Сучасні стратегічні форми управління організацією

Сергій Зайцев
здобувач освітньої програми «Маркетинг»,
ВНЗ «Університет економіки та права «КРОК», м. Київ, Україна,
e-mail: ZaitsevSO@krok.edu.ua
Ганна Пазєєва
к.е.н., доцент,
аступник завідувача кафедри управлінських технологій,
ВНЗ «Університет економіки та права «КРОК», м. Київ, Україна,
e-mail: PazeevaA@krok.edu.ua,
ORCID: 0000-0002-6557-6890

Актуальність дослідження: У сучасному світі економічні підприємства повинні працювати у нестабільному економічному середовищі. Приклад COVID-19 ніхто не міг припустити, що буде пандемія такого масштабу. Компаніям довелося працювати в напружені часи, шукати рішення, як не втратити своїх клієнтів. Компанії які не змогли знайти рішення і не були готові до таких умов праці, стали банкрутами. Тому компаніям ще на початку створення треба чітко визначити ціль діяльності і так само чітко встановити шляхи її досягнення та подальшого втримання заданого курсу. Зрозуміло, що кожне підприємство за мету встановлює досягнення прибутку, але саме правильна стратегія забезпечить досягнення високих доходів. Адже не можна отримати прибуток не розуміючи, за якими методами, способами буде досягнуто. Підприємець, який буде створювати стратегію для своєї компанії. Він або вона буде читати та аналізувати праці вчених з цієї теми та може стикнутись з різними думками вчених. Кожен вчений пише по різному, як треба створювати стратегію, передбачити всі можливі загрози та підготуватися заздалегідь або можливо йти правилам які були створені дивлячись з циклічністю проблеми. Тому наша мета проаналізувати думку всіх вчених та пояснити, систематизувати що ж таке це стратегія.

Об'єктом дослідження: є стратегія підприємства.

Предметом дослідження: є теоретичні та практичні аспекти поняття стратегії управління підприємством.

Метою дослідження: є аналіз сучасних стратегічних форм управління організацією.

Виходячи з мети дослідження перед нам необхідно вирішити наступні задачі:

• проаналізувати теоретичні підходи до поняття стратегія, стратегія підприємства;

• дослідити існуючі форми управління організацією;

• запропонувати сучасні шляхи стратегічних форм управління організацією

Методологія дослідження: У роботі використовуються методи аналізу, узагальнення дедукції, пояснення, класифікація, спостереження та опис.

Етапи та результати дослідження: Уперше термін стратегія запозичив у військових і використав у економіці для визначення одного із видів керівництва

будь-яким комерційним підприємством А. Чендлер [1] – молодший. Він був першим, хто зумів систематизувати відомості про розвиток сучасного великого бізнесу і, таким чином, багато в чому сприяв формуванню нашого розуміння таких важливих понять як "стратегія підприємства", "структура організації" та "організаційні здібності".

Так М. Портер [2] зазначив, що стратегія підприємства – це систематичний план його потенційної поведінки в умовах неповноти інформації про майбутній розвиток середовища та підприємництва, що включає формування місії, довгострокових цілей, а також шляхів і правил прийняття рішень для найбільш ефективного використання стратегічних ресурсів, сильних сторін і можливостей, усунення слабких сторін та захист від загроз зовнішнього середовища задля майбутньої прибутковості.

Детально розповідав першопричину та історію стратегічного планування від самого зародження до занепаду Г. Мінцберг. На його думку дуже важливо переглянути процес створення стратегій, наголосивши на неформальному навчанні та особистому баченні. Він пропонує нові визначення планування і стратегії та нестандартним способом розглядає різні моделі стратегічного планування та причини, через які ці моделі виявилися недієвими. Аналізуючи так звані підводні каменів планування, Г. Мінцберг демонструє, як цей процес сам собою може зруйнувати інтерес працівників до праці, звузити бачення компанії, заохотити до змін та сприяти розвитку інтриг усередині компанії. Описує три основні припущення цього процесу, які виявилися хибними:

• що різкі зміни можна передбачити,

• що розробники стратегії можуть працювати окремо від поточної діяльності організації,

• що власне процес вироблення стратегії можна формалізувати.

Значну увагу Мінцберг Г. [3] присвячує описові нової ролі планування, планів і планувальників, але не в процесі вироблення стратегій, а навколо нього, як підпори, що забезпечує необхідні ресурси та часом визначає результати, а також заохочує до стратегічного мислення взагалі.

