УДК 65.015.3:330.526.5

ЕВОЛЮЦІЯ СТРАТЕГІЙ РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВА: ТЕОРЕТИКО-ЕКОНОМІЧНИЙ ОГЛЯД

ПУГАЧЕВСЬКА К. Й., СКУБА О.О.
Мукачівський державний університет

В сучасних умовах господарювання виникає необхідність у посиленні стратегічного напряму діяльності підприємства. Стратегія розвитку посідає важливе місце в стратегічній діяльності підприємства та забезпечує його стратегічну конкурентоспроможність. В умовах загострення кризових явищ, посилення невизначеності зовнішнього середовища, зростання конкуренції, зниження стійкості і ефективності функціонування підприємств, застосування стратегічного планування є необхідною складовою для утримання існуючих позицій, а також виходу підприємства на нові ринки. Вирішення завдань щодо активізації стратегічного планування на підприємстві в умовах турбулентних умов ведення бізнесу, формування конкурентних переваг обумовлює актуальність дослідження. Метою дослідження є обґрунтування сутності стратегій розвитку підприємства в умовах посилення конкурентної боротьби. У статті досліджено генезу теорій стратегії підприємства та здійснено обґрунтування його сутнісно-змістовного простору, охарактеризовано вихідні положення побудови теорії стратегії підприємства. Доведено, що погляди науковців на поняття стратегії розвитку трансформувались у міру ускладнення господарських зв'язків між підприємствами. За результатами дослідження еволюції стратегії розвитку та проведення змістовних і часових аналогій з розвитком науки управління здійснено цілісне науково-теоретичне узагальнення існуючих у науці здобутків. Визначено передумови формування ефективної стратегій підприємств в Україні в умовах загострення конкурентної боротьби та трансформаційних секторальних змін на внутрішньому ринку. Практична значущість отриманих результатів полягає у можливості застосування підприємствами окремих теоретичних підходів до аналізу стратегій розвитку в умовах суспільно-економічних трансформацій, змін кон'юнктури ринку, що дозволить суб'єктам господарської діяльності розширити ринкову частку, забезпечити емерджентний ефект та адаптованість до негативного впливу факторів зовнішнього середовища.

Ключові слова: стратегія розвитку, конкуренція, конкурентна стратегія конкурентоспроможність, управління конкурентоспроможністю.

Постановка проблеми. Кожне підприємство на етапі активного розвитку та стабільної ділової активності починає розширювати горизонт господарських зв'язків і має ціль збільшення власної присутності на існуючих ринках. Тому для збільшення обсягу продажу продукції та більш ефективного використання виробничих потужностей підприємствам потрібно закріплювати позиції на освоєних ринках, а також шукати нові потенційні ринки збуту і за рахунок цього оптимізувати власну діяльність.

У нинішніх умовах розвитку підприємницької активності в Україні ринкове середовище характеризується все вищим рівнем ділової активності. Однак запорукою успішної конкуренції є ефективна організація фінансування та розвитку через призму стратегічного планування. З урахуванням вище зазначеного, проблематика формування ефективної стратегії розвитку підприємства є досить актуальною, зокрема в умовах загострення конкуренції на вітчизняних ринках.

Успішна підприємницька діяльність на ринку – це, насамперед, вірно обрана стратегія, вірно поставлена місія, цілі та задачі компанії. Саме це дозволить підприємству ефективно функціонувати на ринку, що в майбутньому призведе до зайняття лідируючого положення та дасть можливість отримати додатковий прибуток. У зв'язку з цим перед керівництвом підприємства, постає питання про необхідність розробки комплексної стратегії розвитку, яка б забезпечила позитивний результат діяльності на вітчизняному ринку.

