

КОВАЛЬЧУКОлександра Вікторівна
o.v.kovalchuk@mzeid.in**КОВТУНЕНКО**Ксенія Валеріївна
k.v.kovtunenکو@mzeid.in**СТАНІСЛАВИК**Олена В'ячеславівна
elenastanislavyk@ukr.netмагістрант, Одеський Національний
Політехнічний Університетд.е.н., професор, зав. кафедри, Одеський
національний політехнічний університетк.е.н., доцент, Одеський національний
політехнічний університет

УДК 658.5

**ПОНЯТТЯ "СТРАТЕГІЯ" У КОНТЕКСТІ СТРАТЕГІЧНОГО УПРАВЛІННЯ РОЗВИТКОМ
ПІДПРИЄМСТВА В УМОВАХ ІНТЕЛЕКТУАЛІЗАЦІЇ ЕКОНОМІКИ****THE CONCEPT OF "STRATEGY" IN THE CONTEXT OF STRATEGIC MANAGEMENT OF
ENTERPRISE DEVELOPMENT IN THE CONDITIONS OF INTELLECTUALIZATION OF THE
ECONOMY**DOI: <https://doi.org/10.37634/efp.2020.6.4>**KOVALCHUK Oleksandra Viktorivna** – master, Odesa National Polytechnic University**KOVTUNENKO Kseniia Valeriiivna** – Doctor of Economics, Professor, Head of Department, Odesa National Polytechnic University**STANISLAVYK Olena Viacheslavivna** – PhD in Economics, Associate Professor, Odesa National Polytechnic University

На сучасному етапі розвитку української економічної системи все більше набуває актуальності поняття «стратегія» та його доцільне застосування сучасними підприємствами. В ході даного дослідження було запропоновано власне тлумачення поняття «стратегія», а також розглянуто значущість стратегічного управління розвитком для сучасних українських підприємств. Результати дослідження несуть практичну значущість для виробничого підприємства ТОВ «Одетекс», оскільки запропонована в статті стратегія створить свого роду «фундамент» для подальшого розвитку підприємства та опанування нових ринків збуту.

* * *

At the present stage of development of the Ukrainian economic system, the concept of "strategy" and its appropriate application by modern enterprises is becoming increasingly important. As a country of the former Soviet Union, Ukraine is undergoing a complex process of transformation, complicated by the decline of small and medium-sized businesses in global pandemic, military events in the east, inflation, and significant wear and tear of equipment and technology. Given all these factors, it is reasonable to assume that competitiveness in both foreign and domestic markets is declining. Increasingly, modern enterprises face the problem of identifying and choosing a strategy, because every company usually has a mission and goal, but unfortunately, not every manager understands that strategy plays an important role in implementing the plan, especially when it comes to enterprise development. That is why, in the context of the intellectualization of the economy, it is necessary to focus on strategic management of modern enterprises and try to develop innovative areas of economic activity.

This study aims to generalize various interpretations of the term "strategy" with the subsequent proposal of its own interpretation in the context of strategic management of enterprise development.

In the course of the research the significance of strategic development management for modern Ukrainian enterprises was considered and the own interpretation of the concept of "strategy" was offered. The results of the study are of practical significance for the production enterprise LLC "Odetex", as the strategy proposed in the article will create a kind of "foundation" for the implementation of the company's goals, further development and acquisition of new markets.

Thus, in the context of the intellectualization of the economy, strategy and strategic management of the development of modern Ukrainian enterprises are an integral part of effective functioning in both domestic and foreign markets.

