

секційне засідання:

Економіка та управління підприємствами

Бутенко Д. С.

к.е.н., доцент, доцент кафедри менеджменту та бізнесу

Харківський національний економічний університет ім. Семена Кузнеця

м. Харків, Україна

Буткова В. О.

студентка 3 курсу

Харківський національний економічний університет ім. Семена Кузнеця

м. Харків, Україна

ВИБІР СТРАТЕГІЇ РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВА

Орієнтація України на євроінтеграцію зумовила необхідність посилення позицій вітчизняних підприємств в конкурентній боротьбі. Запорукою сталого розвитку суб'єктів підприємницької діяльності є вірно обгрунтована стратегія, яка здатна забезпечити досягнення поставлених цілей.

Проблемою теорії та практики формування стратегії присвячено праці провідних вітчизняних та зарубіжних вчених, а саме: Г. Мінцберг, В. В. Жихарєва, А. Чандлер, О. С. Виханський, А. Томпсон.

На сьогодні існує безліч точок зору щодо тлумачення визначення «стратегія».

Широко відомо визначення стратегії Генрі Мінцберга [1, с. 11-24], наведені ним у вигляді комбінації 5-ти «П»:

1. стратегія – план дій (Plan);
2. стратегія – хитрість, тобто дії, націлені на те, щоб перехитрити своїх супротивників (Ploy);
3. стратегія – порядок дій, тобто план може бути не реалізований, але порядок дій повинен бути забезпечений в будь-якому випадку (Pattern);

4. стратегія – позиція в навколишньому середовищі, тобто зв'язок зі своїм оточенням (Position);

5. стратегія – перспектива, тобто бачення того стану, до якого треба прагнути (Perspective).

Згідно з поглядами класика стратегічного планування А. Чандлера, стратегія – це «...визначення основних довготермінових цілей та задач підприємства, прийняття дій і розподілу ресурсів, необхідних для виконання поставлених цілей...» [2, с.13].

Відомий спеціаліст зі стратегічного управління А. Томпсон поєднує планові засади стратегії з поведінковими аспектами організації: «...стратегія – це специфічний управлінський план дій, спрямованих на досягнення встановлення цілей. Вона визначає, як організація функціонуватиме та розвиватиметься, а також яких підприємницьких, конкурентів і функціональних заходів і дій буде вжито для того, щоб організація досягла бажаного стану...» [3, с. 42].

За визначенням О. С. Виханського «...стратегічне управління – це таке управління організацією, яке спирається на людський потенціал як основу організації, орієнтує виробничу діяльність на запити споживачів, гнучко реагує і проводить своєчасні зміни в організації, що відповідають виклику з боку оточення і що дозволяють добиватися конкурентних переваг, що в сукупності дає можливість організації виживати в довготерміновій перспективі, досягаючи при цьому своїх цілей...» [4, с.13].

Процес формування стратегії розвитку – це систематизоване послідовне виконання функціональних операцій, які дають специфічний результат (в даному випадку дозволяють вибрати стратегію розвитку підприємства) [5, с. 86]

Велика кількість точок зору щодо тлумачення визначення «стратегія» породило безліч концепцій формування стратегії. В наслідок чого, можна виділити п'ять етапів зміни основних акцентів стратегічного управління:

створення стратегії за періодами її реалізації (1970-ті рр.);

формування стратегічних позицій (1980-ті рр.);

управління на основі відбору виконуваних стратегічних завдань (1990-ті рр.);

керування в умовах зростаючої невизначеності зовнішнього середовища (кінець 1990-х рр.);

управління мережевими утвореннями (2000-ті рр.).

Сьогодні в економічній літературі зустрічається велика кількість підходів щодо розроблення і вибору стратегії підприємства. Принциповою відмінністю яких є орієнтація на інтенсивний або інтегральний, або диверсифікований ріст.

Етапи розроблення і вибору стратегії підприємства можна представити в наступній послідовності, яку зображено на рис. 1.