Аналіз останніх досліджень та публікацій. Теоретичним і методологічним аспектам стратегії підприємства в західних країнах було присвячено чимало наукових досліджень та публікацій. Величезний внесок у становлення та розвиток цього розділу науки стратегічного управління здійснили Акофф Р., Ансофф І., Гамел Г., Гофер К., Друкер П.,

Ендрюс К., Куінн Дж., Мінцберг Г., Омає К., Портер М., Прахалад К., Румельт Р., Стрікленд А., Томпсон А., Хенддерсон Дж., Чандлер Е., Шендел Д. та ін. Так, І. Ансофф розробив матрицю для вибору стратегії розвитку підприємств, дослідив методи впровадження організаційних змін. Р. Гріффін проаналізував стратегії проникнення на зовнішні ринки. Знаковими для розробки теорії стратегії підприємства були і залишаються прикладні розробки таких фірм-лідерів консалтингового бізнесу, як Бостонська консультаційна група, МакКінсі, Артур Д. Літлл та ін.

Дослідженнями проблем стратегічного управління підприємством займаються українські вчені Білошапка В.А., Герасимчук В.Г., Дмитренко Г.А., Довгань Л.Є., Доленко Л.Х., Кіндрацька Г.І., Нємцов В.Д., Оборська С.В., Пономаренко В.С., Шершньова З.Є. та ін. У той же час аналіз публікацій і праць з питань стратегічного управління показує на недостатнє вивчення питань, пов'язаних з механізмом розробки і ефективності впровадження стратегій підприємств. За таких умов виникає об'єктивна необхідність у розробці ефективних управлінських методик для реалізації стратегій підприємств на ринку в умовах посилення конкурентної боротьби, що визначає актуальність теми дослідження.

Постановка задачі. Мета статті полягає у дослідження еволюції стратегій розвитку підприємства в умовах посилення конкурентної боротьби.

Виклад основного матеріалу. У середині XX сторіччя стратегія підприємства як наукова галузь та спеціальність існувала у світовій практиці в ембріональному стані. І хоча роком народження стратегії підприємства можна вважати 1911 рік, проте протягом наступних майже сорока років стратегія зводилась лише до формулювання загальних правил в життєдіяльності суб'єкта бізнесу. Багато публікацій, що з'явились у зарубіжній пресі до 1950 року, були написані керівниками фірм та компаній або їх радниками, де вони охарактеризували власний кар'єрний шлях та визначали окремі принципи успіху.

Передумови для нових методологічних орієнтацій виникли в п'ятдесяті роки. Саме в цей період великі фірми, перш за все американські, зіткнулись із серйозною потребою мати достатні потужності для того, щоб протистояти експансії. Запропоноване фахівцями рішення зводилось до необхідності здійснення довгострокового прогнозування, яке матеріалізувалось у п'ятирічному плані. Базовим елементом прогнозів була перспективна оцінка обсягів продажу на основі екстраполяційного методу. Ця оцінка мала б достатнє практичне підтвердження за умов стабільності розвитку підприємства, конкуренції, виробів, технологій і т. п. [1, с.19].

Але умови господарювання змінювались, темпи зростання уповільнились, загострилась конкуренція, посилились диверсифікаційні процеси. І саме тоді, в період 60-х і на початку 70-х років, як відповідь на зміни у бізнес-середовищі з'явились та активно розвивались концепція і методи стратегічного планування і управління, серед економістів та управлінців виник науковий інтерес до поняття, змісту стратегій, процесів, здійснення яких вони обумовлюють. Саме в той час з'явилась піонерна праця А. Д. Чандлера «Стратегія і структура» [2, с.121], яка знаходилась у витоках даного напрямку наукової думки та практичної діяльності.

Гарвардська бізнес-школа відреагувала на ідеї А. Чандлера працями своїх професорів (К. Ендрюса, Ж. Бовера, К. Р. Крістенсена та інших). У цих працях здебільшого представлялись і аналізувались чисельні практичні приклади. Але саме в Гарварді була розроблена одна з перших моделей стратегічного аналізу, авторами якої є професори Е. П. Лернед, К. Р. Крістенсен, К. Ендрюс та В. О. Гут. Початково ця модель мала назву LCAG, що є абревіатурою прізвищ її авторів, хоча зараз вона є більш відомою під акрономічною назвою SWOT.

