

**С.О. Малюк, канд. екон. наук, старш. викладач
Миколаївський інститут права Національного університету
«Одеська юридична академія»**

ГЕНЕЗИС ПОНЯТТЯ СТРАТЕГІЧНОГО ПЛАНУВАННЯ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ

Постановка проблеми. Стратегічне планування та менеджмент протягом кількох десятиліть є одним із загальноновизнаних напрямків розвитку економічної науки в промислово розвинених країнах. Для України, у якій стратегічне планування та управління перебуває ще на стадії становлення, особливого значення набуває розробка адаптованої до нашого бізнес-середовища вітчизняної концепції, з урахуванням аналізу й критичного осмислення закордонного досвіду в даній сфері досліджень.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Визначенню сутності та еволюції поняття «стратегічного планування» присвячені праці таких вітчизняних та зарубіжних вчених, як О.П. Романко [1], Н.І. Соловійова [2], Ю.Б. Корольов, В.Д. Коротнєв, Г.Н. Кочетова [4], В.А. Рульєв, С.О. Гуткевич [5], Г. Мінцберг, Б. Альстрєнд, Д. Лемпел [3], А.Д. Чандлер [6], К. Ендрюс [7], І. Ансофф [8], Г. Стейнер [9]. Разом з тим, недостатньо дослідженими залишаються окремі питання стосовно ефективного запровадження стратегічного планування на пострадянському просторі, що і зумовлює мету даного дослідження.

Формулювання цілей статті. Метою є дослідження та аналіз еволюції поняття «стратегічне планування» у працях зарубіжних та вітчизняних науковців, а також можливості адаптації цих напрацювань до економічних реалій вітчизняних підприємств.

Виклад основного матеріалу досліджень. Історично виникнення стратегічного планування розвитку підприємства (фірми) в умовах ринкової економіки можна віднести до 50-х років ХХ ст. Спочатку воно виступало як довгострокове планування, коли провідним було твердження про перенесення тенденцій розвитку підприємства на майбутнє. При такому підході найбільш значні результати досягалися на стадії економічного підйому, коли тенденції зростання прогнозувалися на перспективу. У цьому випадку ресурсне забезпечення підприємства розглядалося, або як використання вже накопиченого потенціалу для одержання додаткового прибутку, або як накопичення ресурсів для можливого «прориву» у майбутньому.

Разом з тим до початку 60-х років зовнішнє ділове навколишнє середовище для підприємств стало недостатньо стабільним, щоб трендові характеристики могли давати реалістичні результати. Зросла конкуренція, виникла необхідність перегляду і розробки нових концептуальних положень в сфері довгострокового планування розвитку підприємства. Відповідно до цього планування стало носити цільовий характер, коли ресурси розглядалися як засіб досягнення цілей, а план являв собою набір можливих альтернатив на основі прогнозованих змін зовнішнього ділового навколишнього середовища. Даний напрямок планової діяльності одержав назву «стратегічне планування» (strategic planning), яке і стало застосовуватися процвітаючими фірмами промислово розвинених країн.

Вітчизняні вчені трактують стратегічне планування як формалізований засіб прогнозування майбутнього, який спрямований на передбачення наслідків впливу зовнішніх і внутрішніх непередбачувальних чинників на можливість та мету підприємства [1, с. 120]. Погоджуючись з думкою Соловйової Н.І., наголошуємо на тому, що на сьогоденньому етапі розвитку стратегічне планування не тільки дає можливість краще вивчити середовище своєї діяльності, власні потенційні можливості і обмеження, але й впливає на умови діяльності та створює їх [2, с. 10].

Узагальнюючи наукові дослідження з питань стратегічного планування та управління, Г. Мінцберг, Б. Альстренд і Д. Лемпел у своїй роботі «Школи стратегій» виділяють десять основних шкіл стратегій:

1) Школа дизайну (Ф. Селзник, А.Д. Чандлер, СР. Кристенсен, Дж.Л. Боуэр, Р.Г. Хамермеш, М. Портер).

2) Школа планування (І. Ансофф, П. Лоранж, Д. Стейнер, Мендель, С. Хофер, Р. Акофф).

3) Школа позиціонування (М. Портер, Р. Кац, Б. Джеймс)

4) Школа підприємництва (Шумпетер, А. Коул, К. Найт).

5) Когнітивна школа (М. Лайлс, Р.К. Рeger, Є. Хафф, М. Томас)

6) Школа навчання (Р. Лапьер, Ч. Линдблом, Г. Рэпп, Р. Нельсон, С. Уинтер).

