

8. Словьев В.П. Инновационная деятельность как системный процесс в конкурентной экономике (Синергетические эффекты инноваций). Киев: Феникс, 2006. 560с.

9. Федулова Л. І. Марченко О. С. Інноваційні екосистеми: сутність та методологічні засади формування. Економічна теорія та право. 2015. № 2 (21). С. 21–33.

10. Шведкун К. ІНСТИТУЦІЙНО-ЦІНІСНИЙ ПОТЕНЦІАЛ РОЗВИТКУ СУСПІЛЬСТВА ЗНАНЬ В СУЧАСНІЙ УКРАЇНІ. Соціологія. 2021. №2. С.101-114.

Шведкий В. А.,

аспірант кафедри економічної кібернетики
та управління економічною безпекою,

Харківський національний університет радіоелектроніки

shvedkyy@gmail.com

СТРАТЕГІЧНИЙ РОЗВИТОК ПІДПРИЄМСТВ-ПОСТАЧАЛЬНИКІВ НА ЕНЕРГЕТИЧНОМУ РИНКУ УКРАЇНИ

Анотація. *Визначено основні напрями стратегічного розвитку постачальників на енергоринку України: конкурентоспроможність ціни; надійність та відкритість; якість сервісів, у тому числі цифрових; інтеграція продукту постачальників у клієнтські бізнес-процеси. Обґрунтовано принципи оцінки ефективності стратегічного розвитку.*

Ключові слова: *енергетичний ринок, підприємства-постачальники, стратегічний розвиток.*

Актуальність. Реформування українських ринків природного газу та електроенергії уможливило появу на ринку нових гравців – незалежних постачальників енергоресурсів, які активно та небезуспішно конкурують з монополістами, у тому числі державними. Також під впливом лібералізації поступово вирівнюється асиметрія у відносинах продавців і покупців. Покупці енергоресурсів, які набули право самостійно обирати та змінювати компанію-постачальника, посилили свою ринкову владу. Відповідно, має змінитися і економічна поведінка постачальників у напрямі від диктату умов продажу до пошуку шляхів залучення й утримання клієнтів. Оскільки загальний вектор реформування енергетичних ринків залишається незмінним – перехід до вільного ціноутворення, максимальна прозорість та відкритість, постачальники шукають нові стратегічні орієнтири розвитку.

Постановка задачі (мета). Метою дослідження є визначення основних напрямів стратегічного розвитку підприємств-постачальників на енергетичному ринку України, оцінка ефективності стратегічного розвитку.

Результати. Хоча конфігурація енергоринку змінилася не так давно, вже стає зрозумілим, що конкурентну боротьбу виграють постачальники, які спираються не на ресурсні переваги, а на принципи клієнтингу (створення зручних для клієнта продажних сервісів, особливих переваг – можливостей отримання додаткових доходів, спеціальних умов розвитку клієнтського бізнесу тощо [1]).

Намагання максимально проникнути у бізнес-процеси клієнта та стати ближче до нього стало головною стратегічною метою багатьох постачальників, які прагнуть працювати в обох сегментах ринку, як оптовому, так і роздрібному. Реалізація цієї мети зумовлює формування клієнтоорієнтованого організаційно-економічного механізму управління. Аналіз діяльності підприємств-постачальників свідчить про те, що у структурі цього механізму можна виділити спільні принципи побудови: ключові стратегічні ініціативи зосереджуються навкруги важливих для клієнта параметрів надання послуг, а саме:

- забезпечення конкурентоспроможності ціни (моніторинг ринку, участь у балансуючих групах, формування «портфеля» клієнтів для зменшення небалансів, толеранс, урізноманітнення комерційних пропозицій, формування «портфеля» закупівель енергоресурсів);

- надійність та відкритість постачальника (інформування споживача – оприлюднення інформації про роботу постачальника, у тому числі фінансової та управлінської звітності,

розбудова ефективних двосторонніх комунікацій з клієнтами – організація каналів зв'язку, дистанційна робота з контрактами);

- підвищення якості сервісу, у тому числі цифрового (діджиталізація сервісів, розробка нових продуктів, заснованих на комбінації продуктів – газ+електроенергія, бізнес+оселя, розвиток регіональних мереж продажу);

- можливості отримати додаткові переваги від співпраці з постачальником (формування партнерських мереж, запровадження реферальних програм – «Нафтогаз», запуск трейдингових платформ – Etg.ua, проєктів оптимізації клієнтського енергоспоживання – YASNO). Особливо важливими такі ініціативи є у сегменті B2B.

Відповідно, оцінювати ефективність управління стратегічним розвитком підприємств-енергопостачальників необхідно, виходячи з того, наскільки повно реалізовані у їх стратегічних ініціативах названі параметри. Якщо певні параметри проігноровані, споживач буде відчувати невдоволення та згодом може змінити постачальника, прагнучи розширити власні можливості. В своєму дослідженні ми зробили оцінку ефективності, виходячи з запропонованого підходу. Були досліджені показники діяльності всіх постачальників-універсалів, які оприлюднили свої цінові пропозиції у серпні-вересні 2022 р. Оцінка показала, що найбільш проблемною складовою стратегічного розвитку є інформаційна закритість та якість сервісу, зокрема відсутність зручних для клієнта моделей продажу і нерозвиненість регіональної мережі. Тому для забезпечення ефективного стратегічного розвитку можна рекомендувати такі заходи: оприлюднення важливої для клієнта інформації; подальший розвиток цифрових сервісів, зокрема створення мобільних застосунків та процедур онлайн роботи з контрактами клієнтів; розширення присутності у бізнес-процесах клієнта за рахунок консалтингу, формування партнерських мереж; впровадження зручних моделей продажу; урізноманітнення цінових пропозицій.

Висновки. Досвід роботи незалежних постачальників в умовах нової моделі енергоринку свідчить про те, що підприємства, які будують власний стратегічний розвиток на принципах клієнтингу та інтеграції своїх сервісів у бізнес-процеси споживача, можуть успішно конкурувати навіть з постачальниками-монополістами, в тому числі державними. Ефективність стратегічного розвитку залежить від того, наскільки постачальникам вдається зосередити стратегічні ініціативи навколо важливих для клієнта параметрів надання послуг: забезпечення конкурентоспроможності ціни, надійності та відкритості, якості сервісу, у тому числі цифрового, можливостей отримати додаткових переваг від співпраці з постачальником.

Список використаних джерел

1. Овсієнко О. В. Клієнтоорієнтовані бізнес-моделі на енергетичному ринку України / О. В. Овсієнко // Економіка та суспільство. – 2022. – № 41. DOI: 10.32782/2524-0072/2022-41-22.

Shvedkyi V.A,

Postgraduate, Department of Economic Cybernetics
and Economic Security Management
Kharkiv National University of Radio Electronics,
shvedkyy@gmail.com

STRATEGIC DEVELOPMENT OF SUPPLIER COMPANIES ON THE ENERGY MARKET OF UKRAINE

Summary. The main areas of suppliers' strategic development on the Ukrainian energy market were defined: price competitiveness; reliability and openness; quality of services, including digital ones; integration of the supplier's product into the client's business processes. The principles of strategic development effectiveness evaluating are substantiated.

Key words: energy market, supplier enterprises, strategic development.