

3. Кондратьев Н.Д. Проблемы экономической динамики / Н.Д. Кондратьев - К.: Издательский центр «Экономика», 1989. – 526 с.
4. Сулицер Поль-Лу Зеленый король / Сулицер Поль-Лу. - К.: Попурри. - 2005. - 248 с.
5. Татеиси К. Вечный дух предпринимательства. Практическая философия бизнесмена / К. Татеиси. - М.: КноРус, 2007. - 216 с.
6. Форд Генри Моя жизнь, мои достижения / Генри Форд [Пер. с англ.]. - М.: Финансы и статистика, 1989. - 206 с.
7. Якокка Л. Кар'єра менеджера Л. Якокка, У. Новак – К.: Попурі, 2007. – 544 с.

СТАНОВЛЕННЯ СТРАТЕГІЧНОГО УПРАВЛІННЯ ЯК САМОСТІЙНОГО НАПРЯМУ ЕКОНОМІЧНОЇ НАУКИ

***ВОРОБИЙОВА Н.О., КОРНЄВА В.Г., ФРОЛОВА А.М., СТУДЕНТКИ*,
ХАРКІВСЬКОГО НАЦІОНАЛЬНОГО ТЕХНІЧНОГО УНІВЕРСИТЕТУ
СІЛЬСЬКОГО ГОСПОДАРСТВА ІМЕНІ ПЕТРА ВАСИЛЕНКА***

Зміни в законодавстві, зростання вартості необхідних засобів виробництва, обґрунтування нових технологій, розширення організаційних формах підприємств і форм їхньої власності, посилення конкуренції на вітчизняному та зовнішньому ринках доводять, що ми живемо в світі, який швидко змінюється і найчастіше не в тих напрямках, які нам були б до вподоби. Підприємства стикаються з невизначеністю, мінливістю середовища, непередбачуваними ситуаціями, коли «еволюційний підхід, екстраполяційні прогнози та плани, які побудовані за «прирістними» методами, не можуть забезпечити правильної орієнтації та підготовки підприємства до майбутнього, а отже, і виживання» [4]. Тож виникає необхідність постійного дослідження стратегічного управління та створення умов для впровадження його в практичну діяльність підприємств.

Активізація стратегічного управління відбулася у другій половині ХХ ст., що було викликано насиченням ринку, і зростанням вимогливості покупців, яких уже не завжди влаштовував стандартний товар навіть за найнижчою ціною. Проявили себе групи покупців зі специфічними потребами: різним соціальним статусом, різними смаками, різними кушівельними можливостями тощо. Задоволення різноманітних потреб споживачів стало критичним фактором успіху.

* Науковий керівник – Аудитор О.В., ст. викладач

Питанням стратегічного управління присвятили свої наукові роботи такі вчені як: М. Мескон, М. Альберт, Ф. Хедоурі, І. Ансофф, Г.Мінцберг, М. Портер, А.Томпсон, А. Стрікленд, А. Чандлер, Б. Карлофф, П. Дойль та інші. Кожен з них здійснив неоціненний внесок в розвиток та становлення стратегічного управління як самостійного напрямку економічної науки.

Уперше термін «стратегія» запозичив у військових і використав у економіці для визначення одного із видів керівництва комерційним підприємством А.Чендлер-молодший у 1962 році. Науковець досить багато уваги в своїх дослідженнях приділив з'ясуванню зв'язків між стратегією та структурою. Він стверджував, що зміни в структурі йдуть слідом за стратегіями. Після змін у структурі (тобто після переходу до нової ОСУ) починається наступний цикл: стратегії змінюються внаслідок змін у стратегічному мисленні, зумовленому новим етапом розвитку [5, С. 32].

Багато з концепцій, що складають основу сучасного розуміння розвитку стратегії, було розроблено у першій половині двадцятого століття. Прикладом може служити праця Ф.Тейлора з продуктивності, швидке зростання технологій прогнозування та нормування протягом 30-х років, а також розвиток організаційної структури і перехід від орієнтації на виробництво до орієнтації на попит після Другої світової війни. У 1951 р. П.Ньюман став першим, хто показав сутність і важливість стратегії.

Розпочата ним робота була невдовзі продовжена іншими. На початку 60-х років К.Ендрюс, Р.Крістенсен та І.Ансофф заклали основи стратегічного планування, продемонструвавши необхідність співвідносити можливості діяльності компанії з організаційними ресурсами та проілюструвавши користь стратегічних планів [6].

Концептуальні положення, сформульовані Ендрюсом, послужили основою SWOT-аналізу (strengths — сильні сторони, weaknesses — слабкі сторони, opportunities — можливості, threats — загрози).

На думку Генрі Мінцберга, професора менеджменту Мак Гільського університету в Монреалі використанням поняття «стратегія» у різних випадках його однозначного визначення не існує, тому розглядає стратегію як сукупність трактувань (п'ять «П» стратегії): стратегія як план, прийом, стратегія як паттерн (принцип поведінки, стійка схема дій), стратегія як позиція і як перспектива [7].

