

СТРАТЕГІЯ ПІДПРИЄМСТВА: ІСТОРИКО – ЕКОНОМІЧНІ АСПЕКТИ

Білоусько Н.А., аспірантка,
Харківський національний аграрний університет
ім. В.В. Докучаєва*

В статті розглянуто питання, щодо генезису терміну «стратегія підприємства». Вивчено етапи хронологічного розвитку цього поняття в економічній літературі. Запропоновано авторське визначення поняття стратегія

In the article was considered, the issue about genesis of term such as «strategy of enterprise». It was larded the chronological period of progress of this conception in the economic writings. It was suggest an author's notation for conception such as «strategy»

Постановка проблеми. Глобалізація світової економіки є однією з головних тенденцій розвитку сучасного світу, яка впливає на політичне, соціальне, культурне та економічне життя. Наслідки такої тенденції відчують на собі всі держави світу, тому числі й Україна. Однією з найважливіших проблем розвитку підприємства є швидке та ефективне реагування на зміни, що відбуваються в сучасних ринкових умовах.

Керівники організацій, підприємств давно усвідомили, що стратегія – невід’ємна частина або навіть головна складова успіху діяльності на ринку. Вміння бачити перспективу розвитку підприємства з врахуванням різних факторів його внутрішнього та зовнішнього середовища є однією з найважливіших умов ефективного управління ним. Будь – якому суб’єкту господарювання доводиться діяти в досить динамічному конкурентному середовищі, тому керівникам необхідно вивчати та аналізувати стратегію, як визначну складову інструментарію вирішення різнопланових проблем. Стратегічне управління з’явилося шляхом еволюційного розвитку із стратегічного планування, що становить його сутнісну основу. Історико – економічні аспекти стратегія підприємства викликають науковий інтерес і обумовлюють вибір теми дослідження.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Основоположником формальної аналітичної концепції стратегічного планування вважається один з класиків менеджменту І. Ансофф [1]. Теоретичним та методологічним аспектам стратегічного підходу в управлінні підприємством присвячено велика кількість досліджень таких вчених, О.Віханського, Ф.Котлера, М.Менсона, М.Мінцберга, Д.Лемпела, А.Налвайко, М.Портера, Т.А. Примака, А.Стрикленда, А.Томпсона, Р.Фатхурдінова, Ф.Хедоур, А. Чандлера, З. Шершньова та інших [2 - 16].

Постановка завдання. Незважаючи на велику кількість наукових праць і значні досягнення в теорії та практиці стратегічного управління, є питання, які залишаються постійним об’єктом дослідження. Основною метою дослідження є аналіз еволюції визначення поняття «стратегія» в економічній літературі.

Виклад основного матеріалу. Слово стратегія походить від грецького «strategia» (stratus – військо, ago - веду), мистецтво (наука) бути полководцем. Термін «стратегія» в первісному своєму значенні стосувався військового мистецтва і означав уміння складати загальний план військової кампанії, битви або визначити напрямок головного удару, розподіляти ресурси, розподіляти схеми їх використання за можливих варіантів перебігу подій [5].

Однак використання поняття стратегії не є винятковою прерогативою древніх греків. У Древньому Китаї в період між 480 і 221 рр. до н.е. була написана книга "Мистецтво стратегії", що свідчить про те, що вже ХХІІІ ст. тому назад поняття стратегії стало невід’ємним елементом світогляду людей. Автор даної книги Сун Цу писав: «Той, хто одержав сотні перемог у сотнях конфліктів, навряд чи має високу майстерність. Той, хто володіє високою майстерністю використання стратегії, скоряє інших, не вступаючи з ними в конфлікт» [9].

У Словнику іноземних слів за редакцією О.С. Мельничука стратегію розтлумачено наступним чином: «1. Стратегія – це найважливіша частина військового мистецтва. Вона включає теорію та практику ведення війни. 2. Стратегія – це мистецтво керівництва суспільною, політичною боротьбою». С.І. Ожегов надає таке тлумачення стратегії: «Стратегія – це наука ведення, мистецтво

* Науковий керівник: к.е.н., доцент Шелудько Р.М.

