

РОЗВИТОК ПОНЯТІЙНО-ТЕРМІНОЛОГІЧНОЇ ПІДСИСТЕМИ "СТРАТЕГІЧНЕ УПРАВЛІННЯ ПРОМИСЛОВІСТЮ"

Окреслено суть і склад понятійно-термінологічної підсистеми "Стратегічне управління промисловістю". На основі врахування підходів різних авторів розроблено авторський варіант змісту понять досліджуваної підсистеми. Наведено класифікацію підходів до визначення дефініції понятійно-термінологічної підсистеми "Стратегічне управління промисловістю".

Ключові слова: понятійно-термінологічна підсистема, стратегія, стратегічне управління, інноваційний розвиток, промисловість.

Вступ. У сучасних умовах одним із найважливіших завдань вітчизняної економіки є вдосконалення стратегічного управління промисловістю. Для того, щоб таке удосконалення відбувалося, важливо використати таку наукову мову, яка адекватно відображала б особливості стратегічного управління промисловістю на сучасному етапі. Наукова мова – це провідна ланка теоретико-методологічних основ будь-якого дослідження. А тому вона повинна об'єднувати різноманітні поняття і терміни, за допомогою яких можна описувати дослідження. Цим і обґрунтовується актуальність нашого дослідження.

Значний внесок у розвиток понятійно-термінологічного апарату стратегічного управління промисловістю зробили вчені: І. Ансофф, П. Друкер, Г. Мінцберг, М. Портер, Дж. Хігінс, А. Чендлер, С. Оборська, Ю. Пуятін, Л. Шевчук, З. Шершньова. Однак ситуація у промисловості постійно змінюється, що викликає потребу у створенні нових понять та уточненні змісту існуючих. Саме тому **Метою роботи** є окреслення понятійно-термінологічної підсистеми "Стратегічне управління промисловістю", її складу, уточнення змісту понять, які входять у цю підсистему.

Виклад основного матеріалу. Оскільки це дослідження написано в руслі стратегічного управління інноваційним розвитком промисловості, то ми здійснили поглиблене вивчення понятійно-термінологічної системи "Стратегічне управління", яка включає низку підсистем, зокрема підсистему "Стратегічне управління промисловістю". Власне на цій підсистемі, насамперед на двох основних поняттях ("стратегія", "стратегічне управління"), ми акцентуємо увагу в цій роботі.

Термін "стратегія управління" з'явився у вжитку в 1960-1970 рр. Найбільший внесок у розробку теорії стратегічного управління зробив Ігор Ансофф. За тих часів стратегію розглядали як повністю систематизований процес, що вказує чітку послідовність кроків і активно використовує аналітичні інструменти й методи, що розглядають як "найкращий спосіб" розробки стратегії, використання якого гарантує успіх [14]. Сьогодні стратегія управління передбачає більш загальну схему аналізу, що деталізується з урахуванням гнучкості та цілей, системи стратегічного планування і надійності його реалізації, з урахуванням досягнення запланованих результатів.

В економічній літературі, яка присвячена стратегічним дослідженням, трапляються неоднозначні визначення стратегії. Аналіз наукової літератури дає змогу виділити такі групи підходів до визначення поняття стратегії: мето-

дично-організаційні, економічні, соціальні, управлінські, екологічні, просторові (рис. 1). До методично-організаційних підходів відносять: методичний (системний) підхід до скерування процесу розвитку, парадигмальний підхід до скерування процесу розвитку, модельні, та концептуальні підходи.

