

УПРАВЛІННЯ ВИЗНАЧЕННЯМ СТРАТЕГІЙ РОЗВИТКУ НА ПІДПРИЄМСТВАХ АВТОМОБІЛЬНОГО ТРАНСПОРТУ

Огневий В. О.

За сучасних умов господарювання економічна ефективність роботи багатьох автотранспортних підприємств (АТП) знаходиться в край незадовільному стані. Це означає, що одним із шляхів вирішення даної проблеми є розвиток виробництва, який передбачає обов'язкове урахування ситуації на ринку транспортних послуг.

За часів планової економіки існувало планування розвитку закритого типу, тобто конкретне автотранспортне підприємство було закріплене за певними постачальниками сировини та споживачами послуг. В ринковій економіці ситуація кардинально змінилася і пріоритетним стало стратегічне планування, яке дозволяє планувати ефективний розвиток підприємства як відкритої системи.

Стратегічне планування часто пов'язують із формуванням стратегій. Саме стратегія є основним інструментом управління розвитком підприємства і основою методології стратегічного управління. Вона лежить в основі вироблення і ухвалення стратегічних рішень, які впливають на майбутній стан підприємства [1].

В даний час існує безліч визначень поняття стратегія. У найбільш загальному вигляді стратегія може бути визначена як ефективна ділова концепція, доповнена набором реальних дій, які здатні привести цю ділову концепцію до досягнення реальної конкурентної переваги, здатної зберігатися тривалий час [2].

Враховуючи той факт, що процес планування діяльності підприємства в сучасних умовах можна розділити на дві основні стадії: розробка стратегії діяльності підприємства (стратегічне планування) і визначення тактики реалізації цієї стратегії (тактичне планування), впливає наступне визначення поняття стратегія підприємства — це сукупність її головних цілей і основних способів досягнення даних цілей. Отже можна стверджувати, що стратегія є не лише функцією часу, а й функцією напрямку. Іншими словами, розробляти стратегію діяльності підприємства — означає визначати загальні напрямки його діяльності.

Рідко стратегія підприємств настільки добре продумана і складена на довгострокову перспективу, що може реально витримати перевірку часом. Навіть кращі бізнес-плани повинні передбачати пристосування до умов зміни ринкової ситуації. Тому для формування стратегій необхідно вивчити внутрішній стан підприємства і зовнішні фактори, щоб чітко

уявляти положення свого підприємства на ринку. Це досить важливо адже постійно змінюються технології перевезень успішних конкурентів, державна регламентація і політика, змінюються потреби споживачів послуг, що вимагає реагування та внесення змін у стратегію. Крім того необхідний постійний свіжий погляд на те, як поліпшити стратегію.

Систематизувавши вищесказане, автором пропонується під стратегією розвитку автотранспортного підприємства розглядати динамічний план роботи складений з урахуванням впливу зовнішнього середовища, для досягнення поставлених цілей, що дозволяє підвищити конкурентоспроможність та ефективність діяльності підприємства.

На коректування і остаточний вибір стратегії розвитку суттєвий вплив має форма власності підприємства. Так на державних і колективних підприємствах першочерговими є інтереси держави, а на підприємствах приватної форми власності першочерговими є інтереси власника, який лише погоджує кардинальні зміни з місцевими органами влади.

Варто зазначити, що успішне проведення трансформаційних змін залежить не лише від вдало обраної стратегії але й вмілої її реалізації у запланований термін. В залежності від глибини трансформаційних змін термін реалізації стратегії може тривати від декількох місяців до декількох років.

Єдиної стратегії розвитку для всіх автотранспортних підприємств не існує, оскільки кожне з них являє собою відкриту систему, яка функціонує в певному зовнішньому середовищі.

Таким чином проблему впровадження розвитку виробництва треба розглядати ще і в розрізі стратегічного управління, адже невірно прийнята стратегія розвитку може не те що знизити ефективність роботи підприємства, а й навіть призвести до банкрутства.

ЛІТЕРАТУРА

1. Марков В. Д. Стратегический менеджмент : Курс лекций / В. Д. Марков, С. А. Кузнецова. – М. : ИНФРА-М, Новосибирск : Сибирское соглашение, 2005.
2. Парахина В. Н. Стратегический менеджмент : [учебник] / В. Н. Парахина, Л. С. Максименко, С. В. Панасенко. – М. : КНОРУС, 2005.
3. Управление проектами. Справочник для профессионалов / [И. И. Мазур, В. Д. Шапиро и др.] ; под. ред. И. И. Мазура и В. Д. Шапиро. – М. : Высшая школа, 2001. – 875 с. – ISBN 5-06003998-6.