

УДК 658.6:656.2

А.О. ДЕРГОУСОВА

Українська державна академія залізничного транспорту, Харків

ЩОДО ПИТАННЯ ВИЗНАЧЕННЯ СУТНОСТІ ПОНЯТТЯ СТРАТЕГІЇ РОЗВИТКУ ТРАНСПОРТНОГО ПІДПРИЄМСТВА

Надано критичний аналіз гносеологічного інструментарію понять «стратегія» та «стратегія розвитку підприємства». Визначено необхідність розробки стратегії розвитку підприємства. Надано визначення різних типів стратегій. Представлено стратегію розвитку підприємства у вигляді сукупності документів різного ступеня деталізації. Доведено, що в сучасних умовах нестабільної економічної ситуації в Україні розглядати стратегію як повністю систематизований процес, який має чітку послідовність дій, виконання яких призведе до успіху, є невірним. Сформовано поняття «стратегія розвитку транспортного підприємства».

Ключові слова: *стратегія, стратегія розвитку, стратегія розвитку підприємства, стратегія розвитку транспортного підприємства, типи стратегій.*

Вступ

Сучасне ринкове середовище характеризується змінюваністю економічних параметрів, нестабільністю, тому в таких умовах головною проблемою стає здатність підприємства пристосовуватись до змін у середовищі, тобто розвиватись у відповідності з цими змінами. Тільки розвиваючись, підприємство може досягати основної мети своєї діяльності – отримувати прибуток, зберігаючи конкурентоспроможність.

Перспективні конкурентні можливості відкриваються для будь-якого підприємства в будь-якій ситуації, але для того щоб ними скористатися підприємство повинне мати стратегію свого розвитку. У процесі розвитку кожне підприємство (у тому числі транспортне) стикається с певними

проблемами і завданнями, подолання і вирішення яких здійснюються за допомогою використання різних управлінських методик і технологій.

В рамках даної проблематики доцільно проведення критичного аналізу гносеологічного інструментарію понять «стратегія» та «стратегія розвитку» та сформування поняття «стратегія розвитку транспортного підприємства».

Теорія стратегічного розвитку посідає важливу роль в сучасній науковій думці. Питання, пов'язані з визначенням та формуванням стратегії розвитку підприємства, знайшли відображення в роботах вітчизняних та зарубіжних авторів. Цій темі присвячені роботи І. Ансоффа, В. А. Вінокурова, О.С. Віханського, В.Г. Герасимчука, В.Л. Диканя, П. Друкера, О.М. Тридіда, З.Є. Шершньової та ін. [1-7]. Значний вклад у розробку напрямків стратегічного розвитку транспортного підприємства зробили: І.М. Аксьонов, В.Л. Дикань, Н.Є. Терьошкіна та ін. [8, 5, 9].

1. Постановка завдання

Однак на сьогодні чітко не визначено поняття «стратегія розвитку транспортного підприємства», що ускладнює визначення напрямку стратегічного розвитку підприємства залізничного транспорту України. Таким чином, метою статті є уточнення понятійного апарату стратегії підприємства залізничного транспорту.

2. Результати

Стратегія є сполучною ланкою між цілями організації і існуючими проблемами, а стратегічне планування покликане формалізувати процедуру досягнення цілей, залучити всі необхідні ресурси з урахуванням вимог зовнішнього середовища.

Термін «стратегія» (від грецьк. stratis – військо + ago - веду) або (strategos - мистецтво генерала) йде з військового лексикону, де він означає планування та впровадження в життя політики держави з використанням усіх можливих засобів [9].

Поняття «стратегія» увійшло до управлінських термінів в 50-і рр., коли стало зрозумілим, що необхідно швидко реагувати на несподівані зміни

в зовнішньому середовищі. Найчастіше стратегією називають політику підприємства, що реалізується, і являє собою набір можливих рішень.

М.Х. Мескон, М. Альберт, Ф. Хедоурі визначають стратегію як план або програму дій по досягненню цілей підприємства [10].