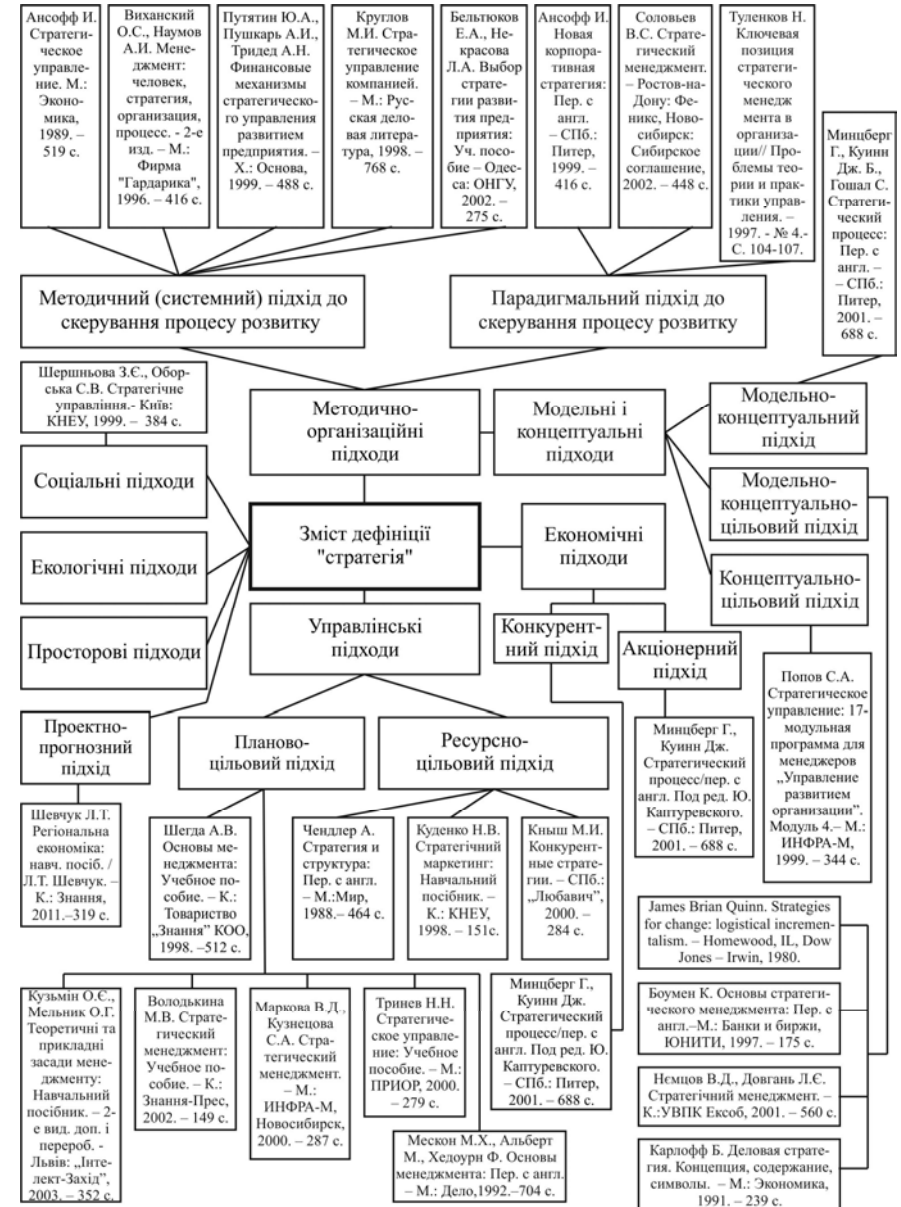


Рис. 1. Класифікація підходів до визначення поняття "стратегія"

Системний підхід до тлумачення поняття стратегії створює наукове підґрунтя для формування та обґрунтування концепцій, цілей, стратегій та програм стійкого розвитку на національному та регіональному рівнях. Одне з найбільш узагальнених визначень стратегії наводить І. Ансофф. На його думку, стратегія – "системний підхід, що забезпечує складній організації збалансованість і загальний напрям зростання" [2]. Подібного погляду на сутність стратегії дотримується і М.І. Круглов, на думку якого стратегія – "системний підхід до вирішення проблем розвитку і функціонування підприємства, що забезпечує збалансованість його діяльності і визначає головні напрямки його розвитку" [8]. Стратегія – це довготерміновий якісно визначений напрям розвитку організації, що стосується сфери, засобів і форми її діяльності, системи взаємин всередині організації, а також позиції організації в навколишньому середовищі, що приводить організацію до її цілей [5]. У цьому визначенні наголошено на факторах внутрішнього і зовнішнього середовища, а також взаємозв'язку між ними, що має системний характер і результатом якого є досягнення цілей організації.

На визначальному впливі ринкових позицій організації наголошують Ю.О. Путятін, О.І. Пушкар, О.М. Тридід. Під стратегією вони розуміють спосіб реалізації підприємством своїх інтересів, який визначає його поведінку в просторі параметрів, що характеризують суперечності, породжені взаємодією підприємства і ринкового середовища, а також взаємодією внутрішніх компонентів підприємства, що знаходяться на різних стадіях свого життєвого циклу [16].

Отже, методичний (системний) підхід до скерування процесу розвитку розглядає стратегію як сукупність якісно визначених елементів (кожен з яких забезпечує досягнення загальної мети), які перебувають у зв'язках один з одним, взаємодіють між собою і утворюють складну за організацією цілісність – систему, що визначає напрям розвитку національної економіки. Парадигмальний підхід розглядає стратегію як сукупність норм, способів, сфер і правил прийняття рішень.

Ансофф І. також стверджує, що стратегія – "правила прийняття рішень і установок, що направляють процес розвитку організації" [1]. М. Туленков визначає стратегію як установлену на досить тривалий період сукупність норм, орієнтирів, напрямів, сфер, способів і правил діяльності, що забезпечують зростання і високу конкурентоспроможність організації, які зміцнюють позиції на ринку, підвищують здатність до виживання в умовах конкуренції [19]. У цьому визначенні перелічується весь необхідний інструментарій для прийняття рішень і конкретизується основна мета діяльності організації – досягнення високої конкурентоспроможності. Таким чином, парадигмальний підхід визначає стратегію як сукупність норм, способів, сфер і правил прийняття рішень.

