УДК 65.016 : 338.246.

**Тараненко Ірина Всеволодівна,**

**доктор економічних наук, професор,**

**професор кафедри міжнародного маркетингу**

**Університет імені Альфреда Нобеля, м. Дніпро**

taranenko@duan.edu.ua

<https://orcid.org/0000-0002-2697-786X>

**Науменко Володимир Сергійович,**

**аспірант,**

**Університет імені Альфреда Нобеля, м. Дніпро**

naumenko22vova@gmail.com

<https://orcid.org/0009-0005-2434-956X>

**Шевченко Валентина Миколаївна,**

**кандидат наук з державного управління, доцент,**

**доцент кафедри міжнародного маркетингу**

**Університет імені Альфреда Нобеля, м. Дніпро**

shevchenkovn@duan.edu.ua

<https://orcid.org/0000-0003-0614-0648>

**Яременко Світлана Степанівна,**

**кандидат економічних наук, доцент,**

**доцент кафедри міжнародного маркетингу**

**Університет імені Альфреда Нобеля, м. Дніпро**

yaremenko.s@duan.edu.ua

<https://orcid.org/0000-0002-9709-7560>

**ВИБІР СТРАТЕГІЧНОГО ВЕКТОРУ РОЗВИТКУ ПРОМИСЛОВОГО ПІДПРИЄМСТВА В УМОВАХ ПІСЛЯВОЄННОГО ВІДНОВЛЕННЯ ЕКОНОМІКИ**

В умовах повномасштабної війни енергетична галузь зазнає колосальних збитків. Зазнали руйнувань і пошкоджень багато підприємств різних секторів економіки України. Усі об’єкти, які було пошкоджено, а також обладнання, яке зазнало зносу протягом використання, потребують ремонту. В сучасних умовах відновлення електроустаткування стає гострою проблемою. Саме тому послуги з його ремонту є досить затребуваними.

Ринок послуг з ремонту електроустаткування є привабливим для ведення бізнесу, на що вказує достатній рівень рентабельності. Широке застосування електрообладнання та постійно зростаюча важливість енергетичної галузі підтверджують перспективність даного виду діяльності. Внаслідок енергетичного терору зростає попит на послуги ремонту електроустаткування. Конкурентний стан ринку в цілому сприяє веденню бізнесу. Водночас в умовах війни значна кількість підприємств-споживачів опинилися в зоні бойових дій і були переміщені, або припинили діяльність, а певна частина залишилась на тимчасово окупованих територіях. Все це загалом негативно вплинуло на попит. Підприємству, що надає послуги з ремонту електроустаткування в сучасних нестабільних умовах, які швидко змінюються, слід чітко визначити стратегічний вектор своєї діяльності в залежності від розміру, географічного розташування і спеціалізації, з урахуванням конкурентної ситуації на ринку.

Результати проведеного авторами аналізу на базі даних Укрстату [2] показали, що протягом останніх 5 років за даним видом діяльності суб'єктів великого підприємництва не зареєстровано. Відсутність суб’єктів великого підприємництва свідчить про недоцільність створення великого бізнесу в даній сфері діяльності. Це обумовлено, по перше, неможливістю забезпечити достатню кількість замовлень на послуги ремонту електроустаткування для стабільного завантаження виробничих потужностей великого підприємства, по-друге, потребою в гнучкому підході до надання ремонтних послуг і в налаштуванні під особливості устаткування конкретного клієнта.

Водночас на ринку існує велика кількість малих та мікро- підприємств, їх специфіка - це ремонт малого електроустаткування у невеликих кількостях за мінімальну ціну. Суб’єкти малого та мікропідприємництва орієнтовані на малі обсяги робіт невисокої складності, через нестачу необхідного обладнання та ресурсів. Середні підприємства займаються складними ремонтами великого промислового електроустаткування. Таке підприємство потребує дорогого обладнання, висококваліфікованих спеціалістів та відповідного завантаження виробництва. Тому їх кількість значно менша, ніж суб’єктів малого та мікро підприємництва, але вони добре розвинені та є конкурентоспроможними.

В 2017, 2019, 2020 роках кількість середніх підприємств збільшувалася. У 2019 році темп приросту становив 12,5, у 2020 16,7%. Суб’єкти малого та мікропідприємництва у 2020 році демонстрували помітний спад, та ж сама тенденція зберіглася у 2021 році [2].

На ринку у період 2020 – 2022 років склалася така ситуація. Початок та активний період пандемії коронавірусу відчув на собі кожен бізнес. Деякі види діяльності стали більш затребуваними та прибутковими (доставка, онлайн-платформи, фармацевтика тощо), а деякі, навпаки, зазнали великих втрат. Підприємства, які займаються ремонтом електрообладнання, зазнали збитків, бо попит на дані послуги зменшився через те, що основні споживачі намагалися скоротити витрати. Крім того, велика кількість робітників інфікувалися та змушені були йти на лікарняний. Все це негативно впливало на діяльність та прибуток підприємств.

