

Нестерук Каріна,
здобувач вищої освіти ОС «Магістр»
спеціальності «Менеджмент»
Науковий керівник: **Чикуркова А.Д.,**
д-р екон. наук, професор,
завідувач кафедри менеджменту,
публічного управління та адміністрування
Подільський державний аграрно-технічний університет
м. Кам'янець-подільський

ОСНОВНІ ЕТАПИ СТАНОВЛЕННЯ І РОЗВИТКУ СТРАТЕГІЧНОГО МЕНЕДЖМЕНТУ

Управління підприємством як науковий напрям в економіці було сформовано на початку ХХ ст. Школа наукового менеджменту (Ф. Тейлор, Г. Гант, Х. Емерсон), а потім і класична школа управління (А. Файоль, М. Вебер, У. Бернارد) виділяти планування як одну з основних функцій управління підприємством. При цьому планування було короткостроковим, мало форму бюджетування й контролю і базувалося на стабільності зовнішнього середовища і ресурсного потенціалу підприємства. Тому планування діяльності підприємства розглядалося як складова частина річного бюджету, де дуже скрупульозно враховувались усі витрати і доходи підприємства. Але перші хвилі науково-технічної революції, поява транснаціональних корпорацій, насичення ринку товарами призвели до того, що з'явилась потреба в довгостроковому плануванні і управлінні, які націлені на майбутнє [1].

Таким чином, довгострокове планування на рівні підприємства в умовах ринкової економіки сформувалося в теоретичному і практичному плані у 50-х роках ХХ століття. На першому етапі воно виступало як довгострокове планування і базувалося на принципі перенесення тенденцій розвитку підприємства на майбутнє.

Але на початку 60-х років ділове середовище не стало стабільним і трендові прогнози не давали позитивний (реалістичних) результатів. Тому планування стало цільовим, коли план розроблявся з урахуванням багатьох альтернативних варіантів згідно з прогнозом змін середовища, і отримало назву стратегічного планування [2,3].

«Батьками» стратегічного планування були такі вчені як, Альфред Д. Чандлер, Кенет Ендрюс, Ігор Ансофф та інші.

В середині 70-х років після закінчення світової кризи динамізм і невизначеність середовища ще збільшилися. Методологія стратегічного планування почала давати перебої.

Вперше концепція стратегічного управління була представлена І. Ансоффом в травні 1973 р. на конференції, яку організували представники Вищої школи управління при Університеті Вандербілта. В 1979 р. вийшла знаменна робота І. Ансоффа «Стратегічне управління». У ній багато уваги приділялося не тільки процесам розробки, а і реалізації стратегії.

І. Ансофф чітко розділив стратегічне менеджмент від довгострокового планування та оперативного. Це – не тільки деталізація плану і вибір напрямку планування, а перш за все вектор планування. Стратегічний менеджмент пропонує базувати вектор планування не з минулого в майбутнє, а із майбутнього в теперішнє.

В рамках стратегічного менеджменту розпочалася розробка нових методів і технологій управління: побудова сценаріїв, використання моделей для аналізу, розробка планів на ситуаційній основі, використання експертних оцінок, побудова матриць різних варіантів господарських рішень тощо [4,5].

І. Ансофф стверджує, що еволюція стратегічного менеджменту проходила за такими етапами:

1-й етап: Управління на основі контролю за виконанням (постфактум).

2-й етап: Управління на основі екстраполяції, коли темп змін прискорюється, але майбутнє ще можна розрахувати шляхом екстраполяції минулого.

3-й етап: Управління на основі передбачення змін, коли почалися непередбачені явища та темп змін прискорився, але не настільки, щоб було неможливим передбачити майбутні тенденції та визначити реакцію на них.

Залежно від рівня нестабільності середовища І. Ансофф розглядає такі методи управління.

Таблиця 1

Методи подолання нестабільності

Показники	Роки				
	1900	1930	1950	1970	1990
Рівень нестабільності	Стабільність	Реакція змін	Передбачення	Дослідництво	Творчість

У господарській практиці України механізм стратегічного менеджменту знаходиться на стадії становлення. При цьому вітчизняні й міжнародні аналітики вважають, що український ринок вступив у ту стадію, коли відсутність розробленої стратегії заважає підприємствам на кожному кроці.

Яка ж роль стратегічного менеджменту для підприємства в умовах ринкової економіки?

У командній економіці при розробці своїх планів підприємство одержувало зверху інформацію про номенклатуру виробленої продукції, постачальників і споживачів, цінах на свою продукцію, багато інших показників і нормативів, що автоматично закладалися в основу розробки планів. Сама планова робота зводилася до пошуку ефективних шляхів виконання завдань в умовах досить прогнозованого зовнішнього середовища. Таке завдання залишається і в перехідній економіці, але в умовах ринку це є тільки частиною планової роботи [6].