Модельні та концептуальні підходи визначають стратегію як модель, концепцію прийняття управлінських рішень відповідно, планово-цільовий підхід розглядає стратегію як план досягнення цілей національного господарства. Г. Мінцберг розглядає стратегію як "модель потоку рішень: плану, па-

літри, позиції, перспективи і концепції" [10]. Г. Мінцберг вважає план і концепції як складову моделі прийняття рішень, під якою він розуміє стратегію. На думку Дж.Б. Руїнна, стратегія – модель або план, що об'єднує головні цілі організації, політику і послідовність дій в єдине ціле, допомагає розміщувати і спрямовувати ресурси унікальним і неповторним чином, оснований на відносних перевагах і недоліках організації, очікуваних змінах в оточенні та пов'язаних з ними діями конкурентів [25]. У цьому визначенні акцентується увага на ефективному використанні ресурсів відповідно до конкурентних позицій організації.

До економічних підходів відносять конкурентний та акціонерний підходи. Конкурентний підхід наголошує на управлінні конкурентними перевагами, яке забезпечує здійснення інновацій, підвищення рентабельності виробництва, якості продукції, раціональне використання ресурсів. Під стратегією Г. Мінцберг розуміє завдання, політику та плани, які разом визначають характер підприємства та його підхід до виживання і перемоги у конкурентній боротьбі [10].

До складу управлінських підходів входять планово-цільовий та ресурсно-цільовий підходи. Різновидом управлінських підходів є ресурсно-цільовий підхід, який визначає стратегію як спосіб мобілізації ресурсів для досягнення конкурентних переваг. Цього підходу дотримується А. Чендлер. Він наголошує, що стратегія – це встановлення основних довготермінових цілей та намірів організації, а також напрямку дії і ресурсів, які необхідні для досягнення цих цілей [21].

Серед просторових підходів можна виділити просторово-цільовий, просторовий з позицій територіально-виробничих систем, просторово-маркетинговий підходи. Просторові підходи базуються на врахуванні науково-методологічних засад просторового розвитку національного господарства, теоретичних аспектів виникнення територіальних диспропорцій. Серед них можна виділити просторово-цільовий, просторовий з позицій територіально-виробничих систем, просторово-маркетинговий підходи.

Просторово-цільовий підхід основним атрибутом стратегії називає забезпечення органами самоврядування, регіональними та державними суб'єктами управління раціонального поєднання соціальних, економічних та екологічних елементів простору життєдіяльності людей для досягнення цілей сталого просторового розвитку регіонів. Відповідно до цього підходу Л.Т. Шевчук визначає сталий просторовий розвиток як забезпечення органами самоврядування, регіональними та державними суб'єктами управління ефективної взаємодії та раціонального об'єднання соціальних, економічних та екологічних елементів простору життєдіяльності людей для повного та доступного задоволення різноманітних потреб усіх верств населення. Досягнення цілей сталого просторового розвитку регіонів потребує гармонізації соціальних, економічних та екологічних відносин у просторі [15].

Просторовий підхід із позицій територіально-виробничих систем потребує врахування просторових чинників під час здійснення підприємницької діяльності та відповідно, їх врахування у понятті стратегії. За цим підходом

існує таке визначення: просторовий розвиток територіально-виробничих систем – це практика формування та функціонування цих систем під впливом просторових чинників, що передбачає ведення підприємницької діяльності юридичними особами та їх різноманітними об'єднаннями за такими принципами: сумісності виробничого (або профільного) виду діяльності; територіальної єдності; спрямованості на економічне зростання економіки підприємств та регіону [3].

Просторово-маркетинговий підхід акцентує увагу на впливі територіально-розподілених виробничих одиниць на цільові ринки (місця споживання). Одним із головних завдань дослідження ринкового простору є вивчення характеру впливу з боку територіально розподілених одиниць продукування на цільові групи (місця) споживання, тобто пошук таких привабливих місць, які у маркетинговій термінології називають "цільовими ринками" [13]. До екологічних підходів щодо визначення стратегії потрібно віднести фіскально-екологічний, адаптивний маркетингово-екологічний та експансіоністський маркетингово-екологічний підходи.

На обґрунтуванні ставок платежів за викиди шкідливих речовин у навколишнє природне середовище акцентує увагу фіскально-екологічний підхід. Ю. Стадницький, Л. Полякова, Л. Третьякова вважають, що "важливим завданням економіки природокористування є економічна оцінка наслідків антропогенного забруднення довкілля, обґрунтування ставок платежів за викиди шкідливих речовин у навколишнє природне середовище, запровадження порівняно дешевого та ефективного механізму екологічної безпеки в регіоні" [7].

Адаптивний маркетингово-екологічний підхід наголошує на гнучкому реагуванні промисловості на зміну значення екологічних властивостей товару для споживачів. У цьому випадку стратегія передбачає гнучке реагування підприємства на зміну значення екологічних властивостей товару для споживачів. У таких випадках підприємство не пропонує істотних товарно-екологічних інновацій ринку, воно передусім намагається рухатися у своїй товарній політиці синхронно змінам ринку [13].