Найвидатнішим результатом праці групи професорів Гарвардської бізнес-школи цього періоду треба визнати книгу «Концепція корпоративної стратегії» К. Ендрюса [3]. Але на

шість років раніше з'явилась книга І. Ансоффа «Корпоративна стратегія» [4], яка багатьма авторами оцінюється як перша наукова праця зі стратегії. Розуміючи труднощі, які виникли перед підприємствами під час розробки ними стратегії за умов соціально-економічного оточення, що існувало в США в 60-ті роки, І. Ансофф представив низку теоретичних узагальнень і рекомендацій для покращання управління розвитком підприємства.

Загалом початковий етап у формуванні теорії стратегії підприємств відзначений тим, що, по-перше, майже всі дослідження цього часу мали позитивний характер, і по-друге, саме тоді з'явились і почали інтенсивно розвиватись теорії інституціоналізму. Хоча існувало декілька підходів до розгляду стратегії підприємств, всі вони описували поняття стратегії здебільшого з огляду на внутрішній потенціал первинної економічної ланки.

Дослідники вважають [5], що саме в 60-ті роки в даній галузі науки і практики почали формуватися дві школи: школа стратегії підприємства та школа його загальної політики. За своєю сутністю та вихідними теоретичними позиціями ці дві течії можна назвати відповідно школою стратегії за змістом та школою стратегії як процесу.

Спосіб мислення та світорозуміння, які обумовили перші спроби теоретичного узагальнення досвіду, формулювання стратегії підприємства, породили низку дослідницьких проблем. Але цим раннім дослідженням теорії стратегії була властива емпіричність, індуктивність та агностичність, вони спирались на застосування широкого кола загальних принципів непротиріччя та відповідності конкретним специфічним ситуаціям.

Однак емпірична основа, яка сформувалась у 60-ті роки, спонукала теоретичні дослідження в 70-х та 80-х роках. Саме на початку 70-х років відбуваються важливі зміни в емпіричних дослідженнях, які показали перехід від індуктивності до дедуктивності у побудові наукових умовиводів, що дає підстави говорити про розвиток саме теоретичних досліджень.

Другий етап характеризується виходом на перші ролі економічної теорії індустріальної організації, що стала основою аналізу проблем підприємств, особливо тих, що пов'язані тісно з галуззю. Досліджувались питання концентрації галузі, бар'єрів входу-виходу, структури витрат та ціни, економії на масштабах, інвестиційних рішень, вертикальної інтеграції, коефіцієнтів прибутковості і складових зростання. Нова хвиля економістів-теоретиків, які відносно пізніше зацікавились питанням стратегії підприємств, складалась із прихильників теорії ігор, і вони вважали головними питання, пов'язані з діяльністю галузевих супротивників у конкурентному середовищі.

Конференція «Стратегічний менеджмент як нова концепція планування та загальної політики», що проводилася у Пітсбурзі (США) в травні 1977 року стала визначальною для подальшого розвитку даної галузі, її організаційного оформлення. Після конференції побачили світ та стали регулярно виходити друком два професійних журнали: «Журнал бізнесової стратегії» (The Journal of Business Strategy), який об'єднав навколо себе здебільшого практиків, та «Журнал стратегічного менеджменту» (The Strategic Management Journal), який згуртував спеціалістів, котрі займались переважно теоретичними дослідженнями.

Організаційне об'єднання стратегістів (управлінців-практиків, консультантів з проблем менеджменту, університетських професорів і вчених) відбулося шляхом створення в 1980 році Асоціації стратегічного менеджменту. Ініціативна група чисельністю близько 50 осіб обрала почесним президентом Асоціації І. Ансоффа.