Американські дослідники Г. Стейнер та Дж. Майер [11] визначили стратегію, як формулювання місії організації, її намірів і цілей, політики, програми та методів їхнього досягнення. На нашу думку, таке визначення «стратегії» не є коректним, оскільки процес формулювання місії, цілей політики, програми та методів їхнього досягнення – є елементами стратегічного управління.

Відповідно до визначення В.С. Соловйова: «Стратегія – це генеральний напрямок досягнення цілі, тобто основний, ведучий напрямок руху для поетапного досягнення будь-яких цілей» [12].

П. Дойль визначає стратегію, «...як комплекс рішень, що приймаються менеджментом, по розміщенню ресурсів підприємства та досягненню довгострокових конкурентних переваг на цільових ринках. Стратегія визначає поставленні задачі» [13]. «Стратегію краще за все розглядати як комбінацію із запланованих дій і швидких рішень по адаптації до нових досягнень промисловості і нової диспозиції на полі конкурентної боротьби», вважають А. Томпсон та А. Стрикленд [14].

Поняття «стратегія» В. Глюк [15] визначив, як уніфікований, інтегрований і зрозумілий план, розроблений таким чином, щоб бути впевненим у досягненні цілей підприємства.

О. Віханський бачить стратегію, «як довгостроковий якісно визначений» напрямок розвитку організації, що стосується сфери, засобів та форм її діяльності, системи взаємовідносин всередині організації, а також позиції організації в навколишньому середовищі, що приводить організацію до її цілей» [3].

Та багато вчених як вітчизняних, так і зарубіжних по різному трактують поняття «стратегія» (табл. 1).

Якщо узагальнити, то стратегія являє собою сукупність дій, що необхідні для досягнення цілей підприємства шляхом раціонального використання ресурсів.

Таблиця 1

Аналіз визначення поняття «стратегія»

| Автор, № джерела | Визначення |
|--|--|
| І. Ансофф [1] | Набір правил для прийняття рішень, якими підприємство керується в своїй діяльності. Метод встановлення довгострокових цілей підприємства, програми його дій та пріоритетних напрямків розміщення ресурсів |
| М. Портер [16] | Спосіб реакції на зовнішні можливості й загрози, внутрішні сильні та слабкі сторони |
| М. Мінцберг [17] | Послідовна, узгоджена та інтегрована структура управлінських рішень |
| Б. Карлофф [18] | Узагальнена модель дій, які необхідні для координації та розподілу ресурсів підприємства |
| В.О. Вінокуров [2] | Система управлінських рішень, що визначають перспективні напрямки розвитку підприємства, сфери, форми і способи його діяльності в умовах навколишнього середовища і порядок розподілу ресурсів для досягнення поставлених цілей |
| М.К. Старовойтов [19] | Ідеологія розвитку, якісного конкретизування у вигляді орієнтирів і стану компанії, послідовності дій з їх досягнення в рамках сформованих цілей |
| Б.А. Райзберг, Л.Ш. Лозовський, Б.Б. Стародубцева [20] | Довгострокові, найбільш принципові, важливі установки, плани, наміри уряду, адміністрації регіонів, керівництва підприємства по відношенню до виробництва, доходів і розходів, бюджету, податків, капіталовкладень, цін, соціального захисту |
| М.Д. Крук [21] | Правила прийняття рішень, які формуються в момент початку їх реалізації |
| З. Є. Шершньова [7] | Довгостроковий курс розвитку підприємства, спосіб досягнення цілей, який воно визначає для себе з альтернативних варіантів, керуючись власними міркуваннями в межах своєї політики |
| В. С. Пономаренко, О. І. Пушкар, О. М. Тридід [22] | Ділова концепція розвитку підприємства на визначену стратегічну перспективу, що представлена у вигляді довгострокової програми конкретних дій, здатних реалізувати цю концепцію та забезпечити конкурентні переваги в досягненні цілей |