Експансіоністський маркетингово-екологічний підхід передбачає істотне вдосконалення екологічних властивостей товару, створення екологічних товарних інновацій. За цього підходу стратегія орієнтована на істотне вдосконалення екологічних властивостей товарної пропозиції і навіть на створення екологічних товарних інновацій. Підприємство – суб'єкт екологічної товарної пропозиції – певним чином створює ринок (сегмент, нішу) під свою продукцію [13].

Таким чином, на основі зазначених вище підходів можемо навести власне тлумачення поняття стратегії. Стратегія – система завдань на основі застосування правил, концепцій, моделей прийняття рішень для встановлення і досягнення довготермінових цілей розвитку національної економіки, удосконалення її структури з урахуванням наявних ресурсів, економічних інструментів і конкурентних позицій на ринку, кінцевою метою яких є забезпечення економічного і соціального ефекту.

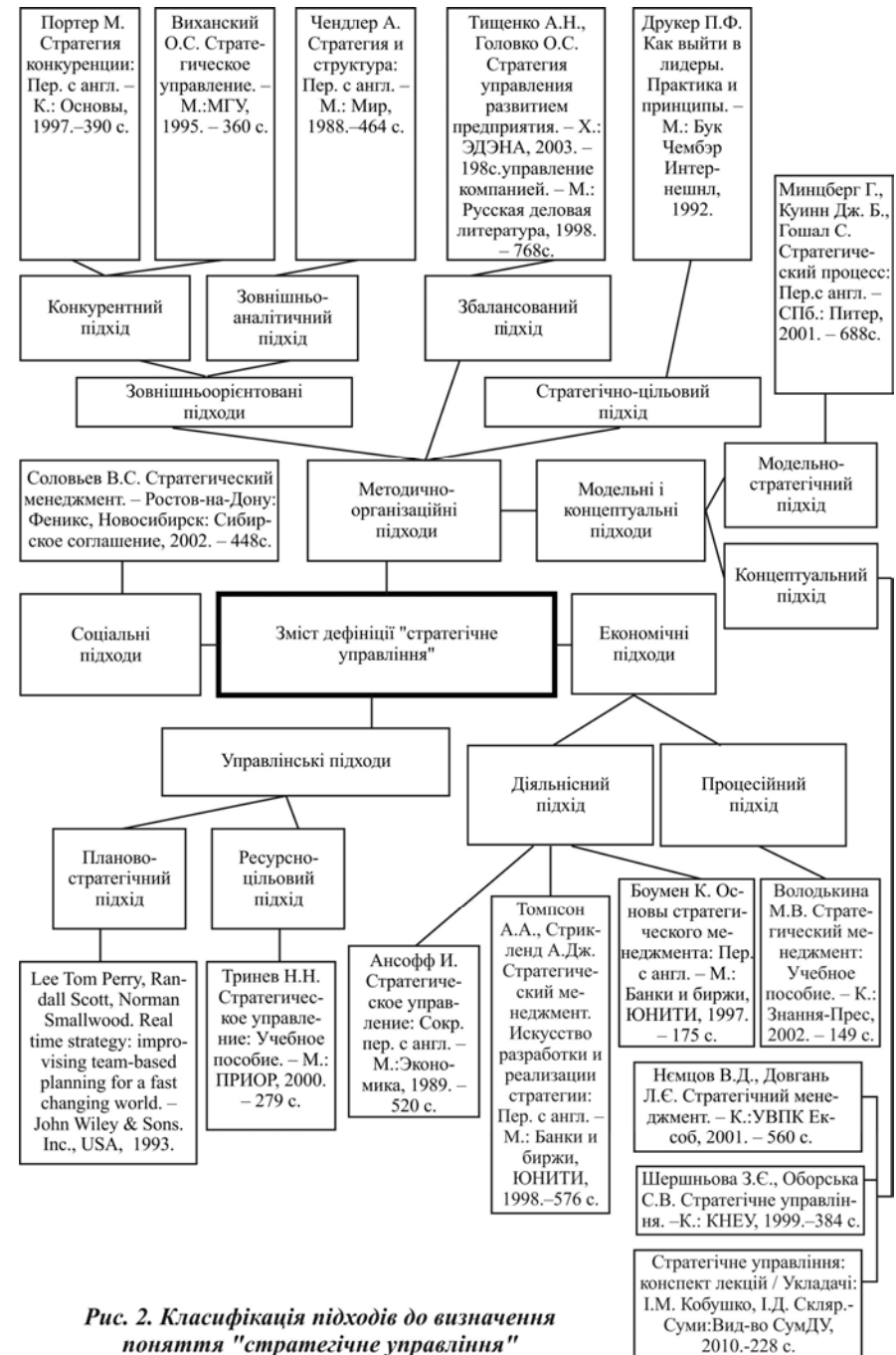


Рис. 2. Класифікація підходів до визначення поняття "стратегічне управління"

Під час тлумачення поняття стратегічного управління можна виділити такі групи підходів: методично-організаційні, економічні, соціальні, управлінські, просторові (рис. 2). До групи економічних підходів належать процесийний та діяльнісний підходи.