Вакцинація дещо стабілізувала ситуацію з коронавірусом. В 2021 році ВВП України зріс на 3,4% [3]. Це позитивно вплинуло на ринок послуг з ремонту електроустаткування. Разом із виходом великих промислових підприємств із коронавірусного «застою» зростав попит на послуги ремонту електроустаткування. У другій половині 2021 року спостерігалося збільшення кількості тендерів у галузі.

Станом на 2021 рік ринок послуг з ремонту електроустаткування мав такі основні характеристики:

* великі підприємства на ринку відсутні, а кількість малих і мікропідприємств у 38 разів більше, ніж середніх підприємств [2];
* обсяги реалізованих послуг протягом останніх 5 років щорічно зростали, крім кризового 2020 року [4];
* чистий прибуток усіх підприємств даного виду діяльності у 2021 році становив 518 062 тис грн. Останні 5 років, крім 2020 року, були прибутковими [5];
* рівень операційної рентабельності у 2021 році становив 18,2% [6].

З причини повномасштабного вторгнення на початку 2022 року дуже багато підприємств зупинили свою діяльність, або релокувалися. Виникли значні проблеми із фінансами, кадрами, логістикою та експортом. Наразі Укрстат не надає необхідні статистичні дані за 2022 рік, тому визначити тенденції ринку послуг з ремонту електроустаткування і проаналізувати актуальні показники в динаміці немає можливості.

Беручи до уваги виявлені авторами тенденції розвитку українського ринку послуг з ремонту електричного устаткування, а також конкурентну ситуацію на ринку, визначено основні вектори діяльності середніх, малих і мікро підприємств, які працюють на даному ринку. Ми вважаємо, що за сучасних умов підприємствам доцільно розглянути такі стратегічні вектори розвитку, які відповідають стратегіям інтенсивного зростання за І. Ансофом:

1. Розширення присутності і реалізації послуг в своєму регіоні (глибоке проникнення на ринок). Підприємство буде зміцнювати своє положення на ринку і ринкову частку за рахунок більш повного охоплення ринку.
2. Розширення присутності, або вихід в інші регіони країни (глибоке проникнення на ринок, розвиток ринку).
3. Опанування нових видів ремонту електричного обладнання (розвиток товару).
4. Вихід на зовнішній ринок (розвиток ринку).

Перший вектор розвитку може бути застосований підприємствами будь-якого розміру, у короткостроковому періоді, в умовах воєнного часу. Такий вектор, зважаючи на складнощі з логістикою і фінансами, дозволяє підприємствам вирішити найбільш гострі та актуальні проблеми прямо зараз, доволі доступним способом. Звичайно, як будь-який розвиток, він потребує вкладень, але менших, ніж вихід на нові ринки. За умови достатніх виробничих потужностей і персоналу, потрібні вкладення переважно в маркетинг.

Другий вектор розвитку, на нашу думку, може бути використаний у короткостроковому та середньостроковому періодах, залежно від попиту, наявної матеріально-технічної бази і можливостей логістики. Він вимагає більших витрат і є прийнятним скоріше для середніх підприємств, які вже займають міцні позиції на ринку і мають гарну репутацію. Втім, малим підприємствам, що, наприклад, надають особливі (нішеві) послуги з ремонту електрообладнання, також можна розглянути такі можливості.

Третій вектор розвитку - опанування нових видів ремонту електричного обладнання, - може бути використаний у середньостроковому періоді, особливо якщо потребує вкладення коштів у матеріально-виробничу базу і персонал. Рекомендований підприємствам будь-якого розміру, що зараз надають невеликий перелік послуг і мають ресурси (фінансові, трудові, організаційні) для такого розвитку.

Четвертий вектор розвитку – перспективний і розрахований на довгостроковий період. Він може бути впроваджений середніми підприємствами, які посідають міцне становище на національному (регіональному) ринку, за сприятливих умов, після закінчення воєнного стану, і матиме високу пріоритетність, оскільки відкриває більше можливостей.

Cписок літератури

Державна служба статистики України. Кількість суб’єктів господарювання за видами економічної діяльності (2010-2021): сайт URL: <https://www.ukrstat.gov.ua/> (дата звернення 15.09.2023).

ВВП України. Мінфін. URL: <https://index.minfin.com.ua/ua/economy/gdp/2021/> (дата звернення 12.09.2023).

Державна служба статистики України. Обсяг реалізованої продукції (робіт, послуг) суб’єктів господарювання за видами економічної діяльності (2010-2021). URL: <https://www.ukrstat.gov.ua/> (дата звернення 15.09.2023).

Державна служба статистики України. Чистий прибуток (збиток) підприємств за видами економічної діяльності (2010-2021). URL: <https://www.ukrstat.gov.ua/> (дата звернення 15.09.2023).

Державна служба статистики України. Рентабельність операційної діяльності суб’єктів господарювання за видами економічної діяльності (2010-2021). URL: <https://www.ukrstat.gov.ua/> (дата звернення 15.09.2023).