

вони мають стати базисом інтеграції вітчизняної промисловості в систему міжнародного поділу праці. Їм також відводиться ключова роль у забезпеченні технологічної модернізації базових галузей промисловості.

5. Галузі сучасних технологій (насамперед, електроніка, радіотехніка, приладобудування), що майже припинили своє існування в Україні, мають створюватися майже з нуля із залученням ресурсів компаній-світових лідерів високих технологій, створенням преференційних умов для інноваційного розвитку.

6. Паливно-енергетичний комплекс за нинішніх умов має стати предметом особливої уваги державної промислової політики. Відновлення державного впливу в галузях паливно-енергетичного комплексу, приміром, в нафтопереробці, та посилення присутності держави в електроенергетиці, газовидобуванні, вугільній галузі є стратегічним напрямом регуляторного впливу держави на економіку.

7. Метою державної політики має стати безперервність енергозабезпечення економіки та коригування енергетичного балансу країни на користь енергоносіїв власного видобутку (вугілля, метану, біопалива).

Література:

1. Волощук С. Оцінка ресурсного потенціалу у розвитку підприємництва // Економіка АПК. — 2000. — № 12. — С. 47—52.
2. Вишнеvsька О.М. Ресурсний потенціал підприємництва / О.М. Вишнеvsька // Економіка АПК. — 2008. — № 12. — С. 32—37.
3. Головатюк В.М. Вимірювання інноваційного потенціалу в контексті формування стратегії розвитку підприємства / В.М. Головатюк, В.П. Соловйов // Механізм регулювання економіки. — 2009. — № 1. — С. 102—111.
4. Кирилов О.Д. Формування ефективної стратегії розвитку підприємства в умовах інвестиційної уразливості / О.Д. Кирилов // Академічний простір. — 2008. — № 12. — С. 244—250.
5. Коваленко О.В. Ефективність використання ресурсного потенціалу підприємств // Вісник аграрної науки. — 2008. — № 7. — С. 70—72.
6. Підлісецький Г.М. Підвищення ефективності використання ресурсного потенціалу підприємств / Г.М. Підлісецький // Економіка АПК. — 2008. — № 5. — С. 65—66.
7. Сердак С.Е. Принципи ефективного управління ресурсами суб'єктів господарювання / С.Е. Сердак // Академічний огляд. — 2008. — № 2. — С. 83—88.
8. Экономика региона: структура, состояние, перспективы [Текст]: монография / И.В. Заблодская [и др.]; НАН Украины, Ин-т экон.-правовых исслед., Луган. фил. — Луганск: Ноулидж, 2010. — 247 с. — Библиогр.: с. 243—247.

УДК 338.26

А. Г. Літвич,
проф., д. е. н., декан економічного факультету,
Східноєвропейський національний університет імені Лесі Українки, м. Луцьк
Н. О. Грциук,
аспірант, Східноєвропейський національний університет імені Лесі Українки, м. Луцьк

ПІДХОДИ ДО ВИЗНАЧЕННЯ ПОНЯТТЯ СТРАТЕГІЯ*

L. G. Litych,
prof., Ph.D, Dean of the Faculty of Economics, Eastern National University of Lesya Ukrainian, Lutsk
N. A. Grtsuk,
post-graduate student Eastern National University of Lesya Ukrainian, Lutsk

APPROACHES TO THE DEFINITION STRATEGY

В статті розглядається еволюція поняття "стратегія підприємства" з точки зору десяти шкіл, узагальнено, виділено позитивні та негативні сторони кожної з них та подане власне визначення.

This article is about the evolution of the "enterprise strategy" concept from ten schools point of view, in general, the positive and negative aspects of each of them are highlighted and the own definition is presented.

Ключові слова: стратегія, підприємство, школи стратегій, розвиток підприємництва.
Key words: strategy, business, school strategies, business development.