Процесійний підхід розглядає стратегічне управління як сукупність дій, спрямованих на досягнення стратегічних результатів у національному господарстві. А. Шендел і Р. Хаттен наводять наступне визначення поняття стратегічного управління. Стратегічне управління – процес визначення і (встановлення) зв'язку організації з її оточенням, що полягає у реалізації вибраних цілей і в спробах досягти бажаного стану взаємовідносин з оточенням за допомогою розподілу ресурсів, що дає змогу ефективно і результативно діяти організації та її підрозділам [11].

Хігінс Дж. вважає, що стратегічне управління – процес управління з метою здійснення місії організації за допомогою управління взаємодією організації з її оточенням [24]. Водночас С. Серто і П. Пітер дотримуються погляду, що стратегічне управління – тривалий, послідовний, взаємопов'язаний процес, спрямований на підтримку діяльності підприємства відповідно до його оточення [28].

Мізюк Б.М. під стратегічним управлінням розуміє багатоплановий формально-поведінковий управлінський процес, який допомагає формулювати та виконувати ефективні стратегії, що сприяють балансуванню відносин між організацією, включаючи її окремі чинники, та зовнішнім середовищем, а також досягненню встановлених цілей [9].

Характерною особливістю наведених вище тлумачень є акцентування уваги на взаємодії організації з її оточенням. Дещо узагальнене визначення стратегічного управління наводить Д. Хассі: стратегічне управління – процес управління довготерміновими цілями, стратегією підприємства і її впровадженням у життя [22].

Діяльнісний підхід представляє І. Ансофф. На його думку, стратегічне управління – діяльність, пов'язана з постановкою цілей і задач організації та підтримки взаємовідносин між організацією і оточенням, які дають змогу їй добиватися своїх цілей, відповідають її внутрішнім можливостям і дають змогу залишатися сприйнятливою до зовнішніх вимог [2]. До групи зовнішньоорієнтованих належать конкурентний та зовнішньоаналітичний підходи. Так, конкурентний підхід базується на використанні стратегії конкурентів. На думку М. Портера, стратегічне управління передбачає використання стратегії конкуренції, яку розробляють під час стратегічного планування на підставі аналізу галузі, а також певних конкурентних сил [14].

Докладніше визначення стратегічного управління відповідно до цього підходу наводить О.С. Віханський: стратегічне управління – це таке управління організацією, яке спирається на людський потенціал як основу організації, орієнтує виробничу діяльність на потреби споживачів, гнучко реагує і проводить своєчасні зміни в організації, що відповідають виклику з боку оточення і дають змогу добиватися конкурентних переваг, що в сукупності дає можливість організації виживати в довготерміновій перспективі, досягаючи при цьому своїх цілей [4].

За зовнішньоаналітичним підходом А. Чендлер розглядає стратегічне управління як реакцію фірми на зовнішнє середовище, яке визначає структуру повноважень, відповідальності, виробничих та інформаційних потоків усередині компанії [21]. За стратегічно-цільовим підходом стратегічним управлінням є управління, пов'язане з досягненням стратегічних результатів. П. Друкер вважає, що стратегічне управління – управління, пов'язане з досягненням стратегічних результатів: нових ринків, нових товарів і/або нових технологій. Стратегічний менеджмент є управлінням результатами [6].

Збалансований підхід потребує однакової уваги до стратегічних та оперативних управлінських рішень. Так, на думку А.П. Слоана, стратегічне управління є такою організацією управління компанією, за якою найважливішою вимогою стратегії є рівна увага до стратегічних і оперативних рішень [18]. До групи управлінських підходів відносять планово-стратегічний та ресурсно-цільовий підходи. Відповідно до планово-стратегічного підходу Л. Перрі, Р. Скотт, Н. Смолвуд ототожнювали поняття стратегічного планування і стратегічного управління [26]. Таке визначення не враховує те, що стратегічне планування є лише підсистемою стратегічного управління, а планування – однією з функцій управління. Д. Пірс і Р. Робінсон під стратегічним управлінням розуміють набір рішень і дій щодо формулювання і виконання розроблених стратегій для того, щоб досягти мети організації [27].

Ресурсно-цільовий підхід визначає стратегічне управління як управління потенціалом національної економіки. Так, М.М. Тренюв розуміє стратегічний менеджмент як управління потенціалом підприємства, тобто управління здатністю до виконання яких-небудь дій або досягнення яких-небудь цілей [20]. На необхідності досягнення соціального ефекту в національному господарстві наполягає соціальний підхід. Так, В.С. Соловійов наводить таке тлумачення стратегічного управління: "певна філософія або ідеологія динаміки соціально організованої системи життєдіяльності суспільства в соціумі, наміченої у формі стратегічної політики" [17].

До групи модельних і концептуальних підходів належать модельно-стратегічний та концептуальний підходи. Відповідно до модельно-стратегічного підходу Г. Мінцберг наголошує, що стратегічне управління припускає формування стратегії, яке включає інтерпретацію середовища і розвиток послідовних моделей в потоці організаційних рішень [10]. За концептуальним підходом В.Д. Немцов, Л.Є. Довгань вважають, що стратегічне управління є реалізацією концепції, в якій об'єднуються цільові та інтегральні підходи до діяльності підприємства, що дає можливість встановлювати цілі розвитку, порівнювати їх з існуючим потенціалом підприємства і приводити їх у відповідність завдяки розробці та реалізації стратегії [12].