Закінчення табл. 1

| Автор, № джерела | Визначення |
|--|--|
| Дж. Глин, В. Маркова, Д. Перкінс [23] | Основне зв'язуючі ланка між тим, що підприємство хоче досягнути, - його цілями, й лінією поведінки, обраної для досягнення цих цілей |
| Е. А. Уткін [24] | Сукупність головних цілей підприємства й основних способів досягнення цих цілей |
| Н. Туленков [25] | Встановлена на досить довгий період сукупність норм, орієнтирів, напрямків, сфер, способів і правил діяльності, що забезпечують зростання та високу конкурентоспроможність підприємства, які закріплюють позиції на ринку, підвищують здатність підприємства до виживання в конкретній ситуації |
| Р.А. Фатхутдінов [26] | Програма, план, генеральний курс суб'єкта управління по досягненню ним стратегічних цілей в будь-якій області діяльності |
| А.Д. Гітельман [27] | Загальний напрямок, генеральна лінія розвитку підприємства |
| Ю.Б. Иванов, О.Н. Тищенко, Н.А. Дробитько, О.С. Абрамова [28] | Система, яка складається з підсистем – елементних стратегій, що діють одночасно, спрямовані на досягнення стратегічних цілей підприємства і взаємовпливають одне на одне як елементи єдиної цілісної системи |
| Л.В. Балабанова [29] | Модель прийняття рішень, що визначає і розкриває цілі і завдання підприємства, задає його основну політику і плани реалізації поставлених цілей, визначає сферу бізнесу, у якій зосереджена основна діяльність підприємства, тип економічної і людської організації, якої дотримується або доя якої схильне підприємство, а також природу економічних і політ економічних досягнень, які воно має намір запропонувати акціонерам, найманим службовцям, покупцям і суспільству в цілому |

Аналіз поняття «стратегія» показує, що різні точки зору на стратегію як вітчизняних, так і закордонних вчених, дають у загальному випадку різні змістовні трактування. Це свідчить про складність, багатоаспектність і багатоплановість поняття «стратегія».

Всупереч неподібності формулювань усіх авторів, в усіх визначеннях поняття «стратегія підприємства» вони розглядають, по-перше, можливість вирішення певних проблем і досягнення цілей; по-друге, певний план дій, реалізація якого передбачає вибір з множини варіантів стратегічних альтернатив та координацію досягнення цілей. Таким чином, стратегія підприємства визначає реальний напрямок розвитку підприємства, який забезпечить йому досягнення стратегічних цілей та конкурентні переваги на ринку.

В сучасній економічній літературі існує багато визначень типів стратегій (табл. 2).

Отже в умовах неможливості досягнення поставлених цілей з використанням попередньої стратегії або коли підприємство ставить перед собою нові цілі з'являється необхідність в розробці нової стратегії розвитку підприємства.

Таблиця 2
 Сутність деяких видів стратегій, що найчастіше зустрічаються
 в науковій літературі

| № п/п | Формулювання терміну | Сутність визначення | Автор № джерела |
|-------|--|---|--|
| 1 | Стратегія діяльності | - підбір правил для прийняття рішень, якими організація керується в своїй діяльності, або як засіб для досягнення цілі, - шляхи, на яких може бути досягнуто той чи інший вибір цілі, - процес формулювання довгострокових цілей та вибір шляхів їх досягнення. | І. Ансофф [1] Б. Твісс [9] І. Бланк [10] |
| 2 | Економічна стратегія (стратегія економічного управління) | - виробляє правила та прийоми, які забезпечують економічно ефективно досягнення стратегічних цілей. | А.П. Градов [2] |
| 3 | Бізнес-стратегії | - визначають підхід організації або визначеного стратегічного господарюючого підрозділу по досягненню та утриманню конкурентних переваг в конкурентній стратегічній зоні господарювання (сфера бізнесу). | Д.А. Аакер [4] |