Ключові слова: стратегія, стратегічне управління, розвиток, підприємство, інтелектуалізація економіки**Keywords:** strategy, strategic management, development, enterprise, intellectualization of the economy**ВСТУП**

Сучасне економічне середовище характеризується посиленням динамізму протікання всіх процесів, у т.ч. й конкурентної боротьби. У теперішніх умовах, які характеризуються постійною зміною зовнішніх факторів, зростанням ризику діяльності, питання стратегічного управління підприємств на ринку є актуальним. У сучасних умовах інтелектуалізації економіки необхідно з кожним разом все швидше пристосовуватися до змін середовища та приймати управлінські рішення, що нерідко пов'язані з появою нових техноло-

гій, глобалізацією діяльності, посиленням конкуренції на ринках готової продукції та ресурсів. У зазначених умовах господарювання все більшої актуальності набуває теорія та практика вибору, розробки та впровадження стратегії розвитку підприємства, у межах якої компанія визначає мету діяльності підприємства та шляхи її реалізації з огляду на зовнішні та внутрішні фактори впливу на діяльність організації.

Наслідком трансформаційних процесів в економіці України стало послаблення організаційних основ стратегічного управління вітчизняних підприємств, що поси-

лює загрозу їх витіснення зарубіжними конкурентами як на внутрішньому ринку України, так і на закордонних ринках. Саме тому в умовах інтелектуалізації економіки необхідно зосередити зусилля на стратегічному управлінні розвитком сучасних підприємств і намагатися розвивати інноваційні напрямки економічної діяльності. Перед підприємствами все частіше виникає проблема формування стратегії розвитку, включаючи запровадження стійких конкурентних переваг та стратегічних рішень з метою ефективного функціонування на конкурентному ринку. Таким чином, постає проблема визначення поняття «стратегія» та його впровадження до системи стратегічного управління розвитком українських підприємств в умовах інтелектуалізації економіки.

МЕТА статті – дослідження сутності різноманітних тлумачень економічної категорії «стратегія», узагальнення та запропонування власного тлумачення поняття, а також значення стратегічного управління розвитком на прикладі виробничого підприємства ТОВ «Одетекс».

МЕТОДИ ДОСЛІДЖЕННЯ

Дана стаття базується на працях вітчизняних та зарубіжних вчених, матеріалах періодичних видань. Використовувались методи аналізу та синтезу, порівняння та узагальнення, системний підхід тощо.

РЕЗУЛЬТАТИ

Стратегія є актуальною економічною категорією в діяльності будь-якої компанії, організації, підприємства, тому активно досліджується як вітчизняними, так і зарубіжними фахівцями, такими як: О.М. Алімов, Р.О. Белоусов, В.М. Геєць, В.І. Герасимчук, Г.О. Ковальова, О.С. Кузьмін, Б.З. Мільнер, А.П. Наливайко,

Ю.О. Оболенський, В.П. Петрова, С.Ф. Поважний, Г.Х. Попов, А.П. Савченко, Г.М. Скудар, Н.В. Тарасова, Е.А. Уткін, Р.А. Фатхутдінов, В.В. Цветков, Д.М. Черваньов, Л.Г. Червова, М.Г. Чумаченко, А.В. Шегда.

Стратегія – це певний план, завдяки якому підприємство досягає мети свого існування. Це те, що допомагає рухатися далі та має структурований фундамент для цього.

Стратегія має багато різновидів, це залежить від великої кількості факторів: від вибору набору товарів/ринків, від конкуренції, від типу підприємства та іншого.

Уперше термін «стратегія» запозичив у військових і використав в економіці для визначення одного із видів керівництва будь-яким комерційним підприємством А. Чендлер-молодший у 1962 р. Власне з того часу розпочався етап стратегічного планування на підприємствах в умовах ринкової економіки [1].

Поняття «стратегія» походить від грецького *strategia* (стратос – військо, аго – веду), тобто за походженням це військовий термін. Там він означає військо мистецтво, що вивчає закономірності та характер війни, теоретичні основи планування, підготовки і проведення крупних військових операцій із заздалегідь сформульованими стратегічними завданнями. У рамках дослідження було узагальнено визначення терміну «стратегія» різними науковцями [1-5] та наведено на рис. 1.

Таким чином, доцільно узагальнити, що стратегія – це довгостроковий комплексний план розвитку підприємства, який зазвичай має напрям на зміцнення ринкових позицій та реалізації корпоративних цілей, з урахуванням змін споживчих потреб та цінностей на ринку.