Серед просторових можна виділити власне просторовий, проектно-просторовий, просторово-цільовий підходи.

Проектно-просторовий підхід. Л.Т. Шевчук наголошує на тому, що система проектних робіт із прогнозування перспектив розвитку та розміщення продуктивних сил України є одним із засобів реалізації регіональної політики. Перспективний розвиток і розміщення продуктивних сил значною мірою залежить від якості виконання передпроектних і проектних робіт, що

здійснюються у сфері районного планування і містобудівництва на різних територіальних рівнях. Держава повинна стимулювати виконання таких робіт за допомогою різних заходів [23].

Просторовий підхід. Так, на думку О.М. Демидюк, О.В. Кушнірецької, управління просторовим розвитком регіону передбачає "управління матеріально-фінансовим, природним, людським потенціалом регіону" [15].

Просторово-цільовий підхід. На думку Л.Т. Шевчук, сталий просторовий розвиток – це забезпечення органами самоврядування, регіональними та державними суб'єктами управління ефективної взаємодії та раціонального сполучення соціальних, економічних та екологічних елементів простору життєдіяльності людей для повного та доступного задоволення різноманітних потреб усіх верств населення. Досягнення цілей сталого просторового розвитку регіонів потребує гармонізації соціальних, економічних та екологічних відносин у просторі [15].

Отже, можемо запропонувати власне тлумачення поняття "стратегічного управління". Стратегічне управління – управлінський процес, який здійснюється на основі моделей та концепцій прийняття рішень з урахуванням наявних ресурсів із метою досягнення стратегічних результатів і базується на аналізі ринку, виявленні та реалізації конкурентних переваг, передбачає забезпечення збалансованості стратегічних та оперативних цілей, досягнення економічного і соціального ефекту.

Таким чином, на підставі викладеного вище можемо навести власне трактування стратегічного управління інноваційним розвитком: системний управлінський процес, який здійснюється на основі моделей і концепцій прийняття рішень з урахуванням наявних ресурсів та результатів НТП з метою істотного покращення структури і якості промислового виробництва внаслідок впровадження інновацій. Стратегічне управління інноваційним розвитком промисловості базується на аналізі ринку, виявленні та реалізації конкурентних переваг, забезпеченні збалансованості стратегічних та оперативних цілей, досягненні економічного і соціального ефекту.

Висновки. Отже, понятійно-термінологічна підсистема "Стратегічне управління промисловістю", з одного боку, виглядає доволі простою, а з іншого – дуже складною, бо поняття, які входять в її склад, характеризуються різноманітністю підходів до їх тлумачень, котрі часто є суперечливими. Саме тому ми зробили спробу дати власне тлумачення понять "стратегія", "стратегічне управління", прийнятне для використання за умови здійснення регіональних та макроекономічних досліджень. У запропонованих нами дефініціях застосовано комплексний підхід, що дасть змогу спрямувати регіонально-макроекономічних дослідників до здійснення широкомасштабних комплексних досліджень.

Література

1. Ансофф И. Новая корпоративная стратегия : пер. с англ. / И. Ансофф. – СПб. : Изд-во "Питер", 1999. – 416 с.
2. Ансофф И. Стратегическое управление : сокр. пер. с англ. / И. Ансофф. – М. : Изд-во "Экономика", 1989. – 520 с.