ПОСТАНОВКА ПРОБЛЕМИ У ЗАГАЛЬНОМУ ВИГЛЯДІ ТА ЇЇ ЗВ'ЯЗОК ІЗ ВАЖЛИВИМИ НАУКОВИМИ ЧИ ПРАКТИЧНИМИ ЗАВДАННЯМИ

У процесі розвитку ринкової економіки в Україні перед вітчизняними підприємствами постає проблема вибору пріоритетних напрямків діяльності та найефективніших шляхів досягнення кінцевих цілей підприємства. Підприємства, які змогли вирішити завдання виживання у конкурентному середовищі, одержали можливість та одночасно постали перед потребою формування стратегії подальшого розвитку.

* Стаття подана для участі у Міжнародній науково-практичній конференції "Бізнес та інновації у сучасному світі" (м. Луганськ, 1—2 квітня 2013 року)

АНАЛІЗ ОСТАННІХ ДОСЛІДЖЕНЬ І ПУБЛІКАЦІЙ, В ЯКИХ ЗАПОЧАТКОВАНО РОЗВ'ЯЗАННЯ ДАНОЇ ПРОБЛЕМИ І НА ЯКІ СПИРАЄТЬСЯ АВТОР, ВИДІЛЕННЯ НЕ ВИРІШЕНИХ РАНІШЕ ЧАСТИН ЗАГАЛЬНОЇ ПРОБЛЕМИ, КОТРИМ ПРИСВЯЧУЄТЬСЯ ОЗНАЧЕНА СТАТТЯ

Поняття "стратегічний розвиток" виник на початку 60-х рр. ХХ ст. Його основоположниками були А.Д. Чандлер, К.Р. Ендрюс, І. Ансофф та ін. Подальший розвиток ідеї стратегічного менеджменту спостерігаємо у працях М. Портера, А.А. Томпсона, Г. Міцнберга, М. Гулд і Е. Кемпбелл та ін. авторів.

Незважаючи на потужний науковий доробок авторів у галузі стратегічного розвитку підприємства та наявність різнобічних тлумачень, щодо поняття "стратегія", залишається неконкретизованим поняття "стратегія розвитку підприємства". Тому вважаємо необхідним переосмислення наявних напрацювань та здійснення розробок чіткого визначення зазначеного поняття.

ФОРМУЛЮВАННЯ ЦІЛЕЙ СТАТТІ (ПОСТАНОВКА ЗАВДАННЯ)

Метою статті є: дослідження еволюції тлумачення поняття "стратегія" у науковій літературі, систематизація наявних знань та визначення змісту поняття "стратегія розвитку підприємства".

ВИКЛАД ОСНОВНОГО МАТЕРІАЛУ ДОСЛІДЖЕННЯ З ПОВНИМ ОБГРУНТУВАННЯМ ОТРИМАНИХ НАУКОВИХ РЕЗУЛЬТАТІВ

Слово "стратегія" походить від давньогрецького *στρατηγία* — "мистецтво воювати" являє собою загальний план не деталізованих дій на довгостроковий період.

У сфері економіки, цей термін вперше був використаний А. Чендлером — молодшим у 1962 році, розглядав "стратегію" в аспекті визначення основних довгострокових цілей підприємства, адаптації курсів дій та розміщення ресурсів, необхідних для досягнення цілей [1, с.18]. У 1965 році термін стратегія в контексті розвитку підприємства був детально вивчений американським економістом, який народився в Росії І. Ансоффом. У книзі "Корпоративна стратегія" (1965) він описав процес стратегічної поведінки підприємства. В термін "стратегія" вкладав набір правил для прийняття рішень, якими підприємство керується в своїй діяльності [2, с. 68].

В 60-ті роки у цій сфері науки та практики почали формуватися дві школи: школа дизайну та школа планування, та пізніше у 80-ті роки набуває розвитку школа позиціонування. Представники цих шкіл розглядали теоретичні засади формування стратегії. (табл. 1).

