

ФОРМУВАННЯ СТРАТЕГІЇ РОЗВИТКУ ОРГАНІЗАЦІЇ ГРОМАДСЬКОЇ КОРИСНОСТІ НА РИНКУ ПАЛИВА

Карпій О.П., Хтей Н.І.

Національний університет «Львівська політехніка»

Паралельно із зростанням значення різних галузей у діяльності підприємств сфери послуг виникає пошук способів для результативної діяльності організацій громадських послуг. Завдяки ефективному стратегічному плануванню можуть створюватися організації громадської корисності, які діють на різних ринках України.

Зокрема ринок палива є міцною основою для успішного бізнесу та постійного аналізу діяльності підприємств на ринку паливо-мастильних матеріалів, а також актуальною темою сучасних наукових досліджень. Зокрема, питанням стратегічного планування загалом займаються багато науковців, серед яких З. Є. Шершньова [1], Б.М. Мізюк [2], В.Г. Герасимчук [3], в наукових роботах даних авторів міститься основні етапи формування стратегії розвитку організації, які пристосовано до умов формування організації громадської корисності, яка діє на ринку палива.

Метою доповіді є показати необхідність створення організацій громадської корисності на ринку палива, які діють на основі ефективної і реалістичної стратегії.

Термін корисність економісти використовують для позначення того стану задоволення або насолоди, який отримують люди від споживання товарів або послуг. Вперше цей термін ввів англійський філософ і соціолог І.Бентам (1748-1832), який вважав, що такі слова, як задоволення, задоволеність або щастя дуже маловиразні для того, щоб передати усю силу його власного бачення максимального блаженства.

Корисність - це властивість товару задовольняти потреби споживача. Не можна ототожнювати корисність і користь, тобто функціональну придатність [4].

Досліджуючи корисність, важливо звернути увагу на два моменти, які мають у політичній економії фундаментальне значення: корисність речі взагалі (в нашому випадку паливо) і корисність додаткової речі (послуги автозаправних станцій) даного виду [5].

Говорячи про корисність у діяльності АЗС, які займаються реалізацією палива, ми більше звертаємо увагу не на саме паливо – яке приносить користь, а на обслуговування та додаткові послуги, які надаються на АЗС. Саме якісний сервіс може принести корисність для клієнта, який отримає задоволення від приємного обслуговування, від

можливості підкачати колеса безкоштовно, від можливості випити каву чи просто прийняти душ при потребі тощо.

Проте розглядаючи проблему корисності додаткової речі, варто звернути увагу на таке відоме явище, характерне для людської натури: одне й те саме відчуття, повторюючись безперервно, з певного моменту починає доставляти нам все менше і менше задоволення і нарешті це задоволення перетворюється навіть у свою протилежність [5].

Сучасна система управління організацією громадської корисності на ринку палива вимагає передовсім зміни способу мислення, креативного застосування нових концепцій, інструментів, а також технік, що опираються на планування, контроль і керування як фінансовими засобами, так і людським потенціалом. Тоді появляється потреба у стратегічному управлінні, надзвичайно важливим елементом якого є відповідне формулювання стратегії, підтримане широким аналізом організації і її оточення [2, ст. 17].

У процесі формулювання ефективної і реалістичної стратегії організації громадської корисності мусять взяти до уваги багато різних чинників, які впливають на їх функціонування і які походять ззовні, а також зсередини організації. В залежності від концепції стратегії, а також концепції її формулювання пропонуються різні моделі процесу формулювання стратегії.

Підставою для формулювання стратегії розвитку організації громадської корисності повинен бути стратегічний аналіз, тобто діагностування стану організації, її труднощів і успіхів, пошук сильних і слабких сторін організації, пошук майбутніх загроз.

Беручи до уваги спостереження за змінами в оточенні організації громадської корисності на ринку палива, а також дослідження літературних джерел, можна висунути наступні висновки: відповідний аналіз поведінки організації і її зв'язків з оточенням змушує до необхідності скомпонування ринкових механізмів для організацій, що надають громадські послуги; висока турбулентність оточення спричиняє необхідність адаптації організації громадської корисності на ринку палива до нових передумов і змін у концепції управління. Впровадження методів, технік і моделей аналізу концепції стратегічного управління дозволяє здійснити вибір оптимальної стратегії діяльності організації громадської корисності на ринку палива; бажаючи досягти успіху на все більш конкурентному ринку громадських послуг, організація громадської корисності повинна займатися плануванням і впровадженням стратегії розвитку і зростання; у процесі формулювання ефективної і реалістичної стратегії організація громадської корисності на ринку палива мусить взяти до

уваги багато різних чинників, які впливають на її функціонування та походять ззовні, а також зсередини організації.

Отримані знання про зовнішнє середовище (макросередовище і конкурентне середовище), а також внутрішньої ситуації організації громадської корисності становлять основний засіб, який перекладається на стратегію її діяльності; ненадійна ідентифікація передумов формування стратегії розвитку імплікує труднощі у створенні організацією громадської корисності конкурентної переваги на ринку палива.

Шериньова З. Є. Стратегічне управління / З.Є. Шериньова. – К.: КНЕУ, 2004. – 699 с.; 2. Мізюк Б. М. Стратегічне управління / Б.М. Мізюк. – Львів: Магнолія 2006, 2007. – 392 с.; 3. Герасимчук В. Г. Стратегічне управління підприємством. Графічне моделювання / В. Г. Герасимчук. - К.: КНЕУ, 2000. - 360 с. 4. Корисність. Процес споживання та динаміка зміни сукупної і граничної корисності [Електронний ресурс]. - Режим доступу: <http://www.refine.org.ua/pageid-5615-3.html>. 5. Вартість, корисність, цінність: їх зміст та співвідношення [Електронний ресурс].- Режим доступу: URL: <http://www.bestreferat.ru/referat-219252.html>.

ВИЗНАЧЕННЯ ЗМІСТУ ЕКОЛОГІЧНОГО ПІДПРИЄМНИЦТВА В ТОРГОВЕЛЬНІЙ ДІЯЛЬНОСТІ

Бець М. Т., Кучер Л. І.

Національний університет «Львівська політехніка»

Умовою удосконалення управління товарооборотом є екологізація торговельної діяльності, що передбачає прийняття рішень, орієнтованих на усунення негативного впливу на довкілля і забезпечення якості життя населення. Впровадження екологічно відповідальних засад розвитку торгівлі вимагає залучення до цього процесу зацікавлених сторін для досягнення взаємодії екологічних інтересів усіх елементів ринкового середовища. Екологічне підприємництво пов'язане з обміном, розподілом та споживанням товарів і послуг, що стає інструментом сталого розвитку шляхом формування та розвитку ринку екологічних товарів, робіт та послуг та здійснення різних організаційно-економічних заходів, які дозволять досягти узгодження екологічних інтересів і потреб суспільства.