7) Школа влади (А. Макміллан, Д. Сарразін, Є. Петтігрю, Поуер, Й. Доза).

8) Школа культури (Д. Джонсон, Дж. Спендер, К. Рот, Ф. Рігер).

9) Школа зовнішнього середовища (М. Ханнан, Дж. Фрімен, У. Естлі).

10) Школа конфігурації (Хандавалла, Д. Міллер, Р. Майлс, К. Сноу) [3, с. 79].

Загальноновизнаними «батьками» стратегічного планування вважають таких вчених як А.Д. Чандлер, К. Ендрюс і І. Ансофф. Досліджуючи генезис поняття «стратегічного планування» слід визначити внесок кожного з них окремо.

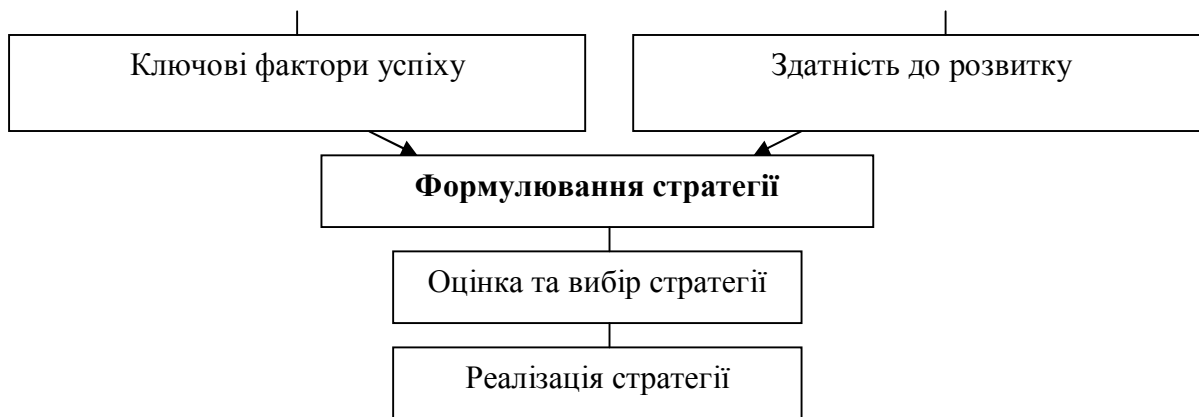
А.Д. Чандлер першим в рамках історичного аналізу досліджував генезис фірми через співвідношення зовнішнього оточення, стратегії розвитку й організаційної структури управління. Він запровадив визначення поняття «стратегія», яке є ключовим у теорії стратегічного планування та управління. Під стратегією А.Д. Чандлер розуміє «визначення основних довгострокових цілей і завдань підприємства, затвердження курсу дій та розподіл ресурсів, необхідних для досягнення цих цілей» [6, с. 28].

Основною базовою моделлю стратегічного планування прийнято вважати модель Гарвардської школи бізнесу (Гарвардської групи), лідером якої по праву вважається К. Ендрюс. Ця модель розроблялася американськими дослідниками протягом досить тривалого періоду часу. Г. Мінцберг називає цю модель «моделлю школи проектування», оскільки в її основі лежить упевненість у тому, що формулювання стратегії як процес спирається на кілька базових постулатів, які у своїй сукупності забезпечують «проектування стратегії» [3, с. 158].

Схема даної моделі формування стратегічного плану наведена на рисунку.

Модель формування стратегічного плану, запропонована І. Ансоффом, має дві принципові відмінності від моделі Гарвардської групи. Першою відмінністю є те, що І. Ансофф запроваджує у процесі стратегічного планування поняття формалізованих цілей на відміну від неявно виражених цінностей вищого керівництва в моделі Гарвардської групи. А другою – опис процесу стратегічного планування у вигляді певної формалізованої блок-схеми, яка передбачає докладну розробку списків факторів, що враховуються в процесі прийняття рішень, що і розміщуються у пріоритетному порядку з доданням їм вагових коефіцієнтів, а також різних діаграм і правил вибору тієї або іншої альтернативи [8, с. 47].





Модель Гарвардської групи

Джерело: [7]

Процес стратегічного планування дозволяє забезпечити запровадження інновацій і організаційних змін, необхідних для підвищення конкурентоспроможності підприємства.