За суттю термін "стратегія" в кожній з цих шкіл трактували по-різному, так школа дизайну розглядала стратегію, як кінцеву мету діяльності підприємства, на основі проектування, моделювання. Школа планування під стратегією розуміла процес, і розглядала його як систематичний процес формального планування, та школа позиціонування розглядала стратегію як окрему позицію підприємства на ринку.

На наш погляд "стратегія" — це план довгострокових дій, які направлені на досягнення стратегічних цілей підприємства, що діє в умовах невизначеності, обмеженості ресурсів та формується під впливом середовища в якому функціонує.

Подальшого розвитку теорія стратегій підприємства у школах, які намагалися пояснити принципи формування стратегії і розглядала стратегічний процес в часі (табл. 2).

Прихильники школи підприємництва розглядали формування стратегії, як процес осягнення принципів та ідей людським розумом. Реалізація стратегії відбувається шляхом "ведення", тобто керівник усвідомлює і керує стратегією.

Звідси, виникла когнітивна школа, яка спиралася на логіку і пізнання. Стратегія в їх розумінні повинна наскрізь пройти людське пізнання і усвідомлення з середини стратега.

Решта чотири школи намагаються пояснити принципи побудови стратегії, використовуючи при цьому інші фактори.

Так, представники школи навчання стверджують, що стратегія повинна будуватися крок за кроком по мірі "вивчення" та розвитку організації. Школа влади розглядає формування стратегію як процес переговорів між групами чи то всередині організації чи ззовні.

На думку школи культури, формування стратегія є колективним процесом. Школа зовнішнього середовища, стверджує що побудова стратегії це процес який ініціюється під впливом зовнішніх факторів.

І нарешті, остання школа — конфігурацій, спирається у виборі стратегії на життєвий цикл організації.

Таблиця 1. Еволюція поняття стратегії підприємства

№	Школи стратегій	Представники	Побудова та визначення стратегій	Позитивні особливості	Недоліки
1.	Школа дизайну	Ф. Селсзнік, А. Чандлер К. Ендрюс (1960-ті роки)	Формування стратегії як процес осмислення А. Чендлер розглядав «стратегію» в аспекті визначення основних довгострокових цілей підприємства, адаптації курсів дій та розміщення ресурсів, необхідних для досягнення цілей	- перша школа стратегій - під стратегією розуміли кінцеву мету діяльності підприємства	- визначення стратегій охоплювало лише одну її сторону
			К.Р. Ендрюс сформулював визначення стратегії як визначення ідеальної аналітичної мети [1, с.18]		
2.	Школа планування	1970-ті роки І. Ансофф Дж. Штейнер П. Вак М. Гулд Р. Саймонс	Побудова стратегії як формальний процес Стратегія – це результат підконтрольного, усвідомленого процесу формального планування, розбитого на окремі кроки, схематично зображеного у вигляді контрольних таблиць, які підтримуються певними методами І. Ансоффом, термін «стратегія» вкладав набір правил для прийняття рішень, якими підприємство керується в своїй діяльності [2 с.68]	- стратегію розуміють як процес - на відміну від школи дизайну, розрізняють поняття ціль і стратегія - сценарій - один з головних інструментів планування, в основі лежить припущення: ми і не можемо передбачити майбутнє, але можемо розглянути різні варіанти розвитку подій	- моделі що використовують є громіздкими і складними у використанні - стратегічне планування носить досить жорсткий характер і будь-який чинник може вивести систему з ладу
3.	Школа позиціонування	1980-ті роки М. Портер Б. Хендерсон С. Шофлер Д. Міллер	Побудова стратегій як аналітичний процес. В розумінні М. Портера стратегія являє собою створення, завдяки різноманітним діям, унікальної і цінної позиції [3, с.15].	- розглядає стратегію під абсолютно іншим кутом зору, не як план дій, а як окрему позицію - запропонували велику кількість теоретичних стратегій розвитку	- основним недоліком школи є її вузька направленість

