

Библиографический список

1. Ансофф И. Стратегическое управление. М.: Экономика, 1989. 358 с.
2. Мескон М.Х., Альберт М., Хедоури Ф. Основы менеджмента. 3-е изд. М.: ООО "И.Д. Вильямс", 2012. 672 с.
3. Пригожин А.И. Методы развития организаций. М.: МЦФЭР, 2003. 537 с.
4. Холл Р.Х. Организации: структуры, процессы, результаты. СПб.: Питер, 2001. 257 с.
5. Шарапов В.М., Шарапова Е.В. Универсальные технологии управления. М.: Техносфера, 2006. С. 152-163.

*Аничкина В.Р.**

ДИАГНОСТИКА ВНЕШНЕЙ И ВНУТРЕННЕЙ СРЕДЫ ПРЕДПРИЯТИЯ АО «ТРАНСНЕФТЬ – ПРИВОЛГА»

В статье рассматривается изучение внешней и внутренней среды предприятия. Это способствует решению существующих проблем в организации и позволяет пересмотреть план работы на ближайший период с учетом полученных в ходе выполнения SWOT-анализа результатов.

Ключевые слова: внешняя и внутренняя среда предприятия, стратегия, стратегическое управление, SWOT-анализ.

Грамотное и продуманное стратегическое управление в условиях экономического кризиса является актуальным и основополагающим условием для успешной работы предприятия различного масштаба.

* © Аничкина В.Р. 2017.

Аничкина Валерия Равиловна (lera_bukharova84@mail.ru), магистрант Самарского университета.

Стратегия управления – это план управления предприятием, который направлен на удержание ее позиций, удовлетворение спроса потребителей и достижение поставленных целей [1].

Стратегическое управление в организации состоит из пяти основных функций: планирование стратегии, организация выполнения стратегических планов, анализ действий по выполнению стратегических задач, мотивация персонала на достижение стратегических результатов, управление процессами по выполнению стратегии [2].

Стратегия управления в различных фирмах включает в себе огромное количество функций и подразделений: снабжение, производственный процесс, финансовый анализ, маркетинг, кадровая политика, научные разработки. Решение о принятии стратегического выбора означает объединение бизнес-решений и конкурентоспособных действий, допустимых в организации, в одно целое. Это взаимодействие подходов отражает основную стратегию на предприятии [3].

Построение стратегии является основной функцией менеджмента организации. Разработка долгосрочной стратегии, доработка грамотных стратегических планов и действий фактически влияет на эффективную работу всего предприятия в целом.

К основным этапам стратегического управления, которые имеют непосредственное влияние на работу предприятия, относят: анализ среды, определение миссий и целей организации, прогнозирование и выполнение выбранной стратегии, оценка и контроль исполнения [5].

Основная цель стратегического управления – это совершенствование потенциала и повышение стратегической способности предприятия к выживанию и эффективному функционированию в условиях конкурентной среды. Рассмотренные функции определяют сущность стратегического управления на предприятии [6].

Таким образом, стратегическое управление состоит в формировании и реализации стратегии продвижения организации с

помощью постоянного контроля и оценки происходящих изменений в ее деятельности, для того чтобы поддержать способность к выживанию и эффективному функционированию в условиях изменения рыночной конъюнктуры [7].

Стратегические решения содержат в себе ряд отличительных особенностей. К ним относятся: инновационный характер, направленность на перспективные цели и возможности, сложность формирования при условии, что множество стратегических альтернатив не определено, субъективность оценки, необратимость и высокая степень риска [4].

Стоит отметить, что грамотное и проанализированное стратегическое видение готовит компанию к будущему, заранее устанавливает направления развития и определяет цели компании занять конкретные деловые позиции.

За последние годы в организации АО «Транснефть – Приволга» появилась тенденция снижения прибыли, для того чтобы решить данную проблему необходимо провести анализ внешней и внутренней среды, а затем принять необходимые меры по совершенствованию работы предприятия.

АО «Транснефть — Приволга» — это филиал российской транспортной монополии ПАО «Транснефть», оператор магистральных нефтепроводов, которые располагаются в Республике Татарстан, Оренбургской, Самарской, Саратовской, Волгоградской и Ростовской областях.

К основным направлениям деятельности АО «Транснефть – Приволга» относится:

- обеспечение транспортировки нефти по трубопроводной системе на территории Татарстана, Оренбургской, Самарской, Саратовской, Волгоградской и Ростовской области;
- диагностика, профилактика и аварийно-восстановительная работа;
- обеспечение охраны окружающей среды в тех районах, где проходит трубопроводная система.

Общая протяженность магистралей АО «Транснефть – Приволга» в однониточном исполнении 5,3 тыс. км, 34 нефтеперекачивающие станции транспортируют треть нефти, которую добывают в России, что составляет более 140 млн. тонн в год.