Відомий спеціаліст зі стратегічного управління А. Томпсон поєднує планові засади стратегії з поведінковими аспектами

організації. В його дослідженнях основу створення і реалізації стратегії підприємства становлять: визначення сфери діяльності і формування стратегічних установок; постановка стратегічних цілей і завдань для їх досягнення; формулювання стратегії для досягнення цілей і результатів діяльності виробництва; реалізація стратегічного плану; оцінка результатів діяльності і зміна стратегічного плану або методів його реалізації.

Загально визнаним лідером розробки підходів до конкурентного аналізу вважається М. Портер - професор Гарвардської школи бізнесу. Він визначив 5 сил конкуренції в галузі, до яких входять існуючі конкуренти в галузі, потенційно-можливі конкуренти, товари-субститути, постачальники та споживачі.

Найпоширенішим інструментом стратегічного менеджменту для визначення напрямків зростання бізнесу є відповідна матриця, що запропонована Ігорем Ансоффом вперше була представлена в 1957 році в *Harvard Business Review*. При цьому розглядаються 4 можливі стратегії зростання бізнесу: стратегія проникнення на ринок (ринкова стратегія проникнення): означає, що зростання буде відбуватися в напрямку збільшення частки нинішнього товарного ринку; стратегія розвитку ринку (ринкова стратегія розвитку): означає, що компанія буде рости за рахунок розвитку попиту на нових ринках; стратегія розвитку товару (продукт стратегія розвитку): означає, що джерелом зростання компанії є зростання попиту на нові продукти; стратегія диверсифікації (диверсифікація стратегії) означає оновлення товарного ряду і вихід на нові ринки одночасно.

З часом, дослідники остаточно переконались в тому, що розробку стратегії не можна сприймати як стандартний механізм проектування, тому що різні компанії мають власні сильні та слабкі сторони, можливості та загрози, що спонукає до розробки різних стратегій та її впровадження.

Тому запровадження системи стратегічного управління в Україні і є об'єктивно необхідним процесом у сфері організації управління бізнесом, який здатний підвищити готовність підприємницьких організацій адекватно реагувати на непередбачені зміни і сприятиме обґрунтованому, узгодженому вирішенню як поточних так і стратегічних проблем. В основу цього процесу необхідно покласти наявний іноземний досвід в сфері стратегічного управління і забезпечити творче перенесення його, з урахуванням особливостей розвитку економіки України, на вітчизняні підприємства щоб допомогти їм у становленні необхідних виробництв і зростанні їх ефективності.

Література.

1. Лакер А. Д. Стратегическое рыночное управление. Бизнес-стратегии для успешного менеджмента / Лакер А. Д.; пер. с англ.; под ред. Ю.Н. Каптуревского. - СПб.: Питер, 2002. - 544 с.
2. Ансофф И. Стратегическое управление / Ансофф И.; сокр.пер. с англ.; науч.ред. и авт. предисл. Л.И. Евенко. – М.: Экономика, 1989. – 519 с.
3. Ансофф И., Новая корпоративная стратегия / Ансофф И.; пер с англ., гл. ред. В.Усманов. - СПб: ПитерКом, 1999. – 416 с.
4. Белошапка В.А. Стратегическое управление: принципы и международная практика / Белошапка В.А., Загорий Г.В. – К.: Абсолют-В, 1998. – 352 с.
5. Василенко В.О. Стратегічне управління: [навч. посібник] / Василенко В.О., Ткаченко Т.І. - К.: ЦУЛ, 2003. – 396 с.
6. Люкшинов А. Н. Стратегический менеджмент: Учебное пособие для вузов. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2000. – 375 с
7. Минцберг Г., Куинн Дж. Б., Гошал С. Стратегический процессе / Пер. с англ. под ред. Ю. Н. Каптуревского.- СПб.: Питер, 2001. – 688 с., С. 33
8. Фролова В.Ю. Стратегічний підхід в управлінні конкурентоспроможністю підприємства [Електронний ресурс] / В.Ю. Фролова. – Режим доступу: <http://ea.dgtu.donetsk.ua:8080/jspui/bitstream>

ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ УПРАВЛІННЯ ЯКІСТЮ ВИРОБНИЦТВА ПШЕНИЦІ

ГОЖА О.М., МАГІСТРАНТ*,

**ХАРКІВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ТЕХНІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
СІЛЬСЬКОГО ГОСПОДАРСТВА ІМЕНІ ПЕТРА ВАСИЛЕНКА**

Найважливішим чинником для підвищення рівня конкурентоспроможності, економічної, соціальної і екологічної безпеки є питання якості. Якість – комплексне поняття, що характеризує ефективність всіх сторін діяльності: розробка стратегії, організація виробництва, маркетинг та ін.

Якість продукції на сучасному етапі — це поняття, яке характеризує параметричні, споживчі, технологічні, експлуатаційні,

* Науковий керівник – Дудник О.В., ст. викладач