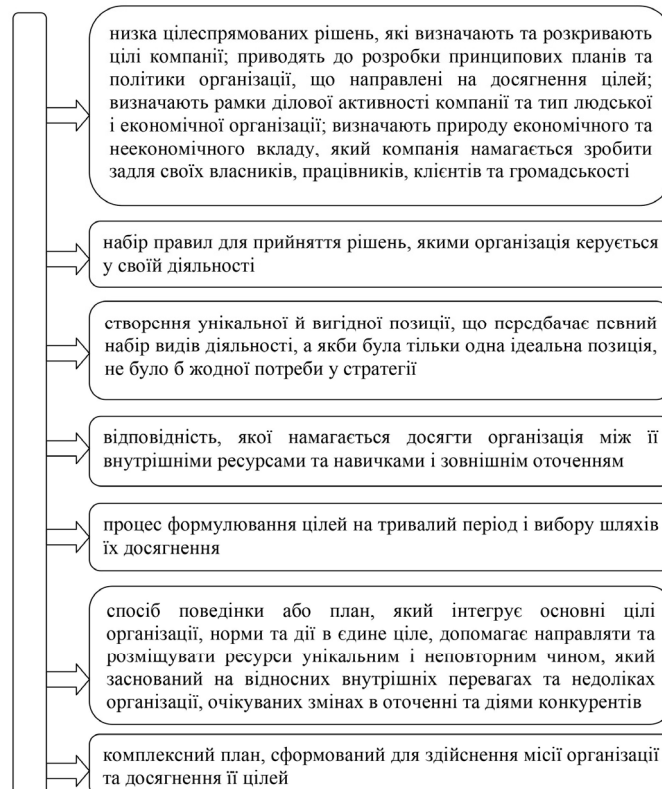


Рис. 1. Визначення терміну «стратегія»

Інакше кажучи, стратегічний план розробляється для визначення вектору розвитку підприємства, та подальшої розробки системи прийняття управлінських рішень спрямованих на досягнення поставленої мети й вибору оптимального способу дій. Формування місії, визначення довгострокових, середньострокових та короткострокових цілей підприємства, а також швидка адаптація до змін навколишнього економічного середовища з подальшими оперативними рішеннями – є невід’ємними складовими стратегії.

Зазвичай необхідність розробки підприємствами стратегії викликана, нестабільністю ринкового середовища, неповнотою інформації про його майбутній стан і вплив на підприємство. Отже, стратегія є фундаментальним елементом стратегічного управління підприємством.

На сьогоднішній день для ефективного функціонування підприємств необхідно розвивати інноваційний потенціал підприємств. Оновлення концепцій, пошук актуальних ідей і способів завжди бути на крок попереду є одним з найважливіших аспектів стратегії сучасного підприємства. Саме тому інтелектуальна діяльність відіграє значну роль для стратегічного управління розвитком сучасних українських підприємств.

Наприклад, для розвитку виробничого підприємства ТОВ «Одетекс», яке посідає не останнє місце на ринку нетканних матеріалів України, стратегія та особливо стратегічне управління розвитком відіграють важливе значення. ТОВ «Одетекс» знаходиться на шляху постійного опанування нових ринків збуту як внутрішніх, так і зовнішніх.

Підприємство перебуває на українському ринку вже понад 15 років та невинно стоїть на шляху розвитку, пристосовуючись до умов інтелектуалізації економіки та бізнесу. Варто зауважити, що для ТОВ «Одетекс» нематеріальні активи як інтелектуальна складова сприяють підвищенню рівня інноваційного розвитку діяльності підприємства. До цього сектору можна віднести якісь особливі навички, знання, ідеї, якими одне підприємство може відрізнятись від іншого [6]. Тобто це можна назвати розвитком своїх переваг.

Але попри все на ТОВ «Одетекс» досі немає прописаної, чітко сформованої стратегії, зазвичай директор бере на себе повноваження формувати окремі стратегічні цілі та завдання.