Таблиця 2. Підходи до формування стратегій підприємництва

№	Школа стратегії підприємництва	Представники	Побудова стратегії	Цілі
1	Школа підприємництва	М. Кетс О. Коллінс Д. Мур У. Бомол Г. Стівенсон Д. Гамперт П. Друкер У. Бенніс Б. Нейбаус Т. І. Іггерс	<ul style="list-style-type: none"> - Побудова стратегії як аналітичний процес - стратегія носить особистісний характер - будується на основі перебічення, інтуїтивно - головне постать – керівник - можливе використання стратегії для простої організації - намагалися пояснити принципи формування стратегії і розвиток стратегічного процесу у часі - побудова стратегії здійснюється на підвищеному рівні підтримки, і базується на його світогляді, особистих якостях, цінностях та кругозорі - підприємств не робить акцент на побудові стратегії, а на активному пошуку нових можливостей 	<ul style="list-style-type: none"> - неможливо використати у великих організаціях - немає чіткого плану дій, в багатьох випадках керівні рішення виникають спонтанно та імпульсивно
2	Когнітивна школа (пізнання)	М. Лайлс Г. Саймон С. Макридакис-си К. Квіслер П. Корнер Е. Хафф П. Бьорр Дж. Стімперт Г. Бейтсон	<ul style="list-style-type: none"> - Побудова стратегії як процес перебічення - центральна ідея школи – процес формування стратегії є в тому числі процесом пізнання, зокрема формування стратегії є досягнення розуміння - спирається на психологію пізнання, аналізує стратегічний процес з точки зору пізнавальних можливостей людини - стратегії головним чином ґрунтуються на основі набутого досвіду, власної структури знань і мислительності - формування стратегії – це протікаючий у свідомості стратегічний процес пізнання 	<ul style="list-style-type: none"> - має велику кількість суб'єктивізму - перша школа яка звернула увагу на ментальні якості стратега
3	Школа навчання	Р. Лайбер Ч. Ліндблом Г. Репп У. Квісел Д. Брейбрук А.Т. Дармутський Дж. Куїні Р. Нельсон С. Уинтер Р. Бургельман Т. Нода Дж. Бауер К. Вейк Р. Кайфорт Р. Норманн	<ul style="list-style-type: none"> - Побудова стратегії як розвиваючий процес - стратегія будується на основі прогнозування майбутніх подій, оскільки перебічення майбутнє неможливо, але його можна, з деякою ймовірністю, спрогнозувати, спираючись на недалеке минуле - стратегія виникає тоді, коли індивідуально, але частіше колективно – приходить до вивчення складних ситуацій і здібностей організації співаритися з нею і в результаті діяти за конкретного схемою - найкращим «учнем» підприємства повинен бути її керівник 	<ul style="list-style-type: none"> - не вважали за необхідне створювати довгострокову стратегію розвитку, оскільки на неї впливає велика кількість незалежних факторів, які так чи інакше змінюють стратегію
4	Школа влади	А. Макмиллан Дж. Саразін Е. Петтігро Дж. Боуер Й. Лопа Г. Аллісон	<ul style="list-style-type: none"> - Побудова стратегії як процес переговорів - вважали, що оптимальна стратегія не тільки не може бути побудована, але й сформулована її неможливо, оскільки будь-яка наперед побудована стратегія буде викривлена і порушена розділами мікровладу та мікровладу організації. - На рівні мікровладли характеризуються відносинами між індивідами і групами всередині організації, а макровлада має справу із зв'язками між організаціями і зовнішніми оточенням. - формування стратегії визначається владними і політичними силами. - стратегія будується шляхом переговорів, переконань, політичних ігор 	<ul style="list-style-type: none"> - формування стратегії може тривати довгий час - кожен з учасників переслідуює свої інтереси, вигідніші позиції займаємо, як правило, сильніший учасник - можливі конфлікти як в середині організації, так і між організаціями - Стратегія, що виникла подібним способом має здебільшого спонтанний характер і приймає форму «уловки»
5	Школа культури	Г. Петтігро Дж. Едвардс К. Рот Д. Рікс А.Ф. Рігер Е. Репман Р. Норманн	<ul style="list-style-type: none"> - побудова стратегії як колективний процес - формування стратегії – це процес соціального взаємозв'язку, побудований на загальних для членів організації переконаннях - культура впливає на стиль мислення і аналізу, таким чином впливає і на стратегічне прийняття рішень 	<ul style="list-style-type: none"> - культура та ідеологія сприяє здебільшого не стратегічним змінам, а лише коректує її в рамках загальної стратегії підприємства
6	Школа середовища	К. Дродж Ж.-М. Тулуз М. Ханнан	<ul style="list-style-type: none"> - Побудова стратегії як реактивний процес - зовнішньому середовищу розглядається як головний чинник впливу на стратегію, при чому організація віддається дружина роль, при якій вона лише реагує на зміни у зовнішньому середовищі - ключові слова – адаптація, еволюція, ситуаційні фактори - керівництво не під силу вплинути на зовнішні фактори 	<ul style="list-style-type: none"> - немає абсолютного сприяння або несприяння зовнішнього середовища, і безглуздо керуватися лише поштовхами зовні не маючи власної мети
7	Школа конфігурації	Г. Міннберт. П. Хандалла Д. Міллер П. Фрізен Р. Майлз К. Сноу	<ul style="list-style-type: none"> - Побудова стратегії, як процес трансформації - Особливості школи є те, що вона пропонує об'єднання всіх стратегій - представники школи відстоювали думку, що організація постійно перебуває в певній конфігурації, проте час від часу вона може її змінювати в іншу 	<ul style="list-style-type: none"> - більшість підприємств мають складну організацію, що ускладнює перехід від однієї структури до іншої

