

## ВИЗНАЧЕННЯ ПОНЯТТЯ СТРАТЕГІЇ РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВА

*Анотація. Розглянуто підходи до визначення сутності поняття стратегії, виділені її основні складові, досліджено групи правил прийняття рішення щодо поведінки організації, визначено особливості та проблеми стратегії розвитку на підприємствах, запропоновано напрямки подальшого використання.*

*Аннотация. Рассмотрены подходы к определению сущности понятия стратегии, выделены ее основные составляющие, исследованы группы правил принятия решения относительно поведения организации, определены особенности и проблемы стратегии развития на предприятиях, предложены направления дальнейшего использования.*

*Annotation. The article describes the approaches to the definition of the concept of strategy, its main components are highlighted, the groups of decision-making rules on the behaviour of the organization are studied, the features and problems of the development strategy for enterprises are defined, the areas for further use are proposed.*

*Ключові слова: стратегія, стратегія розвитку підприємства, стратегічне планування, конкуренція.*

Поняття стратегії є базовим у теорії стратегічного управління, оскільки саме вона є об'єднувальним механізмом цілей, можливостей (потенціалу) та умов (зовнішнього середовища).

Базуючись на цілях бізнесу, вона визначає засоби, за допомогою яких підприємство може перетворити свої стратегічні наміри на ринкові переваги, взаємодіючи з факторами зовнішнього впливу, без цього його ефективна адаптація до стратегічних змін в умовах невизначеності і мінливості середовища неможлива. Ситуація також ускладнюється неузгодженістю процесів, які відбуваються всередині підприємств.

Стратегія допомагає підприємству вибрати свій раціональний шлях розвитку і створити найважливіші переваги у його функціонуванні: готує його до змін у зовнішньому середовищі; пов'язує його ресурси зі змінами зовнішнього середовища; прояснює проблеми, які виникають; координує роботу різних структурних підрозділів; покращує контроль на підприємстві. Для забезпечення ефективного функціонування підприємств виникає необхідність наукового обґрунтування стратегій їх розвитку.

Відносно змісту та різновидів стратегій організації в літературі зі стратегічного менеджменту існують різні погляди. Поняття "стратегія" використовується в науці та практиці управління з 50-х років ХХ ст.

Концепцію стратегії вперше було розроблено в 60-ті роки А. Чандлером, К. Ендрюсом, І. Ансоффом. Вони давали перші визначення основних положень стратегічного планування, хоча й прив'язувались до теорії інституціоналізму. Зміст поняття стратегії змінювався під впливом економічного розвитку суспільства. Переглянути традиційні підходи до розуміння стратегії змусив економістів високий рівень конкуренції, який невпинно зростає.

Метою статті є визначення поняття стратегії та виявлення основних її характеристик, що мають вплив на ефективність діяльності організації.

Розгляд наявних концепцій стратегії дозволяє виділити декілька підходів до визначення сутності стратегії. Класичним підходом до визначення стратегії є її ототожнення із засобом досягнення цілей підприємства. Він заснований на тому, що формулювання стратегічних цілей підприємства невід'ємно пов'язане з розробкою шляхів їх досягнення і тому в даному розумінні стратегія визначається як план або модель дій. Так, А. Чандлер розглядав стратегію як визначення основних довгострокових цілей і орієнтирів підприємства, визначення курсу дій і розподіл ресурсів, необхідних для їх досягнення. При цьому основним процесом у виборі та розробці стратегії він визначав раціональне планування.

Б. Карлофф визначив стратегію як узагальнюючу модель дій, необхідних для досягнення встановлених цілей шляхом координації і розподілу ресурсів компанії [1].

Д. Куїнн також, поділяючи їх погляди, визначав стратегію як план, що інтегрує основні організаційні цілі, політику та дії, які можна об'єднувати в єдине ціле [2].

Другим, концептуальним підходом є розуміння стратегії як набору правил прийняття рішень. Він пов'язаний із подальшими дослідженнями в цій галузі таких вчених, як: Г. Мінцберг, І. Ансофф, М. Портер.

Проводячи дослідження стратегічної поведінки великих корпорацій на конкурентних ринках, Г. Мінцберг з'ясував, що стратегія є не тільки планом, а комплексом рішень та дій і є не послідовністю виконання запланованого, а прямо протилежна цьому, це відправна точка [2].

І. Ансофф, використовуючи концепцію стратегічного менеджменту, зазначав, що стратегія – один із декількох наборів правил прийняття рішення щодо поведінки організації, і виділив чотири групи правил:

- правила встановлення відносин підприємства із зовнішнім середовищем;
- правила встановлення відносин і процесів всередині підприємства;
- правила ведення щоденних справ;
- засоби вимірювання результатів сьогоденної і майбутньої діяльності компанії.

середовищем (стратегія бізнесу) і правила встановлення рівноваги між власними внутрішніми змінними (організаційна концепція) [3].

М. Портер, використовуючи ідею ланцюжка цінностей, пропонував стратегію розглядати як аналіз внутрішніх процесів та взаємодій між різними складовими організації для того, щоб визначити, як і де додається цінність. При цьому стратегія – це позиціонування організації щодо галузевого середовища.

Отже, стратегія підприємства складається із запланованих дій (спрямована стратегія) і необхідних поправок у разі виникнення непередбачених обставин (незаплановані стратегічні рішення). Підприємство повинно мати добре обґрунтовану стратегію дій, але повинно також бути готовим адаптуватися до неврахованих обставин, які можуть виникнути в майбутньому. Тенденції сучасного розвитку економічної ситуації в Україні характеризуються високим динамізмом, активізацією структурних зрушень на користь сфери послуг, загостренням конкурентної боротьби, набувають ознак комплексності, взаємодоповнюваності та взаємопричинності процеси у зовнішньому середовищі. Ці явища обумовлюють необхідність наукового пошуку нових механізмів і методів стратегічного управління, стрижнем якого є стратегія розвитку підприємства, що повинна відповідати перетворенням у національній економіці, гармонізувати вплив і взаємозв'язки між факторами внутрішнього та зовнішнього середовищ.

*Наук. керівн. Миронова О. М.*

---

**Література:** 1. Минцберг Г. Стратегический процесс / Г. Минцберг, Дж. Куинн ; пер. с англ. под ред. Ю. Каптуревского. – СПб. : Питер, 2010. – 688 с. 2. Портер М. Стратегія конкуренції / М. Портер ; пер. з англ. – К. : Основи, 2010. – 390 с. 3. Пастухова В. В. Стратегічне управління підприємством: філософія, політика, ефективність / В. В. Пастухова. – К. : КНТЕУ, 2008. – 301 с. 4. Карлофф Б. Деловая стратегия / Б. Карлофф ; пер. с англ. – М. : Экономика, 2011. – 239 с. 5. Ансофф И. Стратегическое управление / И. Ансофф ; пер. с англ. – М. : Прогресс, 2009. – 519 с.