

СЕКЦІЯ 4

МЕНЕДЖМЕНТ, МАРКЕТИНГ І ЛОГІСТИКА

ЗАСТОСУВАННЯ СТРАТЕГІЧНОГО УПРАВЛІННЯ ПРИ РОЗРОБЦІ КОНЦЕПЦІЇ РОЗВИТКУ

С. Ю. ЮР'ЄВА, к.е.н., доц., Г.В. БОРЯК, студентка 5-го курсу
*Харківський національний університет міського господарства
імені О. М. Бекетова*
yurevass@mail.ru

КП «Харківводоканал» є підприємством комунальної власності. Головною метою діяльності підприємства є надання послуг з централізованого водопостачання та водовідведення споживачам м. Харкова та населеним пунктам Харківської області, від надійності роботи інженерної системи водовідведення якого і якості очищення стічних вод істотно залежить екологічний стан мегаполісу.

Кожне підприємство, незалежно від характеру діяльності, має проявляти турботу про розвиток виробництва продукції, повинно вже сьогодні почати думати про завтрашній день, здійснювати поточну діяльність з метою забезпечення майбутніх успіхів на ринку товарів і послуг. Для цього необхідно розробити ефективну стратегію підприємства.

Головне завдання управлінців, менеджерів, керівників компанії – визначити мету створення організації, її успішного розвитку і функціонування на величезному ринку і виробити чітку систему стратегічних завдань по досягненню мети, її ефективного виконання на нижніх рівнях ієрархічної структури даного підприємства. У цьому допоможе стратегічне управління компанією.

Підприємство зможе вижити в довгостроковій перспективі за допомогою встановлення динамічного балансу з зовнішнім середовищем.

Першим етапом в стратегічному управлінні є стратегічний аналіз. До стратегічного аналізу відносяться такі методи: PEST – аналіз, SWOT – аналіз, аналіз стратегічного потенціалу підприємства, SNW-аналіз, Аналіз п'яти сил Портера и GAP-аналіз.

SWOT-аналіз – цей метод полягає у виявленні факторів внутрішнього та зовнішнього середовища організації та поділ їх на чотири категорії: «S» і

«W» відносяться до стану компанії – Strengths (сильні сторони), Weaknesses (слабкі сторони), «O» і «T» відносяться до зовнішнього оточення організації – Opportunities (можливості) і Threats (загрози). SWOT-аналіз – це аналіз сильних і слабких сторін об'єкта аналізу (тобто того, на що сам об'єкт здатний вплинути), а також можливостей і загроз з боку зовнішнього навколишнього середовища (тобто того, що може вплинути на об'єкт ззовні і при цьому не контролюється об'єктом). За результатами ситуаційного аналізу можна оцінити, чи має компанія внутрішніми силами і ресурсами, щоб реалізувати наявні можливості і протидіяти загрозам, і які внутрішні недоліки вимагають якнайшвидшого усунення.

Розглянемо SWOT – аналіз для підприємства «Харківводоканал».

Сильні сторони:

- 1) підприємство є монополістом у наданні послуг водопостачання та водовідведення м.Харкова;
- 2) підприємство працює цілодобово;
- 3) забезпечує 1 млн. 300 тисяч жителів Харківського регіону нормативної водопровідною водою;
- 4) виробнича потужність дозволяє реалізовувати послуги на протязі усього року;
- 5) підприємство здійснює технічне обслуговування внутрішньобудинкових систем холодного водопостачання та водовідведення.

Слабкі сторони:

- 1) висока ступінь зносу обладнання;
- 2) зріст дебіторської заборгованості;
- 3) недостатнє фінансування з боку держави;
- 4) задовільна якість виробленої продукції;
- 5) неефективна інфраструктура, виникнення аварійних ситуацій.

Можливості:

- 1) якість виробленої продукції буде порівняна до якості європейських компаній аналогічного профілю;
- 2) впровадження нових технологій, що дозволить зменшити собівартість продукції;
- 3) заміна існуючого устаткування, що приведе до зменшення втрат води в мережі;
- 4) зріст доходів населення;
- 5) зменшиться податкова ставка.

Загрози:

- 1) великий темп інфляції;
- 2) низькі доходи населення, неспроможність оплати послуг компанії
- 3) нестабільність курсу валют;
- 4) ріст цін на сировину та матеріали;
- 5) підвищення цін на паливо, а з ним і зріст собівартості продукції.

За результатами ситуаційного аналізу можна оцінити, які має компанія внутрішніми силами і ресурсами, щоб реалізувати наявні можливості і протидіяти загрозам, і які внутрішні недоліки вимагають якнайшвидшого усунення. Кожному із перелічених факторів можна дати оцінку важливості та прояви у майбутньому. Описані параметри заносяться в матрицю SWOT – аналізу, що дає змогу наглядно оцінити стан підприємства та скорегувати стратегію.

На основі SWOT – аналізу керівник підприємства в подальшому здійснює стратегічне планування, а потім реалізацію майбутньої стратегії. Важливі рішення керівника приймаються саме на цьому етапі стратегічного управління. Використовуючи дану матрицю можна застосувати стратегію розвитку виробництва. Це проведення технологічного переоснащення, раціональне використання виробничих фондів, економію ресурсів. Також, до стратегії відноситься оптимізація виробничого процесу шляхом автоматизації процесу виробництва, безвідходного виробництва та впровадження енергозберігаючих технологій.

Комунальне підприємство «Харківводоканал» є велике підприємство, яке домінує на своєму ринку. На загальнокорпоративному рівні тому необхідно використовувати стратегію стабілізації. Вона передбачає підтримку існуючого стану в продовж майбутнього періоду.

ЛОГІСТИЧНИЙ МЕНЕДЖМЕНТ В БІЗНЕС-АДМІНІСТРУВАННІ ПІДПРИЄМСТВА

В.В. ВЕЛИЧКО, к. е. н., доц.

Харківський національний університет міського господарства

імені О.М. Бекетова

nika.velni@mail.ru

Сучасний логістичний менеджмент компанії є синергією основних управлінських функцій з елементарними і комплексними логістичними