

СУТНІСТЬ ПОНЯТТЯ «СТРАТЕГІЯ»

Залуцька Х.Я.

Д-р. екон. наук, професор кафедри економіки підприємства та інвестицій
Національний університет «Львівська політехніка», Україна

Стефанцов Д.В.

аспірант кафедри економіки підприємства та інвестицій
Національний університет «Львівська політехніка», Україна

Середовище діяльності підприємств характеризується динамічністю і непередбачуваністю. Особливо дані характеристики актуальні для сучасних підприємств, що пов'язано із пережитою суспільством пандемією та веденням військових дій на території України. Такі чинники можна класифікувати як суттєво непередбачувані, оскільки, до моменту їх настання більшість науковців, підприємців та керівників держав відносили їх до малоймовірнісних з точки зору настання. Що стосується динамічності розвитку, то рушійні сили кожної сфери, галузі, напрямку діяльності поокремо (специфічні для кожного напрямку і галузі діяльності) чи загалом (наприклад, діджиталізація) пришвидшено вносять зміни у трансформаційні процеси в економічній системі кожної країни і/або глобальну економіку.

Функціонування в таких умовах будь яких суб'єктів господарювання вимагає виважених дій, особливо на стратегічну перспективу. Зрозуміло, що в таких умовах важко вибудувати ефективні шляхи розвитку, однак, необхідно хоча б враховуючи власні можливості та поточні чинники ринкового середовища окреслити бажані вектори розвитку. Крім цього, для певного вектора розвитку потрібно, оскільки, він виступатиме кістяком подальшого функціонування підприємств на який накладатимуться відповідні засади діяльності, враховуючи зміни чинників середовища функціонування суб'єктів господарювання, формувати альтернативні варіанти сценарного розвитку. Розроблення таких альтернативних варіантів є результатом процесу формування стратегії, а визначення напрямку функціонування – окреслення конкретного вектору розвитку. Отже, ефективне довгострокове функціонування підприємств в таких умовах залежить від вірно обраної стратегії розвитку.

В науковій літературі питанням стратегії приділено велику увагу. Зокрема, у різних джерелах залежно особливостей застосування даного поняття науковці розглядають його у різних амплуа. В табл. 1.1 подано трактування даного поняття окремими науковцями відповідно його історичної, функціональної, галузевої тощо змінюваності.

Таблиця 1.1

№п/п	Автор	Сутність поняття «Стратегія»
1	Ансофф І. [1]	Набір правил для рішень, якими організація керується у своїй діяльності
2	Глюк В. [2]	Уніфікований, інтегрований і зрозумілий план, розроблений таким чином, щоб бути впевненим у досягненні цілей підприємства
3	Міняйленко І.В. [3]	Напрямок, траєкторія, спосіб розвитку компанії, спрямований на досягнення її цілей
4	Герасимчук В.Г. [4]	Узагальнена модель дій, які необхідні для координації та розподілу ресурсів компанії
5	П.Дойль [5]	Комплекс прийнятих рішень з розміщення ресурсів і досягнення довгострокових конкурентних переваг на цільових ринках

Продовження табл. 1.1

№п/п	Автор	Сутність поняття «Стратегія»
6	Карлоф Б. [6]	Узагальнена модель дій, необхідних для досягнення поставлених цілей шляхом координації та розподілу ресурсів компанії
7	Томпсон А.А., Стрікленд А.Дж. [7]	Комбінація запланованих дій та швидкість рішень стосовно адаптації до нових досягнень та нової диспозиції на полі конкурентної боротьби
8	Райко Д. В. [8]	Сукупність мети на напрямку дій підприємства, причому процес формування стратегії – це процес її визначення, а процес реалізації – процес її досягнення
9	Должанський І. З., Ягнюк І. М. [9]	Сукупність дій, направлених на оптимальне використання наявних фінансових та не фінансових ресурсів з ціллю досягнення довгострокових конкурентних переваг на ринку
10	Квятковська Л.А. [10]	Програма дій, що формує пріоритети проблем і ресурси для досягнення основних цілей підприємства
11	Стадник В.В., Йохна М.А. [11]	Довгострокова модель діяльності підприємства, яка приймається для досягнення стратегічних цілей його власників і враховує можливості та обмеження внутрішнього і зовнішнього середовища господарювання
12	Залуцька Х.Я. [12]	Генеральний план дій для досягнення поставленої мети; довготерміновий курс розвитку підприємств, спосіб досягнення цілей
13	Шершньова З.Є. [13]	Довгостроковий курс розвитку фірми, спосіб досягнення цілей, який вона визначає для себе з альтернативних варіантів, керуючись власними міркуваннями в межах своєї політики

