

ВОРОНЦОВА Д.О., ст. гр. Е-52

Наук. кер.: Догадайло Я.В., к.е.н., доц.

Харківський національний автомобільно-дорожній університет,
м. Харків

ПОТЕНЦІАЛ ПІДПРИЄМСТВ ДОРОЖНЬОГО ГОСПОДАРСТВА

В роботі в результаті реалізації розробленого алгоритму дослідження конкретизовано склад потенціалу підприємств дорожньої галузі. Дано чітке визначення сутності кожної обраної складової потенціалу.

Актуальність. Розвиток ринкових відносин у дорожньому господарстві робить необхідним зміну стратегічного господарювання та характер управління дорожніми підприємствами. Важливе місце у процесі підготовки і прийняття управлінських рішень займає стратегічний аналіз, який є невід'ємною частиною планування господарської діяльності підприємств усіх форм власності та господарювання. Одним з основних елементів стратегічного аналізу є оцінка та аналіз стратегічного потенціалу підприємства.

Мета дослідження. Удосконалення складу ПП з урахуванням особливостей дорожньої галузі.

Основна частина. Значний вплив на розробку стратегії має потенціал підприємства (ПП) – це сукупність наявних ресурсів і можливостей для розробки і реалізації стратегії розвитку підприємства [1]. А.Е. Воронкова і А.П. Градов розглядають склад ПП взагалі – без урахування специфіки дорожнього господарства. До того ж, головним недоліком методики А.П. Градова є її повне ґрунтування на експертних оцінках, що вносить елемент суб'єктивних думок фахівців, що входять до групи експертів. Єдиним вченим, який розглядав склад ПП дорожньої галузі є О.С. Абрамова [2].

В жодній роботі, присвяченій аналізу та оцінці ПП всі складові не вимірюються кількісно [1,2,3]. Так, наприклад, О.С. Абрамова для розрахунку технологічних ресурсів, використовувала метод експертних оцінок та метод рангової кореляції [2].

Як зазначалося, єдиної думки щодо складу ПП не існує. Тому формування складу ПП пропонується здійснити в два етапи:

I етап - проаналізувати підходи вчених, які займалися даною тематикою;

II етап – узгодження обраного складу стратегічного потенціалу з особливостями функціонування підприємств дорожньої галузі

Згідно з існуючими даними видно, що деякі ресурси розглядаються вченими під різними назвами, хоч сутність у них однакова, це: трудові і кадрові ресурси; інформаційні та комунікаційні ресурси; інноваційні

ресурсі і НДДКР; організаційна структура управління та організаційні ресурси. Для усунення цієї повторюваності було проведено порівняльний аналіз. Згідно з останнім аналізом вчені в середньому виділяють п'ять складових ПП. На думку автора, якщо у 50% вчених погляд на складові співпадає, то вони притаманні стратегічному потенціалу всіх підприємств незалежно від специфіки галузі функціонування.

Таким чином, склад стратегічного потенціалу дорожнього підприємства (ПДП) формують фінансові ресурси (80%), трудові ресурси (80%), організаційні ресурси (67%) та маркетингові ресурси (47%).

Дорожнє господарство має свою специфіку, а саме:

1. Продукція має територіальну закріпленість а лінійних характер розміщення. Дана особливість призводить до необхідності організації мобільних дорожньо-будівельних підрозділів, що вимагає переміщення трудових ресурсів і засобів праці;

2. Дорожні роботи проводяться на відкритому повітрі, а тому залежать від погодно-кліматичних умов. Неможливість проведення цілий рік дорожніх робіт впливає на ритмічне використання предметів праці протягом року;

3. Дорожнє будівництво є доволі матеріалоємним, трудомістким та енергоємними процесом;

4. Продукція дорожнього будівництва має індивідуальний характер, так як дорожні споруди залежать від рельєфу місцевості, ґрунтів, клімату, інтенсивності та складу руху;

5. Дорожні організації використовують свої заводи для виготовлення напівфабрикатів.

Оскільки дорожнє підприємство має ряд особливостей, то слід ці особливості враховувати у складі ресурсів і додати до складу матеріальні, технічні та технологічні ресурси.

У результаті попередніх теоретичних досліджень було обрано в якості складових ПДП 7 видів ресурсів: фінансові, трудові, організаційні, маркетингові, матеріальні, технічні та технологічні ресурси:

- фінансові, під якими розуміється система показників, які відображають наявність та розмір засобів, реальні та потенційні фінансові можливості дорожніх підприємств

- маркетингові, які спрямовані на гнучке і постійне реагування на зміни умов збуту, використовуючи ситуаційний підхід у прийнятті рішень, реалізації проективної організаційної стратегії, що забезпечить управління та контроль за ринковими процесами;

- трудові, кваліфікаційний, демографічний склад робітників, їх здатність адаптуватися до змін цілей виробничої системи;

- організаційна структура управління, яка направлена на те, щоб забезпечувати на підприємстві гнучкість та ефективність конкурентоздатного потенціалу;

- технологічні, динамічність методів технології, наявність конкурентоспроможних ідей;

- технічні – наявність та використання техніки та технології дорожнім підприємством;

- матеріальні - які характеризують оборотність запасів підприємства.

Висновки. Таким чином, в роботі на основі кількісних методів було сформовано склад ПДП з урахування точки зору вчених, що займалися даною тематикою, та особливостей дорожнього будівництва.

Бібліографічний список

1. Воронкова А.Е. Діагностика стану підприємства: теорія і практика: моногр. / А.Е. Воронкова. – Х.: ВД «ІНЖЕК», 2006. – 448 с.

2. Абрамова О.С. Удосконалення методики оцінки стратегічного потенціалу дорожніх підприємств / О.С. Абрамова, О.В. Крікун. – Х.: ХНАДУ, 2006. - 174 с.

3. Воронкова А.Э. Стратегическое управление конкурентоспособным потенциалом предприятия: моногр. / А.Э. Воронкова – Луганск: Изд-во восточно-украинского национального университета, 2000. – 315 с.