3. Бойко С.І. Концептуальні засади моделювання просторового розвитку територіально-виробничих систем / С.І. Бойко // Регіональна економіка. – 2007. – № 1. – С. 125-128.
4. Виханский О.С. Стратегическое управление / О.С. Виханский. – М. : Изд-во МГУ, 1995. – 360 с.
5. Виханский О.С. Менеджмент: человек, стратегия, организация, процесс. – Изд. 2-ое, [перераб. и доп.] / О.С. Виханский, А.И. Наумов. – М. : Фирма "Гардарика", 1996. – 416 с.
6. Друкер П.Ф. Как выйти в лидеры. Практика и принципы / П.Ф. Друкер. – М. : Изд-во "Бук Чембэр Интернешнл", 1992. – 350 с.
7. Економіка та менеджмент : навч. посібн. / за ред. д-р екон. наук, проф. О.Є. Кузьміна. – Львів : Вид-во ДУ "Львівська політехніка", 1996. – 828 с.
8. Круглов М.И. Стратегическое управление компанией / М.И. Круглов. – М. : Изд-во "Русская деловая литература", 1998. – 768 с.
9. Мізюк Б.М. Особливості стратегічного управління підприємством / Б.М. Мізюк // Фінанси України : журнал. – 2002. – № 12. – С. 31-37.
10. Минцберг Г. Стратегический процесс : пер. с англ. / Г. Минцберг, Дж.Б. Куинн, С. Гошал. – СПб. : Изд-во "Питер", 2001. – 688 с.
11. Морозікова Т.В. Інноваційна стратегія як фактор стійкого розвитку українських підприємств / Т.В. Морозікова // Ринкова трансформація економіки постсоціалістичних країн : матер. Міжнар. форуму молодих вчених, 19-20 травня 2005 р. м. Харків. – Т. 1. – Харків : Вид-во ХНТУСГ. – 2005. – С. 234-235.
12. Немцов В.Д. Стратегічний менеджмент / В.Д. Немцов, Л.С. Довгань. – К. : Вид-во УВПК Ексоб, 2001. – 560 с.
13. Петруня Ю.Є. Маркетингові екологічні стратегії підприємства у контексті міжнародних економічних тенденцій / Ю.Є. Петруня, В.Ю. Петруня // Вісник Прикарпатського університету. – Сер.: Економіка. – 2008. – Вип. 6. – С. 234-239.
14. Портер М. Стратегия конкуренции : пер. с англ. / М. Портер. – К. : Изд-во "Основы", 1997. – 390 с.
15. Просторовий розвиток регіону: соціально-економічні можливості, ризики і перспективи : монографія / НАН України. Ін-т регіональних досліджень / за ред. д-р екон. наук, проф. Л.Т. Шевчук. – Сер.: Проблеми регіонального розвитку. – Львів, 2011. – 256 с.
16. Пуятин Ю.А. Финансовые механизмы стратегического управления развитием предприятия / Ю.А. Пуятин, А.И. Пушкарь, А.Н. Тридед. – Харьков : Изд-во "Основа", 1999. – 488 с.
17. Соловьев В.С. Стратегический менеджмент / В.С. Соловьев. – Ростов-на-Дону : Изд-во "Феникс", – Новосибирск : Изд-во "Сибирское соглашение", 2002. – 448 с.
18. Тищенко А.Н. Стратегия управления развитием предприятия / А.Н. Тищенко, О.С. Головки. – Харьков : Изд-во ЭДЭНА, 2003. – 198 с.
19. Туленков Н. Ключевая позиция стратегического менеджмента в организации / Н. Туленков // Проблемы теории и практики управления. – 1997. – № 4. – С. 104-107.
20. Тринев Н.Н. Стратегическое управление : учебн. пособ. / Н.Н. Тринев. – М. : Изд-во ПРИОР, 2000. – 279 с.
21. Чендлер А. Стратегия и структура : пер. с англ. / А. Чендлер – М. : Изд-во "Мир", 1988. – 464 с.
22. Шаборкина Л.В. Инновационная стратегия в управлении организациями / Л.В. Шаборкина. – М. : Изд-во "Прогресс", 1998. – 230 с.
23. Шевчук Л.Т. Регіональна економіка : навч. посібн. / Л.Т. Шевчук. – К. : Вид-во "Знання", 2011. – 319 с.
24. Higgins J.M. Organizational Policy and Strategic Management. – Text and Cases. – 2nd ed. / J.M. Higgins. – Chicago : The Dryden Press, 1983. – 237 p.
25. Quinn J.B. Strategies for change: logistical incrementalism / James Brian Quinn. – Homewood, IL, Dow Jones – Irwin, 1980. – 230 p.
26. Perry L.T. Real time strategy: improvising team-based planning for a fast changing world / Lee Tom Perry, Randall Scott, Norman Smallwood. – John Wiley & Sons. Inc., USA, 1993. – 282 p.
27. Pearse J.A. Strategic Management / J.A. Pearse, R.B. Robinson. – 2nd ed. – Homewood, III: Richard D. Irwin, 1985. – 268 p.
28. Certo S.C. Strategic management concepts and applications / Samuel C. Certo, Paul Peter. – IRWIN, USA, 1994. – 242 p.

Колодійчук А.В. Развитие понятийно-терминологической подсистемы "Стратегическое управление промышленностью"

Очерчены суть и состав понятийно-терминологической подсистемы "Стратегическое управление промышленностью". На основе учета подходов разных авторов разработан авторский вариант содержания понятий исследуемой подсистемы. Приведена классификация подходов к определению дефиниций понятийно-терминологической подсистемы "Стратегическое управление промышленностью".

Ключевые слова: понятийно-терминологическая подсистема, стратегия, стратегическое управление, инновационное развитие, промышленность.

Kolodiychuk A.V. Development of the concept-terminology subsystem "Strategic management industry"

Essence and composition concept-terminology subsystems the "Strategic management industry" outlined. On the basis of account of approaches of different authors the author variant of maintenance of concepts of the investigated subsystem is developed. Classification of approaches to determination of definitions concept-terminology subsystems the "Strategic management of industry" is resulted.

Keywords: concept-terminology subsystem, strategy, strategic management, innovative development, industry.