У 80-ті роки розпочався третій етап розвитку теорій стратегій, що пройшов під впливом насамперед визначальних робіт М.Е. Портера [6, с.152-156], завдяки яким стратегія підприємства набула чіткішої концептуальності та отримала суттєве прирощення аналітичного потенціалу. В ці роки наукова діяльність у галузі стратегічного менеджменту

почала розвиватись із неймовірною швидкістю, а ідеї стратегії підприємства отримували все більшого поширення та практичного впровадження. Все більшої наукової підтримки та широкого практичного втілення одержує загальна схема розвитку підприємства, яка охоплювала основні етапи його створення, становлення та зростання. За цією майже класичною схемою діюче підприємство в загальному випадку розвивається в такій послідовності:

- на першому етапі підприємство починає вертикально інтегруватись (поступально або зворотно) для ефективного проникнення на суміжні ринки;
- на другому етапі воно намагається розширити свою частку на цих ринках з метою рентабілізувати свої види та напрямки діяльності, які є результатом вертикальної інтеграції;
- на третьому етапі підприємство намагається краще використати свої ринкові можливості через розширення гами товарів та послуг, через урізноманітнення своєї пропозиції;
- на четвертому етапі, визнаючи свою неспроможність надалі зростати через проникнення на суміжні ринки та диференціацію продукції, підприємство звертає увагу на можливі напрямки своєї диверсифікації, які не пов'язані з існуючими напрямками діяльності.

Ця загальна модель зростання не може не передбачати можливість існування різнопланових зворотних зв'язків між етапами. Актуалізована в наші дні явищами інтернаціоналізації та глобалізації ринків та діяльності підприємств дана модель зобов'язує стратегістів, учених та практиків мислити вже не категоріями, які властиві цілісному підприємству, а категоріями, які характеризують певне сполучення «продукт-ринок».

Конкретизація засад діяльності підприємства на принципах виділення та організації управління сполученням «продукт-ринок» відбулася та вдосконалюється нині у всіх сучасних системах управління з відповідним цим принципам інструментарієм. Саме сприйняття цієї концепції пояснює в основному виникнення, зростання та успішну діяльність багатьох консалтингових фірм і перш за все таких всесвітньо відомих, як Бостонська консалтингова група, МакКінсі (McKinsey), Артур Д. Літтл, та інших. Консалтингові фірми пропонували різні моделі та управлінські підходи, але здебільшого всі вони здійснювали тим самим певні внески у розвиток школи стратегії як змісту.

Під впливом праць М. Портера багато дослідників виконали аналітичні прикладні розробки з метою проаналізувати простір для маневрування підприємства, який визначається діями постачальників, споживачів, діючих і потенційно можливих конкурентів у певній галузі. Багато спеціалістів зі стратегії підприємств є прихильниками цього концептуального підходу, який диктує необхідність прискорення надбань через вертикальну інтеграцію як умови посилення ланцюга формування вартості. Ці та інші здобутки періоду, що розглядається, значно посилили позиції школи змісту порівняно зі способом мислення школи процесу.

Реабілітація школи стратегії як процесу відбулась завдяки дослідженням, які виконувались під впливом зростаючого занепокоєння американських компаній, що виникло як реакція на успіхи японських підприємств. Наприклад, у праці Р. Паскаля та А. Атоса [7] робиться висновок про те, що процес управління не повинен розглядатись тільки в межах стратегічного менеджменту. В цій роботі поновлюється значення призабутої відмінності між гнучкістю як якістю загальної політики підприємства та жорсткістю як рисою його стратегії. Розвиваючи ці тези та проводячи порівняльний аналіз американських та японських підприємств, автори переглянули значення різних аспектів гнучкого управління, таких як стиль керівництва, знання і вміння окремих управлінців та їх вплив на ефективність діяльності підприємства. Але ці аспекти розглядались через призму структури управління і впливу на традиційні структури стратегічного менеджменту.

