

ІЄРАРХІЯ СТРАТЕГІЙ ПІДПРИЄМСТВА: ЕТАПИ РОЗВИТКУ

С.В. Василенко, к.е.н., ст. викладач
ЖНАЕУ

Постановка проблеми та аналіз останніх досліджень. В сучасних ринкових умовах господарювання кожному підприємству для ефективного функціонування потрібно не лише швидко реагувати на зміни зовнішнього середовища, а й прогнозувати свою діяльність і розробляти стратегію на майбутнє. Саме тому, більшість вітчизняних підприємств усвідомлюють необхідність перспектив їхнього розвитку на основі стратегії. Це, в свою чергу, потребує досконалого вивчення науково-методичних засад визначення сутності стратегії та етапів її розвитку.

Фундаментальні дослідження проблеми висвітлені в працях як зарубіжних, так і вітчизняних вчених, а саме в роботах М. Альберта [8], І. Ансоффа [1], А. Балановича [2], Г. Гольдштейна [4], Л. Довганя [6], П. Друкера [4], Ф. Котлера [7], М. Мескона [8], В. Немцова [6], М. Портера [10], А. Стрикленда [11], А. Томпсона [12], Ф. Хедоурі [8], А. Чандлера [16] та ін. Однак, значна частина питань, пов'язаних із дослідженням стратегії, основними підходами та етапами її розвитку, потребує подальшого дослідження.

Основний матеріал. Варто зауважити, що на характер та суть стратегії підприємства впливають не тільки зміни історичного періоду, а й умови в яких здійснюється діяльність підприємства. Розвиток стратегії підприємства здійснювався поетапно і саме визначення в науковій літературі відповідно формулювалось вченими по-різному. Започаткували розвиток стратегічного менеджменту концепції стратегічного планування, характерними рисами якого є визначення стратегії як «плану», а процесу її формування – як довгострокового планування. А Чандлер у виборі та розробці стратегії основним процесом визначав раціональне планування [12].

Отже, згідно з такою концепцією, поняття «стратегія» походить із стратегічного планування, в основі якого – розробка і реалізація планів з використанням ресурсів, а також досягнення мети в довгостроковій перспективі. Розглянувши існуючі погляди вчених щодо такого підходу, можна зробити висновок, що планування діяльності підприємств здійснюється на основі конкуренції, суперництва між собою. Кожне підприємство намагається досягти поставлених цілей: виробляти і реалізовувати продукцію високої якості, отримати високі прибутки, зайняти найкращі позиції на ринку, збільшувати обсяги продукції за рахунок витіснення своїх конкурентів.

З роками змінювались умови функціонування підприємств і народжувались інші погляди, дослідження яких пов'язані із стратегічним управлінням. Представниками такого підходу вважають канадського вченого Г. Мінцберга [15] та класиків американського менеджменту І. Ансоффа, М. Портера, П. Друкера [1, 10, 4]. Дослідження вчених базуються на розгляді стратегії як результату усвідомлення стратегічних рішень. Г. Мінцберг вважає, що при здійсненні діяльності організації в майбутньому не можна не враховувати принципи поведінки свого минулого [15].

На сучасному етапі розвитку стратегії важливими залишаються внутрішні проблеми, але особливу увагу привертає такий процес управління, який забезпечив би адаптацію підприємства до змін у навколишньому середовищі. Науковці вважають, що суть стратегії змінюється не лише залежно від історичного періоду, в якому функціонує підприємство, а й від можливостей реагувати на зміни, які відбуваються навколо. [13, с. 190; 3, с. 10]. Графічне зображення ієрархії стратегій підприємства як системи розвитку представлено в табл. 1.

Таблиця 1

Ієрархія стратегій підприємства як системи розвитку

Визначення	Автор	Основний підхід
1. Стратегія як метод установлення довгострокових цілей організації, програми дій і пріоритетних напрямків розміщення ресурсів	А Чандлер, 1962 р.	Довгострокові цілі розробляються і не підлягають перегляду до зміни зовнішніх чи внутрішніх умов середовища функціонування організації
2. Стратегія як метод визначення конкурентних цілей організації	Гарвардська школа бізнесу, 1965 р.	Стратегія визначає основні сфери бізнесу, що компанія буде продовжувати і/або почне здійснювати
3. Стратегія як спосіб установлення цілей для корпоративного, ділового і функціонального рівнів	І.Ансофф, 1965 р., Д.Стейнер, 1977 р. та ін.	При розробці стратегії необхідно виділити корпоративні, ділові і функціональні цілі з погляду їхнього різного впливу на процеси управління в організації
4. Стратегія як спосіб реакції на зовнішні можливості і загрози, внутрішні сильні і слабкі сторони	М Портер, 1980-1985 рр.	Основне завдання стратегії полягає в досягненні організацією довгострокових конкурентних переваг над суперниками в кожній сфері бізнесу
5. Стратегія як послідовна, погоджена та інтегрована структура управлінських рішень	М. Мінцеберг, 1987 р.	При розробці стратегії основна увага приділяється формуванню планів з метою контролю ефективності досягнення стратегічних орієнтирів
6. Стратегія як спосіб розвитку ключових конкурентних переваг організації	М Хамель, 1989 р.	Основу конкурентоспроможності становлять особливі здатності фірми і внутрішні ресурси
7. Стратегія являє собою детальний всебічний комплексний план, призначений для того, щоб забезпечити здійснення місії організації і досягнення її цілей	М. Мескон, М Альберт, Ф. Хедоурі, 1992 р.	Комплекс заходів, послідовне і паралельне виконання яких дозволяє досягти цілей при відсутності змін у зовнішньому і внутрішньому середовищі
8. Стратегія визначає напрямок, у якому рухається компанія, виконуючи поставлені завдання	П. Дойль, 1993 р.	У центрі уваги стратегії-прийняття рішень в галузі маркетингу і інновацій. Найбільш важливе рішення – вибір ринків
9. Стратегія як набір дій і підходів щодо досягнення заданих показників діяльності	А Томпсон, 1995 р	Стратегія одночасно є преактивною (запобіжною) і реактивною (що адаптується)
10 Стратегія фірми – це розрахована на перспективу система заходів, що забезпечує досягнення конкретних накреслених компанією цілей	І. Герчикова, 1995 р.	Сутність вироблення і реалізації стратегії полягає у виборі потрібного напрямку розвитку з безлічі альтернатив