Враховуючи специфіку діяльності ТОВ «Одетекс», стратегічне управління розвитком має бути направленим на досягнення поставлених цілей, а саме повноцінного виходу на європейський ринок.

ТОВ «Одетекс» має низку конкурентних переваг, які дають можливість позиціонувати себе на європейському ринку як унікальне виробниче підприємство з сертифікованими товарами високої якості.

Стратегія обмеженого зростання застосовується великими підприємствами за певних умов. ТОВ «Одетекс» має усі передумови для застосування стратегії обмеженого зростання. Така стратегія передбачає якісні зміни та має наступально-захисний характер.

Таким чином, запропонована стратегія, зауважу-

ючи на всі досягнення ТОВ «Одетекс», створить свого роду «фундамент» для впровадження більш агресивних стратегій. Впровадження стратегічного управління розвитком на ТОВ «Одетекс» дозволить прогнозувати наслідки рішень, що приймаються, впливаючи на ситуацію шляхом відповідного розподілу ресурсів, встановлення ефективних зв’язків та формування стратегічної поведінки персоналу.

ВИСНОВКИ

Можна зробити висновок, що в умовах інтелектуалізації економіки стратегія та стратегічне управління розвитком сучасних українських підприємств є невід’ємною складовою ефективного функціонування як на внутрішньому, так і на зовнішньому ринку. Таким чином, українським підприємствам, що збираються успішно конкурувати за законами сучасного бізнесу, варто звернути першочергову увагу на побудову стратегії, обираючи ті шляхи та інструменти, що дозволять досягти стійких конкурентних переваг на шляху стратегічного управління розвитком підприємства.

Список використаних джерел

1. Стратегічний менеджмент / І.М. Писаревський та ін. Харків: ХНАМГ, 2009. 289 с.
2. Моргулець О.Б. Менеджмент у сфері послуг. Київ: КНУТД, 2012. 383 с.
3. Гарафонов О.І. Конкурентна стратегія: сутність та особливості формування на підприємствах легкої промисловості. Соціально-економічний розвиток регіонів в контексті міжнародної інтеграції. 2015. № 18 (7). С. 16-20.
4. Ігнат'єва І.А. Стратегічний менеджмент. Київ: Каравела, 2008. 480 с.
5. Кашуба Я.М. Вибір методів та підходів стратегічного управління розвитком підприємництва. Економіка та держава. 2011. № 9. С. 16.
6. Kovalchuk O.V., Averihina T.V. Immaterielle Vermögenswerte als innovatives Instrument zur Stärkung der internationalen Wettbewerbsfähigkeit von Industrieunternehmen am Beispiel der GmbH «Odetex». Формування потенціалу економічного розвитку промислових підприємств: матеріали міжнародної науково-практичної інтернет-конференції (м. Одеса, 5-6 червня 2018 р.). Одеса: Економіка реалії часу, 2018. С. 45-47.

References

1. Strategic management / I.M. Pysarevskyi et al. Kharkiv: KHAMH, 2009. 289 p. (in Ukrainian)
2. Morhulets O.B. Management in the field of services. Kyiv: KNUITD, 2012. 383 p. (in Ukrainian)
3. Harafonova O.I. Competitive strategy: the essence and features of the formation of light industry enterprises. Socio-economic development of regions in the context of international integration. 2015. № 18 (7). pp. 16-20. (in Ukrainian)
4. Ihnatieva I.A. Strategic management. Kyiv: Karavela, 2008. 480 p. (in Ukrainian)
5. Kashuba Ya.M. The choice of methods and approaches to strategic management of business development. Economy and State. 2011. № 9. P. 16. (in Ukrainian)
6. Kovalchuk O.V., Averihina T.V. Immaterielle Vermögenswerte als innovatives Instrument zur Stärkung der internationalen Wettbewerbsfähigkeit von Industrieunternehmen am Beispiel der GmbH «Odetex». Formation of potential of economic development of industrial enterprises: materials of the international scientific-practical internet conference (Odesa, June 5-6, 2018). Odesa: Economics of the realities of time, 2018. pp. 45-47. (in German)