АО «Транснефть - Приволга» является дочерней компанией ОАО «АК Транснефть», именно поэтому на ОАО «Транснефть - Приволга» действуют те же факторы внешней среды, что и на компанию в целом. Основным видом деятельности является транспортировка нефти, а также эксплуатация магистральных нефтепроводов.

Так как ОАО «АК Транснефть» является естественной монополией и имеет обширную поддержку государства с позитивными финансовыми результатами даже в условиях финансового кризиса, можно с уверенностью сказать, что компания имеет огромное количество сильных сторон. Они позволяют организации каждый год выходить на новый уровень и руководство получает возможность модернизировать работу предприятия с помощью новых методик. К сильным сторонам относятся:

- государственная поддержка организации;
- государственная поддержка естественной монополии;
- стратегическая важность компании для государства;
- наличие собственной сети нефтепроводов;
- собственное исполнение всех стадий деятельности компании.

К слабым сторонам организации относятся:

- частичная изношенность материальной и технической базы (некоторые части нефтепроводов остались с советских времен, поэтому нередки аварии, на устранение которых направлена деятельность компании);

- увеличение долга компании (строительство объектов ВСТО – «Восточная Сибирь – Тихий океан»), данная ситуация значительно ограничивает действия компании и запланированный бюджет на следующие года.

Таблица 1. SWOT-анализ

Внутренняя среда	Внешняя среда
<p>Сильные стороны:</p> <ul style="list-style-type: none"> - сильная финансовая составляющая; - наличие собственной магистральной сети нефтепроводов. 	<p>Возможности:</p> <ul style="list-style-type: none"> - государственная поддержка организации; - государственная поддержка естественной монополии.
<p>Слабые стороны:</p> <ul style="list-style-type: none"> - частичная изношенность материально-технической базы; - увеличение долга. 	<p>Угрозы:</p> <ul style="list-style-type: none"> - конкуренты могут занять часть рынка; - возможность установления государством верхнего предела тарифа на транспорт нефти.

Для упрощения сбора и обработки информации, а также повышения точности результатов измерения четырех мерная модель SWOT-анализа сводится к одномерной модели. Выделив сильные стороны и возможности как «Возможности» предприятия, а слабые стороны и угрозы как «Риски» предприятия [8].

Таблица 2. Матрица одномерного SWOT-анализа «Риски Возможности» на предприятии АО «Транснефть – Приволга»

Параметры	Возможности			Риски			Выводы $\Delta_i = W_i - R_i$
	Вес (В)	Вероятность (Р)	Возможность (W)	Тяжесть (S)	Вероятность (Р)	Риск (R = P*S)	
1	0,13	0,35	0,07	0,309	0,6	0,075	-0,005
2	0,25	0,55	0,1025	0,236	0,68	0,0785	0,024
3	0,36	0,4	0,0256	0,25	0,28	0,069	-0,0434
4	0,26	0,27	0,00756	0,205	0,75	0,1258	-0,11824
Итого	1,0	1,57	0,20566	1,0	2,31	0,3483	-0,14264

Исходя из таблицы, риски больше возможностей, поэтому для повышения прибыли организации необходимо рассмотреть каждый отдельный параметр, имеющий отрицательное значение, и

как можно быстрее минимизировать риски, пересмотреть стратегию управления предприятием, а именно – наладить постоянный контроль появления новых конкурентов на территории России, проанализировать вложение инвестиций, а также выполнять проверку материально-технической базы.

Таким образом, стратегическое управление является значительным аспектом эффективной работы организации, поэтому необходимо своевременно выполнять анализ внутренней и внешней среды предприятия.

Библиографический список

1. Ансофф И. Стратегическое управление. М.: Экономика, 1989. 358 с.

2. Герчикова И.Н. Менеджмент. М.: Дело, 2004. 685 с.

3. Гуляев С.Л. Оценка привлекательности стратегических зон хозяйствования для малых предприятий с учетом региональных условий хозяйствования. // Менеджмент в России и зарубежом: электрон. журн. 2001. №3. Режим доступа к журн. URL: <http://www.mevriz.ru/articles/2001/3/974> (дата обращения: 12.11.2016)

4. Мескон М.Х., Альберт М., Хедоури Ф. Основы менеджмента; пер. с англ. 3-е изд. М.: ООО "И.Д. Вильямс", 2012. 672 с.

5. Панкрухин А.П. Маркетинг. М., 2005. 656 с.

6. Турусин Ю.Д., Ляпина С.Ю., Шаламова Н.Г. Стратегический менеджмент. М.: ИНФРА-М, 2004. 232 с.

7. Фатхутдинов Р.А. Стратегический маркетинг: учебник для вузов. 3-е изд. СПб.: Питер, 2006. 347 с.

8. Чертыковцев В.К. Маркетинговое управление устойчивостью социально-экономических систем // Вестник Самарского муниципального института управления. 2012. № 2(21). С. 44-48.