Продовження табл. 2

| № п/п | Формулювання терміну | Сутність визначення | Автор № джерела |
|-------|--|---|---------------------------------------|
| 4 | Корпоративна стратегія | - сукупність рішень, на базі яких організація виявляє та визначає свої наміри і цілі, розробляє основну політику і плани для досягнення цих цілей, встановлює сферу господарчої діяльності, вид економічних та неекономічних компенсацій, які вона надасть своїм акціонерам, службовцям, клієнтам та громадським організаціям. | Р. Гремінгер [9] |
| 5 | Стратегія конкурентоспроможності (лідерство за витратами, диференціація, концентрація, фокусування) | - план управління окремою сферою діяльності організації для завоювання конкурентних позицій. | М. Портер [16] |
| 6 | Стратегія | - спосіб реалізації підприємством своїх інтересів, що визначає його поведінку в просторі параметрів, які характеризують протиріччя, що породження взаємодією підприємства та ринкового середовища, а також взаємодією внутрішніх компонентів підприємства, що знаходяться на різних стадіях свого життєвого циклу. | Ю. Путятін, А. Пушкарь, А. Тридід [9] |
| 7 | Стратегії розвитку організації, що передбачають її зростання: - інтенсивне зростання, - інтегративне зростання, - диверсифікаційне зростання. | - глибоке впровадження на ринку, розширення кордонів ринку, вдосконалення товару, - регресивна інтеграція (покупка підприємства постачальником), прогресивна інтеграція (покупка оптових розповсюджувачів), горизонтальна інтеграція (покупка підприємств конкурентів), - концентрична диверсифікація (розподіл нових товарів по налагодженим збутовим мережам), горизонтальна диверсифікація (пропонування нових товарів старому | Ф. Котлер [4] |

Закінчення табл. 2

| № п/п | Формулювання терміну | Сутність визначення | Автор № джерела |
|-------|---|---|---|
| | | ринку через нові збутові канали), конгломеративна диверсифікація (впровадження нових товарів на нових ринках). | |
| 8 | Група стратегій зростання: стратегія інтенсивного зростання, стратегія проникнення, стратегія розвитку ринків | - процес активного пошуку нових споживачів товару, пропаганди нових застосувань товарів, збільшення разового споживання товарів. Цей процес спирається на зростання – фактор, що впливає на активність фірми, стимулює ініціативу та посилює мотивацію персоналу і керівництва. | К. Мельнікова, Ю. Лідовський, В. Носков [4] |
| 9 | Стратегія диференціації | - стратегія розвитку, заснована на активній кооперації, стратегічному маркетингу, інжинирингу продукції, нових видів ресурсів в рамках окремих бізнес-процесів. | М. Крук [21] |
| 10 | Інтеграційна стратегія | - стратегія розвитку, що орієнтована на крупні інвестиції, організаційно-технологічну та внутрішньосистемну інтеграцію ресурсів, а також на концентрацію зусиль по рішенню окремих задач. | В.С. Соловйов [12] |

В науковій літературі нема чіткого визначення терміну «стратегія розвитку підприємства». Стратегічний розвиток підприємства ототожнюється і з еволюцією, і з економічним зростанням, і з процесом досягнення основної цілі організації. При даних підходах підприємство предстає як закрита система, бо не враховується його взаємодія з навколишнім середовищем. Але це неможливе в сучасних умовах господарювання.

Стратегія розвитку підприємства представляється у вигляді сукупності документів різного ступеня деталізації.

1. Коротка формула стратегії відображає сутність напрямків діяльності організації, функціонального підрозділу або структурної одиниці.

2. Розгорнуте представлення стратегії у вигляді сукупності стратегічних планових документів: об'єкти стратегічного планування; інтереси і

цілі; просторові параметри стратегії; методи та способи реалізації стратегії (інструменти); виконавці стратегії.

3. Узагальнюючий документ, що відповідає в скороченій формі на питання, відповідні окремим структурним одиницям розгорнутого документу: що?, навіщо?, де?, коли?, як?, з використанням яких засобів?, хто? .

Але розуміння стратегії розвитку не повинне зводитися до наступного процесу. Досить точно визначається кінцевий стан, що повинний бути досягнутий через тривалий проміжок часу. Після чого складається план, який визначає, що необхідно зробити для того, щоб досягти цього кінцевого стану. При такому розумінні стратегія виступає в ролі конкретного довгострокового плану, а її розробка - це знаходження цілі і складання плану [3].

Вироблення стратегії розвитку - це, по-перше, одержання визначеного представлення про майбутнє розвитку організації; активне використання системного підходу, що забезпечує складній організації визначену збалансованість і загальний напрямок розвитку, - по-друге.