Захоплення міжнародними проблемами стратегічного управління дало змогу таким авторам як Ш. Бартлетт, С. Гошаль, Р. Калорі, П. Лоуренс також реалізувати процесний підхід у розробці та реалізації стратегії підприємств.

У цілому третій етап становлення та розвитку теорії стратегії підприємств відрізняється ще й формуванням біхевіористичного напрямку досліджень. Представники цього напрямку фокусували увагу не на оптимізації рішень та на рівновазі підприємства, а на функціонуванні та виживанні організації та на поведінкових аспектах. Організаційна наука цього періоду висунула на перший план вивчення угод у межах організацій як механізму, який позначає сфери його впливу і обмежує вплив ринкового механізму. Зростаюча увага приділяється теорії трансакційних витрат, конкретизації та використанню її положень у подальшому розвитку теорії стратегії підприємства. Організаційні процеси вже розглядаються як авуари або ресурси, на яких базується конкурентна перевага суб'єкта виробничо-ринкової діяльності.

На цей же період припадає і поява (або логічне продовження попередніх теоретичних досліджень) нових принципових положень і аспектів у розробці теорії стратегії. Мова йде передовсім про роботи Г. Гамела та К. Прахалада [8, с. 65-73, с. 112-123], в яких автори заявляють про необхідність переорієнтувати стратегічний аналіз, розробку та виконання стратегії підприємства на формування та нарощування його базових компетенцій, тобто перевага надається внутрішньоорієнтованому підходу.

За умов зростаючої динаміки ринкових змін та розширення конкурентних полів стратегія підприємства, як вважають Г. Гамел та К. Прахалад, неспроможна та й не повинна намагатись точно передбачати майбутні зміни на конкретних ринках. Вона повинна являти собою чітку довгострокову орієнтацію, фронтально достатньо широку, щоб дозволяти реалізовувати різні специфічні проекти залежно від виникаючих завдань та можливостей. Головними виступають стратегічні наміри, які підприємство свідомо встановлює з певною невідповідністю відносно наявних ресурсів. Чим амбітнішими є ці наміри, тим більш охоплюючою повинна бути мобілізація сил, ресурсів, концентрація зусиль та особистих зобов'язань, що дасть потрібну інтелектуальну енергію для необхідних дій та стимулюватиме бажання досягти наміченої мети.

На підставі результатів аналізу досягнень теорії стратегії підприємств за її змістом та структурною розвиненістю та намагаючись накреслити шляхи її подальшого розвитку, М. Портер вважає за необхідне розмежувати теорію стратегії на два напрямки: так звану горизонтальну стратегію, яка розглядає домінуючу конкурентну позицію через ринковий успіх за певний період, та вертикальну стратегію як певний динамічний процес, що приводить до створення певної конкурентної позиції [9]. І якщо у напрямку розуміння та узагальнення горизонтальної стратегії має місце значний прогрес, то в осмисленні, теоретичному та практичному опануванні динамічного розвитку підприємства, внаслідок якого підприємство досягає переважної ринкової позиції, тобто в опануванні вертикальної стратегії просування вперед, він майже відсутній.

У зазначеній праці М. Портер значну увагу зосередив на теоретико-методологічним основам формування стратегій. На його думку, з урахуванням природи й сутності економічної конкуренції, можна визначити чотири вихідні положення побудови теорії стратегії підприємства, зокрема вибір підходу до побудови теоретичного підґрунтя; вибудова ланцюга причинності; визначення часового горизонту; доведення правильності теорії через емпіричні докази.