ВИСНОВКИ З ДАНОГО ДОСЛІДЖЕННЯ І ПЕРСПЕКТИВИ ПОДАЛЬШИХ РОЗВІДОК У ДАНОМУ НАПРЯМІ

Отже, в процесі історичного розвитку поняттю "стратегія підприємства" приділяли увагу різні школи економічної теорії, які висвітлювали три точки зору сутності поняття: стратегія — це 1) кінцева мета, 2) процес та 3) позиція на ринку. Інші розглядали питання формування стратегії через усвідомлення, пізнання, обговорення, впливу зовнішніх факторів та життєвого циклу організації.

Питанням визначення поняття "стратегія" в економіці займаються вчені із середини ХХ ст., проте, на нашу думку, вони є не повними і охоплюють не всі сторони проблеми, тому доцільно визначити "стратегію", як план довгострокових дій, які направлені на досягнення стратегічних цілей підприємства, що діє в умовах невизначеності, обмеженості ресурсів та формується під впливом зовнішнього середовища, процесів всередині організації та залежить від стану його життєвого циклу.

Література:

1. Наливайко А. Теорія стратегій підприємства. Сучасний стан та перспективи розвитку: Моногр. — К.: КНЕУ, 2001. — 227 с.
2. Ансофф И. Стратегическое управление / И. Ансофф: сокр.пер.с англ./науч. ред. и авт.предисл. Л.И. Евенко. — М.: Экономика, 1989. — 519 с.
3. Портер М. Конкуренция / М.Портер: пер. с англ. — М.: Издат. "Вильямс", 2001. — 495 с.
4. Минцберг Г., Альстрэнд Б., Лэмпел Дж. Школы стратегий. Стратегическое сафари: экскурсия по дебрям стратегий менеджмента. — Питер: 2001. — 336 с.