Сучасні стратегії розвитку ґрунтуються на проникненні в сутність умов, у рамках яких працює визначена сфера економіки, галузь; усвідомленні задач, що стоять перед організаціями. Це сприяє виникненню різноманітних проектів розвитку, що дозволяють вибрати варіант, що забезпечить виживання компанії і можливість їй вийти на гарні економічні результати [21].

Якщо узагальнити всі розглянуті наявні в літературі визначення поняття «стратегія розвитку підприємства», можна дійти висновку, що стратегія розвитку підприємства - це інтегроване поняття, що включає в себе стратегічні напрямки розвитку (альтернативи) і функціональні стратегії керування, і представляє собою встановлену на тривалий період сукупність норм, орієнтирів, напрямків, сфер, способів і правил діяльності, які забезпечують впевнений рух підприємства, його зростання і високу конкурентоздатність, що зміцнює позиції на ринку, підвищують здатність до виживання в конкретній ситуації.

Але в сучасних умовах нестабільної економічної ситуації в Україні розглядати стратегію як повністю систематизований процес, який має чітку послідовність дій, виконання яких призведе до успіху, є невірним. Для

організацій, що функціонують на даному етапі в Україні, стратегію необхідно розглядати, по-перше, як набір тактичних засобів, які можуть та повинні змінюватись, якщо динаміка зовнішнього або внутрішнього середовища не відповідає прогнозам (при незмінності кінцевої цілі, яка, як правило, припускає подальше зростання), по-друге, стратегію необхідно нерозривно пов'язувати із таким поняттям як «розвиток».

Це особливо стосується транспортної галузі, оскільки транспорт є однією з найважливіших складових національної економіки, від функціонування яких залежать усі сфери суспільного виробництва і соціальний клімат у державі [30]. Але при цьому необхідно відзначити, що специфіка роботи підприємств у галузі залізничних перевезень потребує пристосування до умов транспортного ринку та врахування особливостей транспортних послуг на відміну від продукції у матеріальному вираженні.

Так, розробка та вибір тієї чи іншої стратегії розвитку транспортного підприємства залежить від внутрішніх та зовнішніх умов, ресурсів і можливостей підприємства залізничного транспорту та ризиків, які мають передбачити керівники.

Стратегія розвитку залізничної галузі спрямована, в першу чергу, на підвищення конкурентоспроможності транспортної галузі та отримання додаткового доходу від її діяльності. При цьому стратегія розвитку транспортного підприємства повинна бути направлена насамперед на розширення сфери діяльності цього підприємства з метою отримання додаткового прибутку.

В даному випадку стратегія виступає не тільки як інструмент обґрунтування, вироблення і реалізації цілей і задач виробничого, науково-технічного, економічного, організаційного і соціального характеру, не тільки як фактор, що регулює діяльність організації доти, поки намічені цілі і задачі не будуть досягнуті, але одночасно і як засіб зв'язку підприємства з зовнішнім ринковим середовищем.

Однак на сьогодні не визначено поняття «стратегія розвитку транспортного підприємства», яке б охоплювало всі чинники впливу на підприємство та визначало напрям його розвитку. Враховуючи всі особливості розвитку транспортної інфраструктури визначимо наступне поняття: стратегія розвитку транспортного підприємства – це довгостроковий якісно ви-

значений напрямок розвитку транспортного підприємства відповідно до сфери його діяльності, з урахуванням системи внутрішніх зв'язків та за допомогою всіх засобів галузі, а також розвитку відносно зовнішнього середовища, що допомагає транспортному підприємству досягати поставлених корпоративних цілей.

Однак при розробці стратегії розвитку транспортного підприємства, як і будь-якого іншого, треба пам'ятати, що стратегія розвитку повинна представляти собою сукупність декількох стратегій розвитку. Вона повинна враховувати можливості інших підприємств залізничного транспорту, оскільки робота будь-якого підприємства залізничного транспорту пов'язана з діяльністю інших, майже усіх підприємств залізничного транспорту. Вони повинні бути узгоджені та взаємодоповнюючі одна з одну. Тільки в цьому випадку залізничне підприємство досягне успіху і зможе конкурувати на ринку транспортних послуг. І проблема формування стратегії розвитку транспортного підприємства є досить актуальною для подальшого її дослідження.