Джерело: адаптовано [Сутність та еволюція теорії стратегічного управління. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://helpiks.org/8-71138.html>].

Враховуючи вище викладене, варто відзначити, що стратегія розвитку підприємства – це система взаємоузгоджених економічних заходів, яка забезпечує поліпшення фінансового стану підприємства, а відтак створює умови для розширеного відтворення у довгостроковій перспективі.

Висновки та пропозиції. Основу перерахованого вище становить здійснення діяльності підприємства, спрямованої на отримання успіху у майбутньому з урахуванням поведінки минулого із застосуванням стратегії. Існує безліч видів стратегій, які мають різні класифікації для зрозуміння менеджерами їх сутності, що стане основою подальших досліджень.

Список використаної літератури:

1. Ансофф И. Стратегическое управление / И. Ансофф; сокр. пер. с англ., науч. ред. и авт. предисл. Л. И. Евенко. – М.: Экономика, 1989. – 519 с.
2. Баланович А. М. Теоретико-методичні засади формування стратегії розвитку підприємства / А. М. Баланович // Науковий вісник Херсонського державного університету. – Херсон : ХДУ, 2014. – №8. – Ч.2. – С. 77-81.
3. Василенко В. О. Стратегічне управління підприємством: навч. посіб. / В. О. Василенко, Т. І. Ткаченко; за ред. В. О. Василенка. – [2-ге вид., виправл. і доп.]. – К.: Центр навчальної літератури, 2004. – 400 с.
4. Гольдштейн Г. Я Стратегические аспекты управления НИОКР: монографія / Г. Я Гольдштейн. – Таганрог: Изд-во ТРТУ, 2000. – 207 с.
5. Клівець П. Г. Стратегія підприємства: навч. посіб. / П. Г. Клівець. – К.: Академвидав, 2007. – 320 с.
6. Немцов В. Д. Стратегічний менеджмент / В. Д. Немцов, Л. Є. Довгань. – К.: ЕксОб, 2001.
7. Котлер Ф. Основы маркетинга / Ф. Котлер. – СПб.: АО „Коруна“, 1994.
8. Мескон М. Х. Основы менеджмента / Мескон М. Х., Альберт М., Хедоури Ф.; пер. с англ. – М.: “Дело”, 1992. – 702 с.
9. Жаліло Я. Економічна стратегія як категорія сучасної економічної науки / Я. Жаліло // Економіка України. – 2005. – № 1. – С. 19 – 27.
10. Портер М. Стратегія конкуренції: методика аналізу галузей і діяльності конкурентів / М. Портер; пер. з англ. А. Олійника, Р. Скільського. – К.: Основи, 1998. – 390 с.
11. Томпсон А. А. / Стратегический менеджмент. Искусство разработки и реализации стратегии: учебник / А.А. Томпсон-мл., А.Дж. Стрикленд III; пер. с англ. под ред. Л.Г. Зайцева, М.И. Соколовой. – М.: Банки и биржи, ЮНИТИ, 1998. – 576с.).
12. Томпсон-мл. А. А. Стратегический менеджмент: концепции и ситуации для анализа [12-е изд.] / А. А. Томпсон-мл., А. Дж. Стрикленд III; пер. с англ. – М.: Изд. дом «Вильямс», 2006. – 928 с.
13. Юргутіс І. А. Основы менеджменту: навч. посіб. / І. А. Юргутіс, І. І. Кравчук. – К.: Освіта, 1998. – 256 с.
14. Ansoff I. Corporate Strategy / I. Ansoff. – McGrawHill, York, 1965.
15. Mintzberg H. The Nature of Managerial Work / H. Mintzberg. – N-Y: Harper&Rov, 1973.
16. Chandler Jr. A. Strategy and Structure: Chapters in the History of the American Industrial Enterprise / Jr. Chandler. – MTT Press, 1962.