

## ДОСЛІДЖЕННЯ СТРАТЕГІЧНОГО РІВНЯ ЕКОНОМІЧНОЇ ПОВЕДІНКИ ПІДПРИЄМСТВ

Багатоплановий характер економічної поведінки підприємств виявив її неоднозначність та спорідненість із стратегією та стратегічною діяльністю зокрема. Це обумовило необхідність дослідження причинності, взаємозв'язку і закономірної обумовленості одного явища іншим, що повинно привести до появи нових якісних сторін досліджуваного явища. Огляд наукових публікацій з даного питання надав можливість зробити висновок, що поняття «економічна поведінка» та «стратегія» підприємств застосовуються як ідентичні або чергуються авторами для поліпшення стилю викладення матеріалу. На нашу думку, така позиція є некоректною.

Варто відзначити, що у змістовному плані, термін «поведінка підприємства» є лише якоюсь мірою спорідненим з поняттям «стратегія». Визначена авторська інтерпретація категорії «економічна поведінка підприємства» (комбінація закономірних дій, яка відтворює сутність та характер економічної діяльності, що обумовлена впливом об'єктивних і суб'єктивних факторів, для реалізації пріоритетних цілей підприємства в умовах вибору та адаптації до змін) свідчить про те, що поведінка суб'єкта не є абсолютно детермінованою, в ній завжди є місце спонтанності, інтуїтивності, експромту. Крім того, економічна поведінка підприємства може носити як цілеспрямований, так і спонтанний характер. В свою чергу стратегія підприємств носить лише цілеспрямований характер.

Достатньо важливе значення для розуміння характеру економічних дій та діяльності, їхньої оцінки мають визначені А. Кудіною [1] рівні поведінки залежно від способу її регуляції, які поділяються і автором:

- стратегічний рівень – постановка цілей, самовизначення відносно базових принципів в основі якого цінності переважно кінцевого порядку;
- тактичний рівень (різні етапи життєвого шляху) – регулюються інтерналізованими нормами;
- ситуативний рівень (реакція на конкретну ситуацію) – підприємство в своїй поведінці керується стандартами, зразками, стереотипами.

Отже, стратегічний рівень економічної поведінки підприємства спрямовує його дії та діяльність, тактичний рівень – направляє, ситуативний рівень – виправляє (координує) при виявленні непередбачених факторів.

Визначені рівні поведінки свідчать, що економічна поведінка підприємств охоплює більш широку понятійну субстанцію, в якій стратегічний рівень є лише окремою складовою.

Відсутність загальноприйнятого та узгодженого визначення терміна «стратегія» показує ендемічний (місцевий) характер поглядів на роль та значення стратегії для діяльності підприємства. Тому, на нашу думку, немає сенсу відшукувати або зводити до єдиного терміна багатогранну суть стратегії, адже вона повинна мати конкретне призначення, суть, зміст, які залежать від можливостей та умов діяльності кожного конкретного підприємства.

Узагальнення наведених поглядів науковців обумовило їх об'єднання у декілька підходів, згідно з якими стратегія підприємства розглядається як:

- комплексний план або модель дій, спрямованих на досягнення мети (засіб досягнення цілей підприємства);
- набір правил прийняття рішень і способів реалізації стратегічної концепції розвитку підприємства;
- загальний напрям дій, які визначають перспективний розвиток підприємства щодо досягнення конкурентних переваг та успіху діяльності;
- позиціонування (позиція) підприємства у зовнішньому середовищі та серед головних конкурентів;
- «влучний прийом», який спонукає конкурентів витратити час та кошти.

Авторська позиція, яка ґрунтується на критичному аналізі розглянутих дефініцій стратегії, полягає у комплексному трактуванні стратегії, відповідно до якого «стратегія» - це сформована концепція розвитку підприємства, що включає загальний напрям дій, які визначають

перспективний розвиток підприємства щодо досягнення конкурентних переваг та успіху діяльності; план або модель дій, спрямованих на досягнення мети; набір правил прийняття рішень; використання «влучних прийомів» та позиціонування підприємства у зовнішньому середовищі.