В стратегічному плануванні виділяють чотири основних види управлінської діяльності: розподіл ресурсів, адаптація до зовнішнього середовища, внутрішня координація і організаційне стратегічне бачення [4, с. 189]. Розподіл ресурсів включає розподіл фондів, управлінських кадрів і технологічного досвіду. Адаптація до зовнішнього середовища включає всі дії стратегічного характеру, які поліпшують відношення організації з оточенням. Необхідно адаптуватися як до сприятливих зовнішніх умов, так і до небезпечних, визначати відповідні варіанти, які забезпечать ефективне пристосування стратегії до зовнішніх умов. Внутрішня координація включає координацію стратегічної діяльності для врахування сильних і слабких сторін організації в цілях досягнення ефективною інтеграції внутрішніх операцій. Організаційне стратегічне бачення – передбачає системне вивчення менеджерами минулих стратегічних рішень. Здатність менеджерів вчитися на досвіді дає можливість правильно скорегувати стратегічні напрямки організації і підвищити якість управління [5, с. 201].

Стратегічне планування як нова форма планової діяльності передбачає розробку цілей розвитку будь-якого елемента національної економіки на основі аналізу розвитку самого елемента й зовнішнього навколишнього середовища, формування основних напрямків досягнення поставлених цілей і їх ресурсного забезпечення. Об'єктом стратегічного планування є діяльність господарюючих суб'єктів, структурних елементів національної економіки або національної економіки в цілому.

На думку Г. Стейнера, «предметом, яким може займатися стратегічне планування, є будь-яка діяльність, що стосується підприємництва» [9,

с. 103]. Стратегічне планування займається вивченням можливостей використання в практичній діяльності по складанню бізнес-планів об'єктивних законів, що визначають розвиток окремого підприємства та економіки в цілому.

Висновки. За результатами проведеного дослідження можна зробити наступні висновки:

- стратегічне планування це особливий вид планової роботи, який полягає у розробці і реалізації стратегій;

- стратегічне планування включає чотири види управлінської діяльності: розподіл ресурсів, адаптація до зовнішнього середовища, внутрішня координація і організаційне стратегічне бачення;

- стосовно адаптації зазначених моделей стратегічного планування до вітчизняних підприємств, то на нашу думку, найбільш прийнятною є модель І. Ансоффа: по-перше, у цій моделі передбачається більш конкретизований підхід до визначення цілей, по-друге, сам процес стратегічного планування передбачає докладну розробку списків факторів (більше 50-ти), які розміщуються у пріоритетному порядку, що і дає змогу пристосувати зазначену модель до будь-якого підприємства на різних етапах його розвитку.

Бібліографічний список: 1. Романко О.П. Стратегічне планування конкурентоспроможності машинобудівних підприємств / О.П. Романко // Науковий вісник Івано-Франківського національно-технічного університету нафти і газу. – 2008. – № 1(17). – С. 119-122. 2. Соловійова Н.І. Інфокомунікаційна мережа інтегрованої системи фінансового прогнозування в аграрному секторі / Н.І. Соловійова// Економіка АПК. – 2010. – № 13. – С.9-13. 3. Мінцберг Г. Школи стратегій / Г. Мінцберг, Б. Альстренд, Д. Лемпел. – Санкт-Петербург: Пітер, 2002. – 336 с. 4. Менеджмент в АПК / Ю.Б. Королев, В.Д. Коротнев, Г.Н. Кочетова и др. – М.: Колос С, 2007. – 424 с. 5. Рудьєв В.А. Менеджмент: навч. посібник / В.А. Рудьєв, С.О. Гуткевич. – К.: Центр навч. л-ри, 2011. – 312 с. 6. Chandler A. Strategy and Structure. – Cambridge, MIT Press, Mass., 1962. 7. Cristensen C. R., Andrews K. R., Bower I. L. Business Policy: Text and Cases. Homewood (Ill), Irwin., 1960. 8. Ansoff H. I. Corporate Strategy. – Penguin Books, Middlesex, 1981. 9. Steiner G.A. Strategic Planning: What Every Manager Must Know. – NY, Free Press, 1979.

Малюк С.А. Генезис понятия стратегического планирования деятельности предприятий. В статье исследована эволюция понятия «стратегического планирования» в научных трудах зарубежных и

отечественных ученых. Проанализированы возможности адаптации зарубежного опыта к экономическим реалиям отечественных предприятий.

Mal'uk S. The genesis of strategic planning of the enterprises activity concept. The article studies the evolution of the concept of «strategic planning» in the scientific works of foreign and native scientists. It was analyzed possibilities of adaptation of foreign experience to the economic realities of native enterprises.