Висновки

Таким чином, на основі аналізу наукової літератури в напрямку дослідження основних підходів до визначення понять «стратегія», «стратегія розвитку» та «стратегія розвитку транспортного підприємства» в статті визначено необхідність та розроблено поняття «стратегія розвитку транспортного підприємства». Це підтверджують необхідність розробки стратегії розвитку для підприємства залізничного транспорту.

Література

1. Ансофф И. *Стратегическое управление: пер. с англ.* / И. Ансофф. – М.: Экономика, 1989. – 520 с.
2. Винокуров В.А. *Организация стратегического управления на предприятии.* / В.А. Винокуров. – М.: Центр экономики и маркетинга, 1996. – 458 с.
3. Виханский О.С. *Стратегическое управление* / О.С. Виханский. – М.: Экономист, 2004. – 296 с.

4. Герасимчук В.Г. Стратегічне управління підприємство. Графічне моделювання: навч. посібник / В.Г. Герасимчук. – К.: КНЕУ, 2000. – 360 с.
5. Стратегия предприятия и стратегический менеджмент: учеб. пособие / Ю.В. Соболев, В.Л. Дикань, А.Г. Дейнека, Л.А. Позднякова. – Х.: ООО «Олант», 2002. – 416 с.
6. Тридід О.М. Організаційно-економічний механізм стратегічного розвитку підприємства. / О.М. Тридід. – Х.: ХДЕУ, 2002. – 364 с.
7. Шершньова З.Є. Стратегічне управління: підручник / З.Є. Шершньова. – К.: КНЕУ, 2004. – 699 с.
8. Аксенов И.М. Маркетинг на объектах транспорта: моногр / И.М. Аксенов. – Нежин: ООО «Видавництво «Аспект-Поліграф», 2006. – 336 с.
9. Терешкина Н.Е. Формирование стратегии развития малых транспортных предприятий. / Н.Е. Терешкина. – К.: Науковий світ, 2005. – 160 с.
10. Мескон М.Х. Основы менеджмента: пер. с англ. / М.Х. Мескон, М. Альберт, Ф. Хедоури. – М.: Дело, 1993. – 702 с.
11. Steiner G.A. Management Policy and Strategy – Text, Readings and Cases. / G.A. Steiner, J.B. Miner, E.R. Gray. – 2-nd ed. – New York: McMillan, 1982. – 577 p.
12. Соловьев В.С. Стратегический менеджмент: учебник / В.С. Соловьев. – Ростов-на-Дону: Феникс; Новосибирск: Сибирское соглашение, 2002. – 448 с.
13. Дойль П. Менеджмент: стратегия и тактика / П. Дойль. – СПб.: Питер, 1999. – 560 с.
14. Томпсон А.А. Стратегический менеджмент: пер. с англ. / А.А. Томпсон, А.Дж. Стрикленд. – М.: Банки и биржи, ЮНИТИ, 1998. – 576 с.
15. Glueck W.F. Business Policy and Strategic Management / W.F. Glueck, L.R. Jauch. – New York: McGraw-Hill, 1988. – 940 p.
16. Портер М. Конкурентная стратегия: Методика анализа отраслей и конкурентов: пер.с англ. / М. Портер. – М.: Альбина Бизнес Бук, 2006. – 454 с.
17. Минцберг Г. Стратегический процесс: пер. с англ. / Г.Минцберг, Д.Б.Куинн, С.Гошал; под. ред. Ю.Н. Каптуревского. – СПб.: Питер, 2001. – 688 с.
18. Карлофф Б. Деловая стратегия: концепции, содержание, символы: пер. с англ. / Б. Карлофф. – М.: Экономика, 1991. – 239 с.
19. Старовойтов М.К. Современная российская корпорация (организация, опыт, проблемы) / М.К. Старовойтов. – М.: Наука, 2001. – 312 с.