УДК 658.152

Д. О. Мардар,

к. е. н., доцент кафедри маркетингу,

ДЗ "Луганський національний університет імені Тараса Шевченка"

ВПЛИВ ІНВЕСТИЦІЙНОЇ СТРАТЕГІЇ НА РІВЕНЬ ЕКОНОМІЧНОЇ АКТИВНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ СІЛЬСЬКОГО ГОСПОДАРСТВА ТА ВУГІЛЬНОЇ ПРОМИСЛОВОСТІ У ЛУГАНСЬКІЙ ОБЛАСТІ*

D. O. Mardar,

PhD in economics, associate professor marketing, Lugansk Taras Shevchenko National University

THE INFLUENCE OF THE INVESTMENT STRATEGY ON THE LEVEL OF ECONOMIC ACTIVITY OF THE ENTERPRISES OF AGRICULTURE AND THE COAL INDUSTRY IN THE LUGANSK REGION

Проаналізовано стан економічної активності та показники економічної ефективності інвестицій різних за рівнем економічної сільськогосподарських та вугільних підприємств у Луганській області. Досліджено напрями інвестиційних стратегій за рівнем економічної активності підприємств.

The state of economic activity and indexes of economic efficiency of investments different is analysed after the level of economic agricultural and coal enterprises in the Luhansk area. Investigational directions of investment strategies after the level of economic activity of enterprises.

Ключові слова: інвестиційна стратегія підприємства, економічна активність, рівень економічної активності.

Key words: investment strategy of enterprise, economic activity, level of economic activity.

ПОСТАНОВКА ПРОБЛЕМИ У ЗАГАЛЬНОМУ ВИГЛЯДІ ТА ЇЇ ЗВ'ЯЗОК ІЗ ВАЖЛИВИМИ НАУКОВИМИ ЧИ ПРАКТИЧНИМИ ЗАВДАННЯМИ

Розвиток національної економіки безпосередньо пов'язаний з циклічністю відтворювальних процесів, що зумовлені організацією та розвитком інвестиційної діяльності в країні. Чутливість підприємств до змін інвестиційних процесів підвищують недоліки у стратегічному плануванні їхньої діяльності та наявність проблем управління власним капіталом. Для стимулювання адаптації підприємств до ринкових умов необхідно забезпечення найбільш ефективних шляхів реалізації інвестиційних стратегій підприємств на окремих етапах його розвитку.

Забезпечення успішної реалізації інвестиційних стратегій можливе тільки за умови економічно активної діяльності підприємства, яке має необхідні ресурси для інвестування. Однак більша кількість підприємств не відповідає критеріям економічної активності, що зумовлює актуальність дослідження.

АНАЛІЗ ОСТАННІХ ДОСЛІДЖЕНЬ І ПУБЛІКАЦІЙ, В ЯКИХ ЗАПОЧАТКОВАНО РОЗВ'ЯЗАННЯ ДАНОЇ ПРОБЛЕМИ І НА ЯКІ СПИРАЄТЬСЯ АВТОР, ВИДІЛЕННЯ НЕ ВИРІШЕНИХ РАНІШЕ ЧАСТИН ЗАГАЛЬНОЇ ПРОБЛЕМИ, КОТРИМ ПРИСВЯЧУЄТЬСЯ ОЗНАЧЕНА СТАТТЯ

Проблеми інвестування та стратегії розвитку підприємств розглядаються в наукових працях як зарубіжних, так і вітчизняних вчених.

Значний внесок у розробку цього напрямку досліджень внесли вітчизняні науковці: О. Амоша, В. Андрійчук, А. Вагонова, В. Власов, Т. Калінеску, Б. Кліяненко, М. Коденська, П. Саблук, В. Саллі, М. Чумаченко, М. Якубовський та ін. Однак питання розробки оптимальної інвестиційної стратегії в умовах змінливого рівня економічної активності підприємств потребують подальшого аналізу та удосконалення.

* Стаття подана для участі у Міжнародній науково-практичній конференції "Бізнес та інновації у сучасному світі" (м. Луганськ, 1—2 квітня 2013 року)