Дослідження категорії «стратегія» та «економічна поведінка» підприємств виявило застосування у науковій літературі також спорідненого поняття «стратегія поведінки» підприємств. Виходячи із аналізу трактувань сутності стратегії вважаємо, що деякі визначення можуть розкрити дану категорію, які ідентифікують стратегію саме з позиції економічної поведінки підприємств. Це стосується точки зору таких науковців як І. Ансофф, Б. Мізюк, З. Шершньова, Г. Мінцберг та А. Мак Х'юг.

Стратегія поведінки підприємства, на нашу думку, є різновидом та складовою стратегії підприємства. Адже розрізняють стратегії поведінки (активні та пасивні стратегії); зокрема, стратегії конкурентної поведінки (стратегія монополізації, стратегія інтегруючої консолідації, стратегія простого обособлення, стратегія дезінтегруючого обособлення, стратегія повного обособлення, стратегія кооперативної солідарності; стратегія компромісної співпраці) [2, 3]; стратегії в залежності від рівня управління (корпоративні, ділові, функціональні, ресурсні, оперативні); стратегії за стадією «життєвого циклу» підприємства (стратегії зростання, стратегії стабілізації, стратегії скорочення, стратегії реструктуризації) [4]; конкурентні стратегії (лідерування, диференціації, фокусування, «першопроходець», «синергія»); функціональні стратегії (інноваційна, ресурсна, фінансова, виробнича, маркетингова, кадрова); конкретні стратегії за пріоритетними параметрами об'єктів; конкурентні стратегії за галузевою позицією (стратегія лідера, стратегія «слідуючого» за лідером, стратегія «кидаючого виклик», стратегія «нішера»); конкурентні стратегії за базовими конкурентними перевагами (стратегія лідерства за витратами; стратегія диференціації, стратегія концентрації зусиль на сегменті); товарно-ринкові стратегії для кожного товару/ринку [5]. Відмінність між даними поняттями з позиції автора полягає у стратегічній меті та ступені охоплення усіх напрямків діяльності та дій підприємства.

Узагальнюючи відтворену сутність стратегії, доцільним є виділення її характерних рис: засіб досягнення мети та орієнтирів-цілей; відповідна реакція на можливий вплив зовнішнього середовища; процес розробки стратегії не завершується якоюсь дією – розробляється лише загальний напрямок дій; використання узагальненої, неповної та неточної інформації стосовно альтернатив розвитку; сформована стратегія використовується для розробки подальших стратегічних проєктів із застосуванням пошукових методів; необхідність у стратегії зникає, як тільки реальний процес розвитку починає виводити організацію на рівень очікуваних подій; реалізація стратегії – це процес внесення змін в розроблені стратегії, відкидаючи ті з них, що не можуть бути здійснені (помилкові стратегії) та доповнюючи тими, що реально виникають при поточній взаємодії із зовнішнім середовищем (реальні стратегії). В свою чергу економічна поведінка є процесом досягнення мети, відповідною реакцією на можливий вплив зовнішнього середовища, здійснюється в умовах вибору, реагує і враховує можливі внесенням змін, а також узагальнює стратегічний, тактичний та ситуативний рівні.

Як результат відзначимо: окреслений спектр щодо основних елементів та характеристик стратегії і стратегії поведінки обумовив висновок щодо їх подвійної взаємодії з економічною поведінкою, адже сформовані ними цілі визначають напрямок, характер та сутність економічної поведінки підприємств, а економічна поведінка, в свою чергу, реалізує цілі стратегії та стратегії поведінки.

1. Кудінова А.В. Підприємницька поведінка: сутність та детермінанти її еволюції // Актуальні проблеми економіки. – 2004. - №4. – С. 104-111.

2. Рубин Ю. Стратегии конкурентного поведения субъектов предпринимательства: поиск рационального выбора // Общество и экономика. – 2005. - №2. – С. 65-83.

3. Длигач А.А. Стратегия конкурентного поведения в системе стратегического маркетинга // Маркетинг и реклама. – 2006. - №7-8. – С. 32-37.

4. Мізюк Б.М. Стратегічне управління: Підручник. – 2-ге вид., переробл. і доповн. – Львів: Магнолія плюс, 2006. – 392 с.

5. Пастухова В.В. Стратегічне управління підприємством: філософія, політика, ефективність: Монографія. – К.: Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2002. – 302 с.