20. Райзберг Б.А. Современный экономический словарь / Б.А. Райзберг, Л.Ш. Лозовский, Е.Б. Стародубцева. – М.: ИНФРА-М, 1996. – 496 с.
21. Крук М. Разработка корпоративных стратегий компании / М. Крук // ЭКО. – 2001. – № 6. – С. 112-117.
22. Пономаренко В.С. Стратегічне управління розвитком підприємства: навч. посібник / В.С. Пономаренко, О.І. Пушкар, О.М. Тридід. – Х.: Вид-во ХДЕУ, 2002. – 640 с.
23. Глинн Дж. Стратегия бизнеса / Дж. Глинн, В. Маркова, Д. Перкинс. – 2-е изд. – Новосибирск: ИЭ и ОПП СО РАН, Canterbury Business Scholl, 1996. – 360 с.
24. Уткин Э.А. Финансовое управление / Э.А. Уткин. – М.: Тандем: Экмос, 1997. – 207 с.
25. Туленков Н. Ключевые позиции стратегического менеджмента в организации / Н. Туленков // Проблемы теории и практики управления. – 1997. – № 4. – С. 104-109.
26. Фатхутдинов Р.А. Конкурентоспособность: экономика, стратегия, управление / Р.А. Фатхутдинов. – М.: ИНФРА-М, 2000. – 312 с.
27. Гительман А.Д. Преобразующий менеджмент: лидерам реорганизации и консультантам по управлению: учеб. пособие / А.Д. Гительман. – М.: Дело, 1999. – 496 с.
28. Конкурентоспособность предприятия: оценка, диагностика, стратегия: научное издание / Ю.Б. Иванов, А.Н. Тищенко, Н.А. Дробитько, О.С. Абрамова. – Х.: Изд-во ХНЭУ, 2004. – 256 с.
29. Стратегічний маркетинг: навч. посібник / Л.В. Балабанова та ін. – Донецьк: Донец. Нац. ун-т економіки і торгівлі ім. М. Туган-Барановського, 2008. – 551 с.
30. Концепція державної програми реформування залізничного транспорту України // Відомості Міністерства транспорту та зв'язку України. – 2006. – № 21-22. – С. 74-86.
31. Серпилин А. Основные подходы к разработке и внедрению стратегии развития предприятия / А. Серпилин // Проблемы теории и практики управления. – 2000. – № 6. – С. 78-86.

Надійшла до редакції 18.11.2010

Рецензент: д-р екон. наук, проф., завідувач кафедри економіки, організації і управління підприємством **В.Л. Дикань**, Українська державна академія залізничного транспорту, Харків.

К ВОПРОСУ ОПРЕДЕЛЕНИЯ СУЩНОСТИ ПОНЯТИЯ СТРАТЕГИЯ РАЗВИТИЯ ТРАНСПОРТНОГО ПРЕДПРИЯТИЯ

А.А. Дергоусова

Дан критический анализ гносеологического инструментария понятий «стратегия» и «стратегия развития предприятия». Определена необходимость разработки стратегии развития предприятия. Предоставлено определение разных типов стратегий. Представлена стратегия развития предприятия в виде совокупности документов разной степени детализации. Доказано, что в современных условиях нестабильной экономической ситуации в Украине рассматривать стратегию как полностью систематизированный процесс, который имеет четкую последовательность действий, выполнение которых приведет к успеху, является неверным. Сформировано понятие "стратегия развития транспортного предприятия".

Ключевые слова: стратегия, стратегия развития, стратегия развития предприятия, стратегия развития транспортного предприятия, типы стратегий.

THE ISSUE OF TRANSPORT ENTERPRISE DEVELOPMENT STRATEGY CONCEPT DETERMINATION

A.A. Dergousova

The walkthrough of gnosiological tools of concepts «strategy» and «strategy of development of enterprise» is given. The necessity of enterprise development strategy elaboration is determined. Definition of different strategy types is given. The enterprise development strategy is presented as an aggregate of documents of different degree of elaboration. It is well-proven that in the modern terms of unstable economic situation in Ukraine it's incorrect to examine strategy as the fully systematized process, which has a clear sequence of executions, implementation of which will result in success. A concept "transport enterprise development strategy" is formed.

Keywords: strategy, strategy of development, enterprise development strategy, transport enterprise development strategy, types of strategies.

Дергоусова Алла Олександрівна - аспірант кафедри маркетингу на транспорті факультету економіки транспорту Української державної академії залізничного транспорту, Харків, e-mail: adalex@list.ru.