Наприкінці XX на початку XXI ст. підвищується рівень розуміння необхідності дослідити традиційну парадигму економічної конкурентоспроможності й економічного змагання з урахуванням існуючого соціально-економічного устрою. Моделі та концепції конкурентоспроможної стратегії, розроблені ще в 80-ті роки, безсумнівно, залишаються

корисними, але вони вже виглядають дещо неповними, незадовільними або навіть суперечливими у багатьох сучасних стратегічних контекстах. Наприклад, дослідження умов досягнення конкурентоспроможності азіатських фірм протиставили їх стратегії, що ґрунтуються на вивченні, співпраці та злагоді, стратегіям багатьох західних фірм, які робили акцент на вимірі, контролі, ефективності та відповідальності.

У зв'язку із загостренням міжнародної конкуренції, призупиненням бурхливого розвитку Японії, появою кризових елементів у економіці країн південно-східної Азії, принциповими зрушеннями в міжнародних економічних і політичних відносинах, які обумовлені закінченням холодної війни, пробудженням Східної Європи, наближенням Китаю до світових лідерів усе більше уваги вчених та практиків-стратегів приділяється багато- та транснаціональним корпораціям, технологічним інноваціям, корпоративним спільним підприємствам, постійній реструктуризації та іншим актуальним питанням сьогодення.

Усі ці зміни, які мали місце в другій половині XX сторіччя, вносили суттєві корективи та обумовлювали направленість питань стратегії підприємств, що, у свою чергу, впливало на формування теоретичних підвалин та методології стратегії як наукової галузі. Варто підкреслити, що відбувався і зворотний вплив теоретичних досліджень і їх результатів на практику стратегічного менеджменту. Багато концептуальних підходів, методів та інструментів розробки та впровадження стратегії підприємств були практично визнані та з успіхом використовувались. Але завжди провідна роль у визначенні напрямків подальшого розвитку теорії стратегії підприємства залишалась за практичною діяльністю. І сьогодні теорія стратегії орієнтована насамперед на розробку практичних рекомендацій і має інтеграційний характер, оскільки намагається у своїх побудовах і висновках якомога повніше охопити взаємозалежності та зв'язки практичних проблем. Іншими словами, теорія стратегії підприємства в нинішньому стані оперує скоріш за все конструкціями, що є здебільшого концептуальним представленням практичних проблем, що вирішуються з опорою на теоретичні положення [10, с.54].

За специфічних умов розвитку України із заявленою та здійснюваною ринковою орієнтацією трансформації соціально-економічної системи процеси сприйняття, осмислення, впровадження та підвищення культури стратегічного менеджменту в теоретичному аспекті, і в плані практичного застосування відбувається за трьома, не обов'язково строго послідовними етапами [1, с.86]:

1. Ознайомлення з матеріалами й здобутками науковців із економічно розвинених країн, оцінка рівня ефективності теорії і практики стратегічного управління в цих країнах, накопичення власного первісного досвіду; загалом це етап представлення та оцінки існуючої загальної позитивної моделі стратегічного управління підприємством. Вибірково-випадкове використання тих чи інших методів і прийомів стратегічного аналізу без враховування, з одного боку, особливостей та чинників їх появи на Заході, та з іншого боку – без зважання на наявність чи відсутність необхідних передумов для ефективного впровадження в Україні приносить тільки шкоду і зумовлює появу розчарувань в досягненнях західної менеджментської наукової та практичної діяльності;

2. Активні теоретичні дослідження зі створення та формування умов для поширеного застосування адаптованої до існуючих економічних потреб позитивної моделі розробки та впровадження стратегії підприємства; така модель повинна мати більш якісну теоретичну базу в аспекті зменшення її залежності від емпіричних чи ретроспективних підходів;

3. За результатами глибоких та всебічних науково-теоретичних досліджень економіки перехідного періоду в цілому і функціонуючих конкретних підприємств, процесу входження й участі у світогосподарських зв'язках, визнання та осмислення «правил гри» у глобалізованій економічній системі здійснення розробки та використання разом з

позитивною і нормативної моделі, що дозволило б ефективно підвищити передбачувальні та випереджаючі якості стратегічного управління підприємством.

