

діяльності на впровадженні тенденцій дозволить побудувати більш довірливі відносини з вже наявним споживачем і залучити нову лояльну аудиторію.

### Використані джерела

1. Іванечко Н., Борисяк О., Леонова І. Транспортний шеринг: маркетингові аспекти. Вісник економіки. 2021. Вип. 1. С. 55-65.
2. 2020 Market Research Trends. URL: <https://interq-research.com/2020-market-research-trends>
3. Carson D. Trends of Marketing Research. Marketing Intelligence & Planning. 1989. Vol. 7. No. 9/10. P. 17–24. DOI: <https://doi.org/10.1108/EUM0000000001055>
4. Что такое входящий маркетинг или inbound marketing? *SeoProfy*. URL: <http://seoprofy.ua/blog/wiki/chto-takoe-inbound-marketing> (дата звернення: 26.09.2021)
5. Маркетинг [Електронний ресурс] : навч. посіб. / Н. Іванечко, Т. Борисова, Ю. Процишин [та ін.] ; за ред. Н. Р. Іванечко. - Тернопіль : ЗУНУ, 2021. - 180 с., URL: <http://dspace.wunu.edu.ua/handle/316497/42757>.

Середа Юлія

Західноукраїнський національний університет  
(науковий керівник: к.е.н., доцент, доцент кафедри  
економіки та економічної теорії ЗУНУ Ляхович Л.А.)

### НАУКОВІ ПІДХОДИ ДО РОЗУМІННЯ СТРАТЕГІЇ ФІРМИ

В умовах жорсткої конкуренції визначальний вплив на ефективність діяльності фірми має вірно обрана стратегія її гармонійного розвитку, що є підґрунтям стабільного економічного зростання та успішного подолання кризових ситуацій. Основною перевагою стратегічного планування є можливість реалізації попередньо запланованих сценаріїв розвитку підприємства, визначення його сильних і слабких сторін, можливостей і загроз діяльності під час формування системи цілей.

Вчені-економісти по різному трактують поняття стратегії. Так, з позиції Котлера Ф. стратегія – це низка цілеспрямованих рішень, які визначають та розкривають цілі компанії; приводять до розроблення принципових планів та політики організації, що направлені на досягнення цілей; формують рамки ділової активності компанії та тип людської і економічної організації; визначають природу економічного та неекономічного вкладу, який компанія намагається зробити задля своїх власників, працівників, клієнтів та громадськості [1].

За твердженням Куїна Дж. Б. стратегія інтерпретує спосіб поведінки або план організації, який інтегрує її основні цілі, норми та дії в єдине ціле, допомагає направляти та розміщувати ресурси унікальним і неповторним способом, вибудованого на відносних

внутрішніх перевагах та недоліках, очікуваних змінах в оточенні та пов'язаних з ними діями конкурентів [2, с. 117].

Згідно підходу А. Мескона, стратегія – це комплексний план, сформований для здійснення місії організації та досягнення її цілей [3, с. 256].

Стратегічний менеджмент як наукова дисципліна існує порівняно недавно. Інструменти стратегічного менеджменту впроваджувалися в практику управління організаціями поступово. Потреба в побудові стратегічних планів виникла у зв'язку із розвитком найбільших зарубіжних організацій, світових міжнародних корпорацій. Стратегія, як продукт управлінської діяльності, має відповідати ознакам плановості, усвідомленого цільового спрямування, орієнтації на тривалу перспективу. Вони є неодмінними і відсутність хоча б одної з них не дозволяє кваліфікувати той чи інший управлінський ресурс як стратегію.

Виходячи із вищезазначеного, стратегію пропонуємо розглядати як процес пошуку і реалізації ефективних стратегічних рішень, який поєднує перманентне планування і здійсненням покрокових управлінських дій, спрямованих на досягнення визначеної стратегічної мети і, стратегію, як план, з тим чи іншим рівнем деталізації та виокремленням об'єктів планування.

#### **Використані джерела**

1. Котлер Ф., Бергер Р., Бикхофф Н. Стратегический менеджмент по Котлеру / пер. с англ. И. Матвеева. М., Альпина Паблишер, 2017. 144 с.
2. Минцберг Г., Гошал С., Куинн Дж.Б. Стратегический процесс. СПб: Питер, 2001. 688 с.
3. Мескон М, Альберт М., Хедоурі Ф. Основи менеджменту. М.: Видавництво «Справа», 1997. 704 с.

Скасків Софія

Західноукраїнський національний університет

(науковий керівник: к.е.н., доцент, доцент кафедри

менеджменту, публічного управління та персоналу ЗУНУ Овсянюк-Бердадіна О.Ф.)

### **УДОСКОНАЛЕННЯ ОПЛАТИ ПРАЦІ В СИСТЕМІ МОТИВАЦІЇ ПЕРСОНАЛУ БАНКІВСЬКОЇ УСТАНОВИ**

Вектором реалізації стратегії управління банківським персоналом є забезпечення ефективності мотивації праці - досягнення такого ступеня результативності праці, яка відповідає реалізації економічних і соціальних цілей комерційного банку та особистих