Кожне із запропонованих у табл. 1.1 визначень має свої специфічні риси та ознаки, однак, деякі із них характеризуються спільністю елементів, що дозволяє виділити досліджувані трактування у певні групи. У окремі групи подані трактування можна виділити виходячи із величини їх охоплення, оскільки, у одних трактуваннях вживається, що стратегія – це план, у інших, програма, ще у інших – процес тощо. Іншою класифікаційною ознакою за яким можна поділити виділені у табл. 1.1 трактування є особливості її здійснення, оскільки, в одних поняттях стратегію розуміють як певний процес, в інших – як окремий результат, ще в інших – як кінцеву мету, концепцію тощо.

Найдоцільніше виділити подані трактування за підходами, що розглядаються в науковій економічній літературі і відображають зміст поняття стратегія з різних сторін (рис. 1.1).



Рис. 1.1. Підходи до визначення сутності «стратегія»

Однак, як бачимо із рис. 1.1 подані підходи мають конкретну приналежність, тобто, вони безпосередньо прив'язані до підприємства. Зрозуміло, що кожен суб'єкт господарювання являє собою певне підприємство, однак, існує специфіка їх функціонування, наприклад, комерційних і благодійних підприємств, інтеграційних утворень і територіальних громад тощо. Тому, варто трактуванню стратегія надати певного універсального значення. Відповідно, пропонуємо його трактувати як: систематичний план формування місії і цілей, а також, способів, підходів і правил прийняття рішень щодо їх досягнення через адаптування, коригування, пристосування, враховуючи існуючі та потенційно можливі і важливі зміни.

Використання поданого трактування до конкретної ситуації, наприклад, розвитку підприємства вимагає уточнення його змісту особливостями понять «розвиток» і «підприємство». Це зумовлено тим, що розвиток також багатоаспектне поняття і може стосуватися будь-якого явища чи об'єкта.

Список використаних джерел:

1. Ансофф І. Стратегічне управління. 1989. 519 с.
2. Діденко О.Є, Крисанова Ю. В. Управління стратегією як основа стабільного розвитку підприємства. Ефективна економіка № 12, 2016. Режим доступу: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=5306>.
3. Міняйленко І. В., Гайжук О. В. Теоретичні аспекти стратегічного планування розвитку підприємств. Глобальні та національні проблеми економіки. 2015. Випуск 5. С. 512–515.
4. Герасимчук В. Стратегічне управління підприємством. Графічне моделювання: [навч. посібник]. – К.: КНЕУ, 2000. – 360 с.
5. Дойль П. Менеджмент: стратегія і тактика. 1999. 560 с.
6. Карлоф Б. Деловая стратегия / пер. с англ. О. Д. Горин. 1991. 240 с.
7. Томпсон А. А. Стратегический менеджмент. Искусство разработки и реализации стратегии. 2008. – 576 с.
8. Райко, Д., Маслак, О., & Маслак, М. Стратегія стійкого розвитку: проблеми та шляхи вирішення. Вісник Національного технічного університету "Харківський політехнічний інститут" (економічні науки). 2020 (3). 127–130.
9. Должанський І. З., Ягнюк І. М. Стратегія управління діяльністю підприємства на основі збалансованої системи показників: монографія. Донецьк: СПД Купріянов В. С., 2012. 213 с.
10. Квятковська Л. А. Механізм оцінки маркетингових стратегій. Маркетинг і менеджмент інновацій. - 2011. - № 4(2). - С. 98-104.
11. Стадник В. В., Йохна М. А. Стратегічне управління інноваційним розвитком підприємства. Хмельницький: ХНУ, 2011. 327 с.
12. Залуцька Х.Я. Стратегія підприємства: таблична і графічна візуалізація. Львів: Видавництво ПП «Новий світ – 2000», 2023. – 241 с.
13. Шершньова З.Є. Стратегічне управління. Київ: КНЕУ, 2004. 699 с.