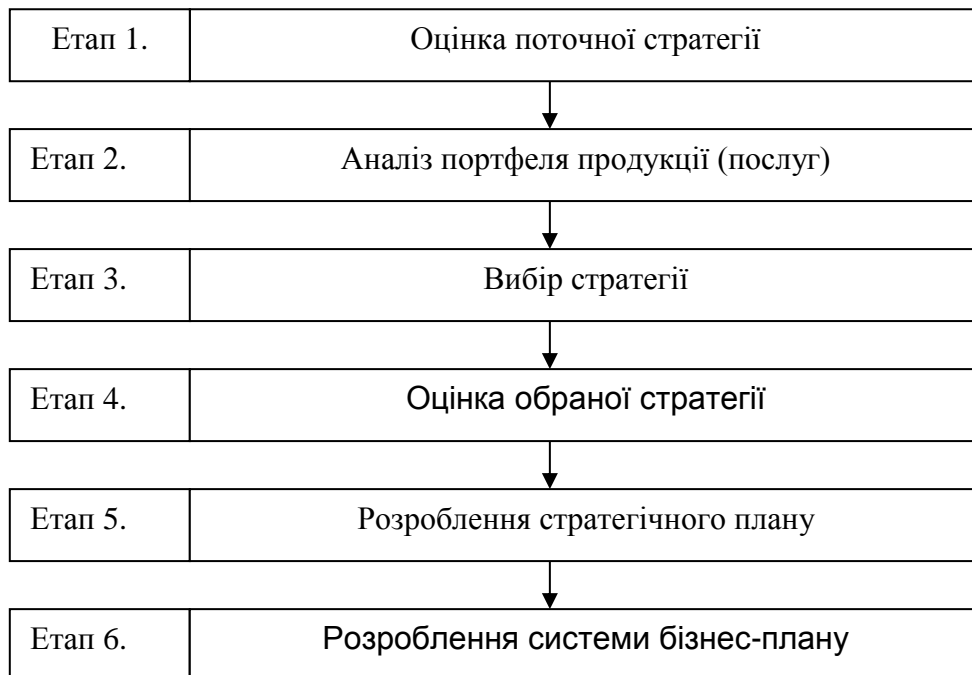


Рис. 1. Етапи розроблення і вибору стратегії підприємства
(розроблено автором за даними [6, с. 425])

Таким чином, можна зробити висновок, що стратегія – це довготерміновий курс розвитку організації, який можна розглядати, як спосіб досягнення поставлених цілей підприємства.

Кожне підприємство має усвідомити важливі елементи своєї діяльності для розроблення стратегії розвитку, а саме це стосується формування: місії підприємства, конкурентних переваг, ринку збуту, ресурсів, продукції та ін.

Вибір стратегії на підприємстві залежить від багатьох факторів, у тому числі від стратегічної позиції підприємства, динаміки її зміни, виробничого і технічного потенціалу, наданих послуг, стану економіки, політичного середовища. Тому, кожне підприємство що використовує стратегічне управління та планування, має свої підходи до вибору стратегії.

Зовнішнє середовище підприємства постійно змінюється, тому стратегія підприємства повинна постійно змінюватись та уточнюватись. Основною складовою частиною стратегічного планування є розробка та реалізація бізнес-планів, як для нового бізнесу, та і для існуючої організації. Тому що кожен проект (бізнес ідея), що потребує інвестиційних ресурсів, має бути обґрунтовано за допомогою бізнес-плану.

ЛІТЕРАТУРА:

1. The Strategy Concept I: Five Ps For Strategy. Henry Mintzberg. – California Management Review. - Vol. 30, No. 1, Fall 1987; (pp. 11-24).
2. Chandler, A. D. Strategy and Structure Chapters in the History of the American Industrial Enterprises [Text] / A. D. Chandler. – Cambridge. MA : MIT Press, 1962. – 457 p.
3. Thompson A. A. Strategic Management : Concept and Cases / Thompson A. A., Strickland A. J., 4-th ed. University of Alabama, Business Publication Inc., Plano, Texas. – 1987. – 568 p.
4. Виханский О.С. Стратегическое управление: учебник / О.С. Виханський. – 2-е изд., перераб. и доп. – М.: Гардарики, 1998. — 296 с.

5. Крочак М. С. Формування стратегії розвитку промислових підприємств в умовах невизначеності / М. С. Крочак // Науковий вісник Мукачівського державного університету. – 2017. - №1 (7). – С. 85-90.

6. Жихарева В. В. Формування стратегії розвитку підприємства в умовах невизначеності / В. В. Жихарева // Економіка і суспільство. – 2017. - №9. – С. 423-427.