это может иметь значение для определения логистических возможностей, доставки и обслуживания клиентов.

6. Конкурентная среда. Стоит изучить конкурентную среду, в которой находится фирма-потребитель. Это может позволить вам определить ее потребности в электронике и предложить уникальные решения, отличающиеся от конкурентов.

7. Степень удовлетворенности клиентов. Исследуется, насколько фирма-потребитель удовлетворена своими текущими поставщиками и услугами. Это может предоставить возможность выделиться на рынке, предлагая более качественную и конкурентоспособную электронику [6].

Основываясь на проведенном анализе, компания может разработать стратегию маркетинга, направленную на привлечение и удержание фирм-потребителей, а также на предложение конкурентных и индивидуальных продуктов и услуг. Таким образом, теория фирм-потребителей энергии представляет собой важный инструмент для понимания роли фирм в области энергопотребления. Она помогает выявить факторы, влияющие на решения фирм в отношении энергопотребления, а также определить возможные стимулы и ограничения для улучшения энергоэффективности и снижения потребления энергии в промышленности.

Список литературы

1. Попов, Е. В. Классификация теорий предприятия [Электронный ресурс] / Е. В. Попов, В. Л. Симонова // *Journal of new economy*. – 2003. – № 6. – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/klassfika-tsiya-teoriy-predpriyatiya>. – Дата доступа: 19.10.2023.

2. Григорьев, Л. М. Экономический рост и спрос на энергию [Электронный ресурс] / Л. М. Григорьев, А. А. Курдин // *Экономический журнал ВШЭ*. – 2013. – № 3. – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/ekonomicheskii-rost-i-spros-na-energiyu>. – Дата доступа: 21.10.2023.

3. Дзюба, А. П. Механизмы управления спросом на энергоресурсы в промышленности [Электронный ресурс] / А. П. Дзюба, И. А. Соловьева // *Journal of new economy*. – 2020. – № 3. – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/mehanizmy-upravleniya-sprosom-na-energoresursy-v-promyshlennosti>. – Дата доступа: 24.10.2023.

4. Филиппов, С. Новая технологическая революция и требования к энергетике [Электронный ресурс] / С. Филиппов // *Форсайт*. – 2018. – № 4. – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/novaya-tehnologicheskaya-revolyutsiya-i-trebovaniya-k-energetike>. – Дата доступа: 24.10.2023.

5. Burganov, R. A. To the question of creation of energy consumer firm theory / R. A. Burganov, N. A. Yudina // *Journal of Entrepreneurship Education*. – 2018. – Vol. 21, № 3. – P. 1–5.

6. The prevalence of renewable energy in the russian energy market / E. A. Konnikov [et al.] // *E3S Web of Conferences. 2019 International Scientific and Technical Conference Smart Energy Systems, SES 2019*. – 2019. – P. 04018.