Висновки. Таким чином, проведене дослідження теорій стратегій розвитку показало, що погляди науковців на поняття стратегій змінювалися у міру ускладнення господарських зв'язків між підприємствами. Становлення теорій стратегій розвитку пройшло у своєму розвитку три етапи, кожен з яких характеризується притаманними лише йому особливостями, поглядами науковців та результатами досліджень. На особливості розвитку на кожному з зазначених етапів також значною мірою впливали економічні та політичні події у світі.

Кожне підприємство, створене для досягнення певного успіху, із самого початку своєї діяльності цільовими орієнтирами обирає розвиток і зростання. Однак реальне життя коригує ці основні настанови, оскільки нерідко створюються умови, за яких дотримання високих темпів зростання є не найкращим рішенням. Об'єктивні та суб'єктивні причини спонукають підприємство збільшувати або зменшувати темпи зростання продажу, інших кількісних та якісних показників, а отже, обсягів прибутку і можливостей реінвестування їх у виробництво для подальшого розвитку.

ЛІТЕРАТУРА

1. Наливайко А.П. Теоретичні засади стратегії підприємства: дис... д-ра екон. наук: 08.06.01 / Київський національний економічний ун-т. - К., 2002. – 373с.
2. Chandler A. D., Strategy and Structure; Chapters in the History of the Industrial Enterprises, MIT Press, Cambridge, Mass., 1999. – 724 p.
3. Andrews K. R. The Concept of Corporate Strategy, Dow Jones — Irwin, Homewood, 1971. – 245 p.
4. Ansoff H. I., Corporate Strategy, Mc Grow Hill, New York, 1999. – 241 p.
5. Baumol W. J., Panzar I. C., Willing R. D. — Contestable markets and the theory of indlustry structure. Harcourt Braice jovanovich Jnc., New York, 2001. – 510 p.
6. Porter M. E. Competitive Advantage: Creating and Sustaining Superior Performance, The Free Press, New York, 2005. – 557 p.
7. Pascale, R.T., A.G. Athos, Le management est-il un art japonais?, Les editions d'organisation, Paris, 2002. – 260 p.
8. Минцберг Г., Кунин Дж. Б., Гошал С. Стратегический процесс / Пер. с англ. под ред. Ю.Н. Каптуревского. – СПб: Питер, 2001. – 688 с.
9. Hofer, C.W. et D.E. Schendel, Strategy Formulation: Analytical Concepts, West Publishing Company, St. Paul, Minnesota, 2000. – 219 p.
10. Шершньова З. Є., Оборська С. В. Стратегічне управління. - К.: КНЕУ, 2004. - 384 с.

АННОТАЦИЯ

ЭВОЛЮЦИЯ СТРАТЕГИЙ РАЗВИТИЯ ПРЕДПРИЯТИЯ: ТЕОРЕТИКО-ЭКОНОМИЧЕСКИЙ ОБЗОР

В современных условиях хозяйствования возникает необходимость в усилении стратегического направления деятельности предприятия. Стратегия развития занимает важное место в стратегической деятельности предприятия и обеспечивает его стратегическую конкурентоспособность. В условиях обострения кризисных явлений, усиления неопределенности внешней среды, роста конкуренции, снижение устойчивости и эффективности функционирования предприятий, применение стратегического планирования является необходимой составляющей для удержания существующих позиций, а также выхода предприятия на новые рынки. Решение задач по активизации стратегического планирования на предприятии в условиях турбулентных условий ведения бизнеса, формирования конкурентных преимуществ обуславливает актуальность исследования. Целью исследования является обоснование сущности стратегий развития предприятия в условиях усиления конкурентной борьбы. В статье исследованы генеза теорий стратегии предприятия и осуществлено обоснование его сущностно-содержательного пространства, охарактеризованы исходные положения построения теории стратегии предприятия. Доказано, что взгляды ученых на понятие стратегии развития трансформировались по мере усложнения хозяйственных связей между предприятиями. По результатам исследования эволюции стратегии развития и проведения содержательных и временных аналогий с развитием науки управления осуществлено целостное научно-теоретическое обобщение существующих в науке достижений. Определены предпосылки формирования эффективности стратегий предприятий в Украине в условиях обострения конкурентной борьбы и