ведення війни» [13].

1911 рік ознаменується роком заснування бізнес – стратегії, коли в Гарварді почали викладати курс бізнесової політики. В економіці стратегія постає як система правил і способів реалізації концепції розвитку підприємства. До початку 50–х років двадцятого століття відбулося формування правил і тлумачення термінології. Під „стратегією” того часу розуміли кар’єрне зростання та досягнення успіху керівників компаній.

В економічній літературі виділяють чотири етапи розвитку стратегічного управління. Розвиток науково технічного прогресу, розширення ринків, диверсифікація діяльності сприяли виникненню першого етапу становлення стратегічного управління. Цей етап припадає на 60 – ті роки двадцятого століття. Сутність концепції цього етапу полягає в розробці нових підходів у досягненні цілей в конкурентній боротьбі. Саме на початку 60–х років минулого століття з’явилася праця А. Чандлера „Стратегія і структура”, яка започаткувала появу ряду наукових праць та розгортання теоретичних і практичних досліджень, становлення даної галузі знань. Згідно з поглядами А. Чандлера, стратегія – це „визначення основних довгострокових цілей і завдань підприємства, сприйняття курсу дій та розподілу ресурсів, необхідних для виконання поставлених цілей” [18]. З одного боку, таке тлумачення „стратегії” спирається на традиційний підхід до її визначення як особливого методу розподілу ресурсів між поточними і майбутніми видами діяльності. З іншого боку, у цьому визначенні основний акцент робиться саме на досягненні цілей [9]. Крім того, А. Чандлер визначив відмінності між стратегією і тактикою; між формуванням стратегії і здійсненням стратегії. Автор вперше обґрунтував первинність стратегії та вторинність структури. Послідовниками теорії А. Чандлера були М. Мескон, М.Альберт, Ф. Хедоурв які в своїй праці „Основи менеджменту” стверджують, що „стратегія – це загальний, усебічний план досягнення цілей” [13].

Початок другого етапу припадає на 70-ті роки двадцятого століття. Кризові явища в міжнародній економіці, пошук нових факторів успіху, необхідність гнучкого реагування на зміни у зовнішньому середовищі призвели до зміну сенсу стратегічного вибору. У 1965 році американський математик і економіст російського походження І.Ансофф у своїй науковій праці „Корпоративна стратегія” розробив та розвинув напрямок формування цілісного підходу до вивчення стратегічного менеджменту, а також процедуру стратегічного управління в реальному часі. І. Ансофф започаткував стратегічне планування як процес, „ який враховує також ключові параметри, що визначають стратегічну поведінку й успіх фірми, динаміку поведінки індивідів і груп людей, політичні зміни і культуру організації ” [1]. На другому етапі розвитку теоретичних досліджень стратегії домінувала теорія індустріальної організації, були розгорнуті прикладні дослідження питань концентрації галузі, бар’єрів входу - виходу, структури витрат і ціни, економії на масштабах, інвестиційних рішень, вертикальної інтеграції, коефіцієнтів прибутковості.. Прикладом втілення якісного розвитку методів довгострокової інтеграції стали такі світові лідери, як General Electric, IBM, Coca-Cola та інші.

З початку 80-х років наукова діяльність у галузі стратегічного управління переходить до третього етапу. Ідеї стратегії швидко розвиваються, поширюються та впроваджуються підприємствами в умовах посилення конкуренції, коли будь – який досягнутий підприємством результат є наслідком вдалого вибору стратегії. Сутністю концепції цього періоду є здатність підприємства, фірми обирати поведінку, яка б забезпечувала досягнення перспективної цілі.

В 1980 році було видано М. Портером книгу „Competitive Strategy”, в якій автор запропонував новий підхід до стратегії підприємства. На його думку, „враховуючи природу економічної конкуренції можна вивести чотири вихідні положення побудови теорії стратегії підприємства: 1. Вибір підходу до побудови теоретичного підґрунтя. 2. Побудова ланцюга причинності. 3. Визначення часового горизонту. 4. Доведення правильності теорії через емпіричні докази” [12].

