

## **ЕВОЛЮЦІЙНИЙ ПІДХІД ДО РОЗВИТКУ ТЕОРІЇ СТРАТЕГІЇ ПІДПРИЄМСТВА**

Ліквідація адміністративно-командної системи управління відкрила шлях для впровадження в Україні новітніх досягнень науки менеджменту, накопиченого у світі протягом багатьох десятиліть досвіду раціональної організації функціонування і розвитку підприємств. Стратегічний менеджмент як наукова галузь, а також як напрям практичної діяльності у розвинених країнах існує та еволюціонує вже майже півстоліття. За цей час відповідно сформувалася і досягла певного рівня розвитку теорія стратегії підприємства.

Дослідження теоретичних і практичних аспектів формування та розвитку стратегії досліджуються у наукових працях О.І. Амоші, Є.А. Бельтюкова, А.Е. Воронкової, В.М. Гейця, А.О. Задю, П.Г. Перерви, А.Г. Янкового та інших. Проте питання еволюційного підходу до розвитку теорії стратегії до цього часу залишаються недостатньо вивченими та потребують подальшого висвітлення.

Початком формування стратегії підприємства як сфери наукової та практичної діяльності можна вважати 1911 р.: саме тоді в Гарварді почали викладати курс бізнесової політики. Однак протягом наступних майже 40 років стратегія зводилася лише до формулювання правил здорового глузду. Багато публікацій, що з'явилися в зарубіжній пресі до 1950 р., були написані керівниками фірм і компаній або їх радниками, в яких вони розповідали про свою кар'єру та визначали деякі основні принципи

успіху. У плані теоретичних узагальнень ці публікації досить обмежені. Бізнес-успіх нерідко мав специфічний характер, його передумови і фактори було не просто розглядати в інших галузевих або територіальних умовах. До того ж умови бізнесу змінювалися також у часі, а керівники, що прийшли на зміну своїм попередникам, дещо з цих рецептів могли використовувати.

Передумови для впровадження нових методологічних підходів орієнтації виникли у 50-х роках. Саме в цей період великі фірми, насамперед американські, зіштовхнулися з серйозною потребою мати достатні потужності для того, щоб протистояти експансії. Але змінилися умови господарювання, сповільнилися темпи зростання, загострилася конкуренція, підсилювалися диверсифікаційні процеси. І саме в період 60-х - початку 70-х років як відповідь на зміни в бізнес-середовищі з'явилися та стали активно розвиватися концепція та методи стратегічного планування та управління.

На початку 60-х років минулого сторіччя з'явилася робота А. Д. Чандлера «Стратегія і структура» [5], що розпочала процес розгортання теоретичних і практичних досліджень, становлення даної галузі знань. Серед перших і найбільш видатних робіт варто вказати на книгу І. Ансоффа «Корпоративна стратегія» [4], що оцінюється багатьма авторами як перша наукова праця зі стратегії.

Варто підкреслити, що початковий етап характеризувався тим, що майже всі

дослідження того часу мали явно виражений позитивний характер. Разом з тим саме у 60-х роках у даній сфері науки та практики почали формуватися дві школи: школа стратегії підприємства та школа його загальної політики. За своєю сутністю, а також згідно з вихідними теоретичними позиціями ці дві течії можна було б назвати (і згодом це підтвердилося), відповідно, школою стратегії за змістом і школою стратегії як процес. На рівні вихідного визначення можна вважати, що перша школа базується на тому, що діяльність підприємства підпорядковується досягненню стратегічних цілей, а друга школа керується тим, що принципи рішення приймаються і виконуються відповідно до визначених правил.

Другий етап характеризувався виходом на перші ролі економічної теорії індустріальної організації, що стала основою аналізу проблем підприємств, особливо тих, які тісно пов'язані з даною галуззю. Досліджувалися питання концентрації галузі, бар'єрів входу-виходу, структури витрат і ціни, економії на масштабах, інвестиційних рішень, вертикальної інтеграції, коефіцієнтів: прибутковості і складових зростань. Нова хвиля економістів-теоретиків, що відносно пізніше зацікавилися питаннями стратегії підприємств, складалася з прихильників теорії ігор. Вони вважали головними ті питання, які перш за все пов'язані з діяльністю галузевих супротивників конкурентного середовища. Однак основним недоліком рекомендацій в ранній літературі зі стратегії підприємств є подання тільки загальних принципів, які ведуть підприємства до успіху. На тлі різких ускладнень щодо здійснення ефективних передбачень, ураховуючи зазначені причини, стали очевидними занадто загальний характер і неструктурованість

робіт, на яких ґрунтується стратегія підприємства.