трансформационных секторальных изменений на внутреннем рынке. Практическая значимость полученных результатов заключается в возможности применения предприятиями отдельных теоретических подходов к анализу стратегий развития в условиях общественно-экономических трансформаций, изменений конъюнктуры рынка, что позволит субъектам хозяйственной деятельности расширить рыночную долю, обеспечить эмерджентный эффект и адаптированность к негативному воздействию факторов внешней среды.

Ключевые слова: *стратегия развития, конкуренция, конкурентная стратегия конкурентоспособность, управление конкурентоспособностью.*

ANNOTATION

EVOLUTION OF ENTERPRISE DEVELOPMENT STRATEGIES: THE ORETICAL AND ECONOMIC OVERVIEW

In today's economic conditions there is a need to strengthen the strategic direction of the enterprise. The development strategy occupies an important place in the strategic activity of the enterprise and ensures its strategic competitiveness. In the context of aggravation of crisis phenomena, increasing uncertainty of the environment, increasing competition, reducing the stability and efficiency of enterprises operations, the implementation of strategic planning is a necessary component for retaining existing positions, as well as the exit of the company into new markets. Solving the tasks of activating strategic planning at the enterprise in the conditions of turbulent business conditions, forming competitive advantages determines the relevance of the research. The purpose of the research is to substantiate the essence of the development strategies of the company in terms of increased competition. In the article the genesis of theories of the strategy of the enterprise is investigated and the substantiation of its essence-content space is carried out, the starting positions of the construction of the strategy of the enterprise are described. It is proved that the views of scientists on the concept of development strategy were transformed as the economic ties between enterprises became more complicated. According to the results of the study of the evolution of the development strategy and the implementation of meaningful and time analogies with the development of science of management, an integral scientific and theoretical synthesis of the achievements in science has been made. The preconditions of formation of effective strategies of enterprises in Ukraine in the conditions of intensification of competitive struggle and transformational of sectoral changes in the domestic market are determined. The practical significance of the obtained results is in the possibility for enterprises to use separate theoretical approaches to the analysis of development strategies in the conditions of socio-economic transformations, changes in the market situation, allowing business entities to expand the market share, provide an emergent effect and adapt to the negative influence of external factors of the environment.

Key words: *development strategy, competition, competitive strategy, competitiveness, competitiveness management.*

УДК 330.341.1

СУЧАСНИЙ СТАН ТА ПРОБЛЕМИ ІННОВАЦІЙНОГО РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВ ЛЕГКОЇ ПРОМИСЛОВОСТІ В УКРАЇНІ

ХАУСТОВА К.М., ШАРКАДІ К.А.
Мукачівський державний університет

В статті досліджено сучасний стан та розвиток підприємств легкої промисловості. Визначено рівень інноваційної активності підприємств, напрямки інноваційної діяльності та перспективи реалізації інноваційної політики. Здійснено структурний аналіз джерел фінансування інноваційної діяльності. Окреслено основні проблеми організаційного, інвестиційного та інформаційного забезпечення інноваційного розвитку, запропоновано шляхи їх розв'язання.

Ключові слова: *інновації, інноваційна діяльність, інноваційна активність, легка промисловість, фінансування інноваційної діяльності, фактори інноваційного розвитку.*

Об'єкти та методи дослідження. Легка промисловість є важливої галуззю економіки України, що виконує вагому соціальну функцію шляхом забезпечення населення життєво необхідною продукцією та створенню робочих місць. При формуванні сприятливих ринкових умов та активізації інноваційної діяльності галузь здатна вийти на зовнішній