Тепер підприємство повинне саме визначати і прогнозувати параметри зовнішнього середовища, асортимент продукції і послуг, ціни постачальників, ринки збуту, а найголовніше – свої довгострокові цілі й стратегію їх досягнення. Цю частину планової роботи й охоплює розробка стратегічного плану. Раптові стратегічні рішення, що принесли деяким компаніям успіх

відразу після 1991 р., тепер не працюють. Багато новітніх компаній зникли або, досягнувши певного рівня росту, припинили розвиток. Тому як керівники нових компаній, так і директори багатьох колишніх державних підприємств підходять до розуміння необхідності розробки стратегії розвитку. Цьому сприяє ідентифікація підприємства як цілісної відособленої системи, формування нових цільових настанов і інтересів підприємства та його працівників.

Швидкі зміни зовнішнього середовища вітчизняних підприємств також стимулюють появу нових методів, систем і підходів до управління. Якщо зовнішнє середовище практично стабільне, то немає необхідності займатися стратегічним менеджментом. Однак у даний час більшість українських підприємств працюють у важко передбачуваному оточенні, що швидко змінюється, і, отже, має потребу в методах стратегічного менеджменту [6].

Необхідність відбудови системи стратегічного менеджменту у вітчизняній практиці обумовлюється також інтеграційними процесами, що відбуваються. В українському бізнесі виникають промислові групи, що поєднують технологічно пов'язані підприємства. Йде процес утворення фінансово-промислових груп (ФПГ), комерційні компанії майже одночасно зі створенням основного бізнесу почали організовувати фінансово-комерційні групи (ФКГ). Комерційні фірми поряд з групами, за багатьма з яких стоять комерційні банки, почали скуповувати промислові підприємства, беручи участь у приватизації, інвестиційних конкурсах, активно придбаючи акції привабливих підприємств. Як бачимо, центральне завдання тепер буде полягати в тому, щоб від нинішнього стану інтеграції перейти до стійкого й ефективного розвитку інтеграційних процесів, що неможливо без вирішення проблем стратегічного менеджменту [7].

Наступною важливою передумовою розвитку стратегічного менеджменту є процес глобалізації бізнесу, що торкнувся і нашої країни. Глобальні фірми розглядають світ як єдине ціле, у якому стираються національні розбіжності й переваги, відбувається стандартизація споживання. Продукція глобальних фірм (таких як Mars, Siemens, Sony, Procter & Gamble, L'Orealuv і безліч інших)

продається у всіх країнах світу і є важливим чинником конкуренції на національних ринках. Протистояти натискові товарів глобальних фірм можна тільки діючи аналогічними методами, тобто, розробляючи стратегію роботи у конкурентному середовищі.

Список використаних джерел

1. Кіндрацька Г.І. Стратегічний менеджмент: навч. посіб. К.: Знання, 2006. 366 с.
2. Мартиненко М.М. Стратегічний менеджмент: підручник. К.: Каравела, 2006. 320 с.
3. Міщенко А.П. Стратегічне управління: навч. посіб. К.: Центр навчальної літератури, 2004. 336 с.
4. Осовська Г.В. Стратегічний менеджмент: навч. посіб. К.: Кондор, 2003. 196 с.
5. Портер М.Е. Стратегія конкуренції. К.: Основи, 1997. 390 с.
6. Чикуркова А., Белко І. Планування як складова стратегічного управління розвитком підприємств. Науково-економічний розвиток: менеджмент, фінанси та аудит: Матеріали міжнар. наук.–практ. конф. (м. Київ, 24-25 липня 2015 року). - К. ; ГО «Київський економічний науковий центр», 2015. Вип. 2. С. 9-12.
7. Chykurkova A., Belko I. Current status and development of agribusiness in Ukraine. Buletinul Științific al Universității de Stat „Bogdan Petriceicu Hasdeu” din Cahul / (ediție semestrială). Seria „Științe Economice”. Cahul, Republica Moldova. 2015. №2(14). P. 31-35.
8. Чикуркова А.Д. Методичні підходи до оцінювання стратегії управління персоналом підприємства. Економіка АПК. 2018. Вип. 2. С. 49-55.
9. Chykurkova, A., Kucher, O., Hutsol, T., Melnyk, M. Conceptual approaches to analysis and assessment of efficiency of joint stock company functioning Tourism and Regional Development. Warsaw University of Life Sciences – SGGW 2020. DOI 10.22630/TIRR.2020.14.18 http://sj.wne.sggw.pl/pdf/TIRR_2020_n14.pdf#page=56