З початку 80-х років (початок третього, нинішнього етапу) наукова діяльність у сфері стратегічного менеджменту почала розвиватися надто швидко, ідеї стратегії набували все більшого поширення та впровадження на підприємствах. Під впливом робіт М. Портера стратегія підприємства набуває більш чіткої концептуальності [2]. Для цього етапу характерна досить вагома наукова підтримка, практичного втілення набуває загальна схема розвитку підприємства, що охоплює основні етапи його створення, становлення та зростання.

Конкретизація основ діяльності підприємства на принципах виділення та організації управління сполученнями «продукт - ринок» відбулася та вдосконалюється на даний час в усіх сучасних системах управління з відповідним цим принципам інструментарієм. Саме прийняття та розвиток даної концепції в основному пояснюють виникнення, зростання та успішність діяльності багатьох консалтингових фірм і насамперед таких всесвітньо відомих, як: Бостонська консалтингова група Мак Кінзі, Артур Д. Літл тощо. Різні консалтингові фірми пропонували власні моделі та управлінські підходи, але значною мірою вони зробили певний внесок у розвиток школи стратегії за змістом.

Сьогодні організація і здійснення стратегічного управління базуються на визначенні сполучень «продукт - ринок», способах їх перегрупування, встановленні центрів, зон господарювання або стратегічних напрямів діяльності.

У цілому третій етап становлення і розвитку теорії стратегії підприємств відрізняється ще й формуванням біхевіористичного напрямку досліджень.

Його представники сфокусували увагу не на оптимізації рішень та рівновазі підприємства, а на функціонуванні та виживанні суб'єкта господарювання за аспектами поведінки. На цей же період припадає і поява (або логічне продовження попередніх теоретичних досліджень) нових принципових положень і акцентів у розробці теорії стратегії. Мова йде про роботи Г. Гамеля і К. Прахалада [3], у яких автори заявляють про необхідність переорієнтувати стратегічний аналіз, розробку і виконання стратегії підприємства на формування і нарощування базових його компетенцій, тобто перевага ними надається внутрішньо орієнтованому підходу.

Концепція стратегічних намірів і базових компетенцій набула подальшого розвитку і сьогодні виступає у складі концепції стратегічної платформи, що була вперше представлена директором Бостонської консалтингової групи Ж. Міланом [6]. Стратегічна платформа підприємства поєднує базові компетенції та його організаційні можливості таким чином, щоб можна було забезпечити підприємству тривалу конкурентоспроможність.

Намагаючись намітити шляхи подальшого розвитку теорії стратегії підприємства, М. Портер вважає за необхідне розмежувати її на два напрями: так звану горизонтальну стратегію, що розглядає домінуючу конкурентну позицію через ринковий успіх за певний період і засоби підтримки досягнутої конкурентоспроможності, і вертикальну стратегію як визначений динамічний процес, що приводить до створення певної конкурентної позиції [7].

Наприкінці ХХ - початку ХХІ ст. виникла необхідність знову досліджувати

традиційні парадигми економічної конкурентоспроможності й економічного змагання. Концепції, методи, інструментарій створення і реалізації конкурентоспроможності стратегії підприємства, розроблені у 80-х роках, безсумнівно, залишаються досить корисними. Однак вони вже виглядають трохи неповними, незадовільними або навіть суперечливими в багатьох сучасних стратегічних контекстах.

Подальший розвиток теорії стратегії первинної виробничої ланки, безумовно, буде відбуватися шляхом відновлення загальнотеоретичного фундаменту за умови виконання глибоких аналітичних досліджень практики стратегічної діяльності вітчизняних підприємств, узагальнення досвіду, накопиченого протягом досить тривалого періоду.

### Література

1. Минцберг Г., Кунин Д.Б., Гошал С. Стратегический процесс. – СПб.: Питер, 2001. – С. 112-123.
2. Портер М.Е. Стратегия конкуренции. – К.: Основи, 1998.
3. Прахалад К.К., Гамель Г. Стержневые компетенции корпораций. – СПб.: Питер, 2001.
4. Ansoff I. Corporate Strategy. – New York: McGraw Hill. – 1965.
5. Chandler A.D. Strategy and Structure; Chapters in the History of the Industrial Enterprises. – Cambridge: MIT Press, 1962.
6. Milan G. La plate-forme strategique en environnement instable. Revue Francais de Gestion, Novembre - Decembre 1991. – P. 57-60.
7. Porter M.E. Towards a Dynamic Theory of Strategy // Strategic Management Journal. – 1995, December. – P. 12-26.