УДК 334.72

Здобувач Т.А. Піхняк¹ – Львівська КА

ОРГАНІЗАЦІЙНО-ЕКОНОМІЧНИЙ МЕХАНІЗМ ДЕРЖАВНОГО УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВАМИ МАЛОГО БІЗНЕСУ: СВІТОВИЙ ДОСВІД ТА УРОКИ ДЛЯ УКРАЇНИ

Проаналізовано та узагальнено світовий досвід державного управління розвитком малого підприємництва. З урахуванням світового досвіду підприємницької діяльності та потреб сучасної економіки запропоновано рекомендації для України щодо побудови механізму управління розвитком малого підприємництва з метою подальшої їх імплементації в практичну діяльність.

Ключові слова: підприємницька діяльність, мале підприємництво, державне управління, регулювання, стимулювання.

Постановка проблеми. Сучасний стан переходу української економіки до ринкових умов ставить на порядок денний проблему пошуку найбільш ефективних форм господарювання. Однією з таких форм є мале підприємництво, яке завдяки своїй інноваційній специфіці здатне вивести економіку на вищий рівень. У розвинених державах малі підприємства є гарантими гнучкості та динамічності економіки, потужним засобом вирішення соціальних проблем. Незважаючи на те, що впродовж тривалого періоду ринкових реформ наголошувалося на необхідності розвитку малого підприємництва в Україні, в дійсності його стан залишається незадовільним. На жаль, сьогодні, коли значна частина наших підприємців керується стратегією виживання, спостерігається тенденція до скорочення кількості підприємств малого бізнесу і зниження їх економічної ефективності та соціальної значущості. Подальший розвиток ситуації без виваженого державного втручання спроможний призвести до повного занепаду підприємництва із подальшим загостренням назрілих проблем. Під час розроблення механізму державного управління підприємствами малого бізнесу доцільно було б врахувати досвід інших країн та втілити певні інструменти цього досвіду в Україні.

Проблемам розвитку підприємницької діяльності в Україні останніми роками присвячено чимало праць. Проте, незважаючи на зростання наукового і практичного інтересу до підприємництва взагалі і, насамперед, до малого підприємництва, треба зазначити, що світовий досвід державного управління розвитком малого підприємництва з його імплементацією в Україні недостатньо висвітлено.

Методика дослідження. Метою роботи є узагальнення світового досвіду державного управління розвитком малого підприємництва та визначення можливостей його застосування в Україні.

Результати дослідження. Особливого розвитку малий бізнес набув у США. На частку малих підприємств припадає 99 % загальної кількості американських компаній [1], які створюють більше половини ВВП країни та експортують 30 % продукції від загальної суми експорту (близько 300 млрд дол. на рік) [2, с. 69-70]. На підприємствах цього сектору працює близько 50 % працездатного населення і створюється 60-80 % нових робочих місць [1]. Стрімкому розвитку малого бізнесу сприяє виважена і послідовна державна політика. Чинне законодавство визначає підприємництво пріоритетною сферою економічного розвитку держави. Наприкінці 2010 р. Сенат ухвалив законопроект про підтримку малого бізнесу вартістю 30 млрд дол. [3]. Основними напрямками державної політики в аналізованій сфері є: доступ до капіталу, освіта, допомога в отриманні державних замовлень (23-27 % від усіх замовлень), захист інтересів у суді [1, 4]. Для реалізації цих завдань у 1953 р. було створено Адміністрацію у справах малого бізнесу (АМБ). Річний бюджет АМБ перевищує 2 млрд дол., 70 % з яких спрямовується безпосередньо підприємцям [1]. Пріоритетною сферою малих підприємств визначено інноваційну діяльність. З метою підтримки інноваційного підприємництва було створено низку структур (науковий фонд, наукову раду, асоціацію розвитку науки, національний центр промислових досліджень), більшість з яких фінансуються за рахунок коштів державного бюджету. Віддача наукоємких галузей становить 866 млрд дол. на рік і забезпечує активне сальдо торгового балансу в сумі 50 млрд дол. [5, с. 10], кожен долар, затрачений державою на розробки і дослідження, повертається їй з віддачею у півтора рази.

Вагоме місце підприємства малого бізнесу посіли в економіці Німеччини. На їх частку припадає 60-70 % усіх підприємств країни [6] та близько половини ВВП [7]. На підприємствах цього сектору зайнято дві третини працюючого населення [8]. Основними напрямками державної підтримки малих підприємств у Німеччині є [9, с. 445]: надання пільгових кредитів на започаткування справи, зростання, розбудову чи модернізацію підприємств; пільгове оподаткування; стимулювання інноваційної діяльності (на інноваційну діяльність малих підприємств держава виділяє близько 2,5 % ВВП країни); фінансування участі в капіталі великих підприємств; довготермінове інвестування; гарантування позик; інвестиційна допомога у проведенні енергоощадних заходів; стимулювання інноваційної діяльності, підвищення кваліфікації кадрів.

Корисним моментом німецького досвіду державної політики у сфері малого інноваційного бізнесу є укріплення зв'язків освіти з наукою. Успішним прикладом такої кооперації є містечко Адлерсхоф, на території якого

¹ Наук. керівник: проф. Г.І. Башнянин, д-р екон. наук – Львівська КА