Саме І. Ансофф [4] поставив під сумнів колишні методи довгострокового планування і запропонував модель стратегічного планування. Розглядавши стратегію як набір правил для прийняття рішень, якими організація керується у своїй діяльності. Він створив "всеосяжну багатофакторну теорію управління стратегічною поведінкою" організацій, які обслуговують зовнішнє середовище. У межах цієї теорії було розроблено "теоретична парадигма можливого стратегічного успіху", у якій висуваються різні гіпотези успішного поведінки фірм за різних рівнях зовнішньої турбулентності. Створив поняття "парасолька парадигм",якеуточнюєсферуобґрунтованостізастосуванняформулстратегічного успіху, запропонованих іншими дослідниками. Використовуючи цю парадигму як наріжний камінь теоретичних побудов, вчений створив і перевірив метод всеосяжного стратегічного управління ("стратегічний менеджмент у реальному часі"), який може використовуватися для оптимізації майбутнього потенціалу

прибутковості бізнес-підприємств.

Відповідно з Г. Мінцберг [3] сформулювали та систематизували поняття стратегічне планування – це процес формування стратегії, тобто аналітичний, адаптивний процес, що проводиться в умовах нестабільності і швидких змін, за допомогою якого здійснюється регулярна розробка та корекція місії, довгострокових цілей, набору системи довгострокових (стратегічних) планів, а також шляхів і засобів їх виконання на основі безперервного контролю та оцінювання змін, що відбуваються у зовнішньому та внутрішньому середовищі підприємства.

Проаналізувавши думки вчених їх погляди на створення стратегії можна стверджувати, що стратегія управління здійснюється в контексті місії організації, і його фундаментальна задача створення такої динамічної системи управління. В умовах нестабільності і швидких змін середовища за допомогою розробки і впровадження ефективних стратегій забезпечила б високу конкуренто стійкість підприємства і досягнення ним довгострокових, стратегічних цілей. В площині цілей воно вимальовує загальні контури майбутнього організації; в якості засобів - показує, як ця ціль повинна досягатися.

Отже, стратегічне управління [5] - це прогнозне управління, пов'язане з розробкою і концептуалізацією уявлень про те, куди прямує організація. Стратегічне управління повинне суміщатися з практикою поточного управління. Завжди необхідно пам'ятати, що стратегія це засіб для створення додаткової вартості. Однією з умов формулювання фірмою своєї стратегії є виникнення раптових змін в навколишньому середовищі, а саме насичення ринку певною продукцією, технологічні зрушення, непередбачений успіх нового товару, поява численних нових конкурентів і т. д. Саме сучасний керівник повинен чітко усвідомлювати широке і довгострокове бачення перспектив руху свого підприємства, також розуміти, що саме він відповідає, по-перше, за планування стратегії та що буде найбільш корисним для впровадження стратегії і, по-друге, за те, щоб управління будувалось, додаючи значну вартість до результатів, які отримує організація. Маючи перед собою такі труднощі, керівники повинні вирішувати дві надзвичайно критичні проблеми:

• вибрати новий напрямок росту із багатьох альтернатив, які важко підлягають оцінці;

• направити зусилля численного колективу в потрібне русло.

Відповідь на ці питання і розкриває сутність розробки та реалізації стратегії. В такі моменти стратегія становиться життєво необхідним управлінським інструментом, за допомогою якого фірма може протистояти зміні умов навколишнього середовища.

Ключові слова: менеджмент; стратегія; форми управління; управління організацією.

Список використаних джерел

1. Ackoff R. Concept of Corporate Planning / R. Ackoff. – New York : Wiley, 1970. onlinelibrary. wiley.com.

2. Портер М. Конкурентна стратегія. Методика аналізу галузей та конкурентів, М.: АльпінаПабліше, 2014. - 589 с. online.kz.

3. Мінцберг Г. Зліт та падіння стратегічного планування / Г. Мінцберг. – К. : Вид-во Олексія-Капусти. – 2008. – 389 с. http://academy.gov.ua/.

4. Ансофф І. Стратегічнеуправління: скор. пров. з англ. / І. Ансофф; за ред. Л.І. Євенко. - М.: Економіка, 1989. - 519 с. http://econjournal.vsau.org/.