М. Портер установив взаємозв’язок стратегії з мікроекономікою, визначив генетичні стратегії і теорію конкурентної переваги.

Нові принципи положення в розвитку теорії стратегії відображені в працях Г. Гамеля та К. Прахалади: „необхідність переорієнтувати стратегічний аналіз, розробку та виконання стратегії підприємства на формування й нарощування базових його компетенцій, тобто перевага віддавалася внутрішньо орієнтованому підходу. За якими відповідно до зростаючої динаміки ринкових змін і розширення конкуренції стратегія підприємства не може й не повинна намагатися точно передбачати майбутні зміни на конкурентних ринках” [10]. Г.Мінцберг відкинув уявлення про стратегію як план і запропонував розглядати стратегію як сукупність різних видів діяльності, до складу яких входять спостереження за подіями, що відбуваються всередині і поза підприємством.

Він визначає стратегію через так звану комбінацію п’яти „П”: 1. Стратегія – план дій. 2.

Стратегія – прикриття, тобто дії, націлені на те, щоб перехитрити своїх супротивників. 3. Стратегія – порядок дій, тобто план може бути нереалізованим, але порядок дій повинен бути забезпечений у будь – якому випадку. 4. Стратегія – позиція в навколишньому середовищі, тобто зв'язок зі своїм оточенням. 5. Стратегія – перспектива, тобто бачення того стану, до якого треба прагнути [8].

Глобалізація, формування транснаціональних корпорацій, посилення загрози поглинання підприємств конкурентами стали передумовами зміни концепції 80–х років двадцятого століття і початком сучасного етапу розвитку стратегічного управління. Яскравим представником цього періоду є Е. Петтігрю, який обґрунтував стратегію як динамічний організаційний процес, визначивши мінливість стратегії як основу успіху її реалізації в умовах зростання значення інтернаціоналізації діяльності підприємств. Е. Петтігрю створив стратегічну модель 7 „S”: структура, стратегія, система, здібність, співробітник, стиль управління та спільна цінність.

Відомі науковці зі стратегічного управління А. Томпсон та А.Стрикленд запропонували своє тлумачення поняття стратегії. „Стратегія – це загальний, всебічний план досягнення цілей”. Ототожнення стратегії та плану бере свій початок з теорії ігор, де стратегія – це план дій у конкретній ситуації, що залежить від вчинків опонента.

Слід зазначити, що в вітчизняній економічній теорії під стратегією розуміють певну програму дій, що в подальшому приводить до досягнення запланованого результату. З.Є.Шершньова та С.В.Оборська під стратегією розуміють „ комплекс програм, реалізуючи який компанія розраховує на значне поліпшення своїх позицій на ринках ”[16].

В свою чергу, Т.А. Примак пропонує своє бачення стратегії, як „генеральна комплексна програма дій, яка визначає пріоритетні для підприємства проблеми, його місію, головні цілі та розподіл ресурсів для їх досягнення. Стратегія формує цілі й основні шляхи їх досягнення таким чином, що підприємство має загальний (такий, що об'єднує всі розподіли) напрям роботи ” [11]. При різкій зміні ринкової ситуації необхідно швидко розробити нову стратегію діаметрально протилежну попередній. Важливу роль у розвитку проблеми стратегічних намірів і практичних можливостей відіграють фахівці у сфері маркетингу. Обґрунтував значення маркетингу як інструменту стратегічного менеджменту видатний маркетинголог Ф. Котлер. Він розглядає стратегічне планування як „ управлінський процес створення і підтримки стратегічної відповідності між метою і потенційними можливостями ” [6].

Існують також інші точки зору в питанні визначення стратегії. Наприклад, український дослідник О.Шубін пропонує визначати стратегію як „напрямок діяльності підприємства, заснований на сполученні ресурсів і компетенції організації, що має на меті одержання конкурентних переваг на ринку” [17]. Підтримують таке бачення стратегії О. Гончаренко та Є. Лисицин[3]. Слід виділити, що формально орієнтовані на довгострокову перспективу управлінські рішення можуть бути стратегією. Саме в цьому напрямку розвиває своє бачення стратегії Я.Жаліло, пропонуючи ввести термін економічна стратегія. Економічна стратегія – це цілісна система дій суб'єкта, спрямованих на реалізацію мети, завдань і пріоритетів його економічного відтворення з урахуванням комплексу впливів ендогенних та екзогенних чинників, розрахована на тривалий період [4].

