

КОНОНОВ А.И., асп.

Науч. рук.: Шинкаренко В.Г., д.э.н., проф.

Харьковский национальный автомобильно-дорожный университет,

г. Харьков

## **АНАЛИЗ СТРАТЕГИЙ РАЗВИТИЯ АВТОТРАНСПОРТНОГО ПРЕДПРИЯТИЯ**

*Рассмотрено автотранспортное предприятие с позиции стратегического менеджмента. Проведен анализ видов стратегий развития автотранспортного предприятия.*

**Актуальность.** С переходом Украины к рыночной экономике произошли изменения в планировании, управлении, стратегическом развитии деятельности предприятий. Перед автотранспортными предприятиями (АТП) встает актуальная задача формирования стратегии развития предприятия, которая даст возможность определить цель развития предприятия, иметь четкое представление о своем текущем состоянии, а также предприятие может использовать благоприятные возможности, предоставляемые ей быстроменяющейся внешней средой. Понимая это, многие автотранспортные предприятия начинают активно применять на практике инструменты стратегического менеджмента, формулировать свои уникальные миссии и стратегии.

**Цель исследования.** Теоретический анализ стратегий развития автотранспортного предприятия.

**Основная часть.** В последнее время содержание стратегического менеджмента как вершины науки управления в различных публикациях раскрыто достаточно подробно. В некоторых из них за основу берутся идеи известных западных ученых – И. Ансоффа, М. Мескон, П. Дойл, А. Томпсон и других. Также разные аспекты развития и функционирования автотранспортных предприятий освящены в работах В.Г. Шинкаренко, В.Л. Диканя. Анализ научных источников показал, что в научной литературе недостаточно изучен вопрос, связанных со стратегическим развитием АТП.

В современных условиях постоянные экономических преобразования АТП, получившие хозяйственную независимость, столкнулись с необходимостью применения принципиально новых подходов к обеспечению их стабильного функционирования в текущем и будущем периодах.

Термин «стратегия» (strategos - искусство генерала) вошел из военного лексикона и означает планирование и внедрение в жизнь политики государства с использованием всех возможных средств. Современное определение понятия «стратегия» трудно сформулировать одним предложением. Многие ученые предлагали свое видение

содержания понятия «стратегия» (см таблицу).

АТП как объект стратегического управления представляет собой открытую комплексную систему, которая интегрирует все направления и формы хозяйственной деятельности различных структурных его подразделений.

Важную роль в парадигме стратегического управления играет также дифференциация видов стратегии развития АТП по их уровню. В этой системе выделяют, как правило, три основных вида стратегии - корпоративную стратегию, функциональные стратегии и стратегии отдельных хозяйственных единиц (бизнес-единиц).

Таблица

Анализ понятия «Стратегия»

Автор	Определение
И. Ансофф [1]	Набор правил для принятия решений, которыми предприятие руководствуется в своей деятельности. Метод установления долговременных целей предприятия, программы его действий и приоритетных направлений размещения ресурсов
М. Х. Мескон, М. Альберт, Ф. Хедоури [4]	План или программа действий по достижению целей предприятия
Дж. Майер [3]	Формулировка миссии организации ее направлений и целей, политики, программы и методов их достижения
П. Дойль [2]	Комплекс принимаемых менеджментом по размещению ресурсов предприятия и достижению долговременных конкурентных преимуществ на целевых рынках. Стратегия определяет поставленные задачи
А. Томпсон, А. Стрикленд [6]	Комбинация из запланированных действий и быстрых решений по адаптации к новым достижениям промышленности и новой диспозиции на поле конкурентной борьбы
А.Н. Петрова [5]	Основной курс действий о реализации приоритетных целей развития предприятия в рамках имеющихся ресурсов альтернатив конкретным решениям

Корпоративная стратегия определяет перспективы развития АТП. Она направлена на выполнение миссии АТП и наиболее комплексно обеспечивает реализацию главной цели функционирования АТП - максимизацию благосостояния его собственников. На корпоративном уровне стратегия охватывает такие важные вопросы, как выбор хозяйственной деятельности (видов бизнеса), пути обеспечения долгосрочных конкурентных преимуществ АТП на рынках предоставления услуг, различные формы конгломератной реорганизации (слияние, поглощение), принципы распределения всех основных видов ресурсов между отдельными стратегическими зонами хозяйствования и стратегическими хозяйственными единицами. Разработкой корпоративной стратегии занимаются менеджеры высшего звена управления АТП.

Функциональные стратегии АТП формируются, как правило, по основным видам его деятельности в разрезе важных функциональных подразделений АТП. К числу основных стратегий этого уровня относятся: маркетинговая, производственная, экономическая, персонала, инновационная. Функциональные стратегии АТП направлены на детализацию корпоративной его стратегии (реализацию ее основных целей) и на ресурсное обеспечение стратегии отдельных хозяйственных единиц. Разработкой основных функциональных стратегий занимаются менеджеры основных функциональных подразделений АТП.

Стратегии хозяйственных единиц (бизнес-стратегии) АТП направлены, конечно, на решение двух основных задач - обеспечение конкурентных преимуществ конкретного вида бизнеса и повышения его доходности. Стратегические решения, которые принимаются на этом уровне, связаны с созданием новых видов транспортных услуг, расширением или сокращением существующих транспортных услуг, инвестициями в новые технологии, объемом отчислений на рекламу. Разработкой стратегии этого уровня занимаются руководители и менеджеры стратегических хозяйственных единиц при консультативной поддержке менеджеров функциональных отделов АТП.

**Выводы.** Таким образом, разработка и реализация стратегий развития АТП имеет большое практическое значение в обеспечении стабильной деятельности АТП в текущем и стратегическом периодах.

### **Библиографический список**

1. Ансофф И. Новая корпоративная стратегия / И. Ансофф. – СПб.: Питер, 1999. – 416 с.
2. Дойль П. Менеджмент: стратегия и тактика / П. Дойль. – СПб.: Питер, 1999. – 560 с.
3. Майер Дж. Контролинг как система мышления управления / Дж. Майер. – М.: Финансы и статистика, 1993. – 241 с.
4. Мескон М.Х. Основы менеджмента: пер. с англ. / М.Х. Мескон, М. Альберт, Ф. Хедоури. – М.: Дело, 1997. – 704 с.
5. Петрова А.Н. Стратегический менеджмент / А.Н. Петрова. – СПб.: Питер, 2008. – 496 с.
6. Томпсон А.А. Стратегический менеджмент Искусство разработки и реализации стратегии / А.Дж. Стрикленд. – М.: Банки и биржи, ЮНИТИ. – 1998. – 576 с.