

Є.Д. БУЖИНСЬКА, студ., *Н.В. ВАЩЕНКО*, к.е.н., доц., ДНУЕтаГ ім. М. Туган – Барановського

СТРАТЕГІЯ, ЯК ОСНОВНИЙ НАПРЯМОК ДЛЯ ДОСЯГНЕННЯ ЦІЛЕЙ КОМПАНІЇ

Стратегія компанії є одним із ключових чинників, який визначає її вартість. Будь яка компанія, що не має стратегічного обґрунтованих цілей, не може вважатися ефективно діючою в певній галузі бізнесу.

Середовище, у якому функціонують сучасні компанії, висуває серйозні вимоги до управління бізнесом. При цьому одні компанії здійснюють свою діяльність і розвиваються більш успішно, ніж інші. Це можна пояснити тим, що вони по – різному використовують ресурси свого організаційного розвитку за інших рівних умов функціонування. Відсутність знань про тенденції організаційного розвитку не дозволяє ефективно організовувати стратегічне управління. А без цього управління зосереджується тільки навколо розвитку сильних сторін і виняткових здібностей компанії. За відсутності організаційного розвитку це найчастіше не приносить необхідного результату і призводить до зменшення ринкової вартості компанії. Стратегія як спосіб дій стає необхідною в ситуації, коли для прямого досягнення основної мети недостатньо наявних ресурсів. Завданням стратегії є ефективне використання ресурсів для досягнення основної мети компанії. Питання розробки стратегії, стратегічного управління компанією розглянуті в працях таких фахівців, як Г. Мінцберг [1], М. Портер [2], А. Томпсон [3], А.Дж. Стрікленд [3].

Метою дослідження є системний розгляд терміна «стратегія компанії» та визначення найбільш впливових чинників формування дієвої стратегії розвитку компанії, які сприяють збільшенню її ринкової вартості.

Існують різні визначення терміна «стратегія». Стратегія – система організаційних дій і управлінських підходів, які використовують для досягнення організаційних завдань і цілей. Згідно з Г. Мінцбергом, стратегія

включає п'ять основних елементів: план, позиція, хитрість, перспектива, світосприйняття [1]. Варто зазначити, що стратегія – це обґрунтована програма вдосконалення організації бізнесу.

Незапрограмовані рішення відіграють важливу роль під час розробки і реалізації стратегії. Ці рішення приймаються тоді, коли: процедура прийняття рішень є невідпрацьованою, немає достатньо інформації щодо проблеми, альтернативи рішень нечіткі, існує можливість розробки декількох варіантів дій.

Основні відмінності стратегічних рішень від оперативних рішень: довгострокові, а оперативні – короткострокові, використовують інформацію, отриману в умовах високого ступеня невизначеності й ризику, а оперативні – використовують оперативну інформацію, що більш вірогідна, точна, результат складно передбачити, а оперативні – простіше спрогнозувати результат [3].

Чітко визначена стратегія підвищує вартість компанії на ринку. Тому необхідно ретельно виявляти чинники, які суттєво впливають на вартість розробки самої стратегії [3].

Науково – практичні роботи сучасних дослідників у галузі розробки теорії опрацювання стратегічного розвитку організації свідчать про те, що не значна кількість компаній в Україні можуть бути віднесені до таких, які впровадили в практику стратегічне планування, а для більшості воно залишається лише теоретичною концепцією.

Вищезазначене дозволяє зробити висновки, що суть стратегічного планування сприймається неоднозначно. Важливо розуміти, що стратегічне планування – це особливий підхід до управління бізнесом, який забезпечує більш чіткий вибір напрямку розвитку, структурує дії, що дозволяє управляти ризиками.

Список літератури: 1. *Минцберг Г. А.*, Стратегический процесс / под. Ред. Ю.Н. Каптуревского. – Питер, 2001. – 688с. 2. *Портер М.М* Стратегія конкуренції – К.: Основи, 1997. – 680с. 3. *Томпсон А.А., Стрикленд А.Дж* Искусство разработки и реализации стратегии: Учебник для студ. – М.: ЮНИТИ, 1998. – 576с.