Висновки. Провівши дослідження, слід підкреслити, що теорія стратегії розвивається і в наш час. Вважаючи необхідним подальше вивчення теоретичних аспектів стратегії підприємств, дослідники однозначно сходяться у своєму баченні її як найважливішого і найефективнішого інструмента управління його діяльністю. На сучасному етапі інтеграція стратегічного менеджменту та стратегії орієнтується на ринок, що підтверджує становлення нового етапу - етапу стратегічного підприємництва. Таким чином, можна стверджувати, що єдиного визначення поняття „стратегії” немає. Одні вчені схильні вважати, що стратегія - це процес формування системи довгострокових цілей і вибору шляхів їхнього досягнення; інші – як засіб для досягнення мети. На нашу думку стратегія – це комплексна система дій спрямована на формування успішних довгострокових цілей, з урахуванням жорстких умов ринку.

Література.

1. Ансофф И. Стратегическое управление: пер. с англ. – М.: Экономика, 1989. – 115 с.
2. Виханский О.С. Стратегическое управление / О.С. Виханский. – М.: Гардарики, 1998.
3. Гончаренко О.М., Лисицин Є.М. Методологічні засади розробки нової редакції Концепції національної безпеки України. – К.: НІСД, 2001. – С. 26.
4. Жаліло Я.Економічна стратегія як категорія сучасної економічної науки // Економіка України. – 2005. -

№1. – С.19 -27.

5. Клівець П.Г. Стратегія підприємства: Навч. посіб / П.Г. Клівець. – К.: «Академвидав», 2007. – С. 15 – 20.
6. Котлер Ф. Основы маркетинга. – СПб.: ОА «Корунс», 1994. – 538 с.
7. Маркова В.Д. Стратегический менеджмент: курс лекций / В.Д. Маркова, С.А. Кузнецова. – М.: ИНФРА – М; Новосибирск: Сибирское соглашение, 2004. – С. 131 – 136.
8. Минцберг Г., Альстрэнд Б., Лэмпел Дж. Школа стратегий. СПб.: Питер, 2000. – 380 с.
9. Орликовський М.О. Еволюційний процес зміни визначення поняття «стратегія» в економічній літературі // Економіка АПК. – 2008. - № 4. – С. 3.
10. Прахалад К., Гамель Г. Стержневые компетенции корпорации. – СПб.: Питер. 2001. – 112 – 121 с.
11. Примак Т.А. Руководство по планированию деятельности предприятия. – К.: Влад и Влада. 1998. – 180 с.
12. Porter M.E. Towards a Dynamic Theotr of Strategy. Strategic Management Journal, December, 1995. – P. 12 – 26.
13. Сумець О.М. Стратегії сучасного підприємства та його економічна безпека: Навч. посіб. / О.М. Сумець, М.Б. Тумар. – К.: «Хай – Тек Прес», 2008.. 54 – 58 с.
14. Томпсон А.А., Стрикленд А. Дж. Стратегический менеджмент. Искусство разработки и реализации стратегии: учебник для вузов; пер. с англ., под ред. А.Г. Зайцева и М.И Соколовой. – М.: Банки и биржи, ЮНИТИ. 2004. – 141 с.
15. Фатхутдинов Р.А. Стратегический менеджмент / Р.А. Фатхутдинов – М.: ЗАО «Бизнес – школа Интел - синтез», 1998. – 126 с.
16. Шершньова З.Є. Стратегічне управління: Навч. посіб. – К.: КНЕУ, 2005. – 512 с.
17. Шубін О. Стратегічне управління як основна частина системи менеджменту підприємства // Журнал європейської економіки. – 2003. - № 4. – 47 с.
18. Chandler A. D. Strategy and Structure Chapters in the History of the Ameracan Industrial Enterprises [Text] / A. D.Chandler. – Cambridge. MA : MIT Press, 1962. – 457 p.