

Ключевые слова: *поточное строительство, универсальные машины, матричный способ расчета потоков, оптимизация потоков.*

I.D. Ivanejko, Y.M. Oleksiv

Balancing the terms of the construction processes execution for the organization of the flow-line conveyer works that involve the usage of universal machines

The article suggests the implementation of the sequenced flow-line conveyer method of carrying out the works that involve universal machines. The constraints for determining the calculated parameters, such as the period of flow-line conveyer deployment and the terms of construction works, have been established. The comparison of efficiency of balancing the execution terms by means of the suggested method and by the alteration of the execution intensity within the construction deadline has been conducted.

Key words: *flow-line conveyer method of construction, universal machines, matrix method of flow-line conveyer computations, optimization of flow-line conveyer.*

УДК 69.003:658.015

Ю.О. Юрченко

канд. економ. наук

КЛАСИФІКАЦІЙНІ АСПЕКТИ СТРАТЕГІЇ БУДІВЕЛЬНИХ ПІДПРИЄМСТВ

У статті узагальнені теоретико-методологічні положення та аспекти класифікації стратегії будівельних підприємств, включаючи її сутнісну характеристику та функціональне призначення.

Ключові слова: *місія, стратегія, класифікація стратегій, корпоративна стратегія, функціональна стратегія, операційна стратегія.*

Актуальність. У сучасних умовах функціонування економіки діяльність будівельних підприємств повинна бути заснована на обґрунтованому виборі напрямків їх подальшого стратегічного розвитку з метою врахування та прогнозування майбутніх змін динамічного внутрішнього та зовнішнього середовища.

Дослідженню теоретико-методологічних аспектів, пов'язаних з класифікацією та вибором стратегії будівельного підприємства присвячені праці багатьох вітчизняних та зарубіжних вчених, зокрема: Д. Аакера, І. Ансоффа, Дж. Барні, К. Боумена, Т. Головка, Р. Гранта, Б.Карлоффа, Ж.-Ж. Ламбена, Г. Мінцберга, А. Наливайка, К. Омае, М. Портера, Дж. Стоунхаус, А. Дж. Стрікленд, Д. Тіса, А.А.Томпсона, Д. Хассі, А. Чандлера, Д. Шендель, З. Шершньової, К. Ендрюса та ін. Саме тому дослідження класифікаційних аспектів стратегії будівельного підприємства є актуальними і становлять науковий та практичний інтерес.

Метою статті є визначення теоретико-методологічних положень та аспектів підходів до класифікації стратегії будівельних підприємств.

Виклад основного матеріалу. Багатосапектність, багатовимірність та комплексність стратегії як економічної категорії пояснює наявність сукупності різноманітних підходів до її визначення у вітчизняній та зарубіжній науковій літературі. Зокрема, А. Стрікленд та А. Томпсон у своїх працях визначають стратегію як план управління підприємством, спрямований на зміцнення його позицій, задоволення потреб споживачів і досягнення поставлених цілей [5, с. 121].

З.Е. Шершньова, С.В. Оборська під стратегією розуміють довгостроковий курс розвитку фірми, спосіб досягнення цілей, які вона визначає для себе, керуючись власними міркуваннями у межах своєї політики [6].

А. Наливайко характеризує стратегію як встановлений та переглянутий набір напрямків діяльності (мети та способів досягнення) для забезпечення поновлюваної відмітності та прибутковості [4].

М. Мескон, М. Альберт і Ф. Хедоурі визначають стратегію як детальний всебічний комплексний план, призначений для того, щоб забезпечити реалізацію місії організації і досягнення її цілей [2, с. 65].

Р. Каплан і Д. Нортон визначають стратегію як набір гіпотез про причини і наслідки [3, с.105]. М. Портер, використовуючи ідею ланцюжка цінностей, пропонував стратегію розглядати як аналіз внутрішніх процесів та взаємодій між різними складовими організації для того щоб визначити, як і де додається цінність. При цьому стратегія – це позиціонування організації щодо галузевого середовища [6, с. 256].

Єршова Р.А. визначає стратегію як здатність підприємства виробляти користуються попитом при ефективному використанні виробничого, кадрового і фінансового потенціалів.

За визначенням К. Р. Ендрюса під стратегією розуміється встановлення ідеальної аналітичної мети, для досягнення якої здійснюється ідентифікація складових ринкових можливостей підприємства, його загальної компетенції та ресурсів, власних цінностей та прагнень, підтвердження зобов'язань підприємства перед суспільством та його членами [5].

Пічурін І.І. дає наступне визначення конкурентної стратегії: це реальна і потенційна здатність підприємства, а також наявних у нього для цього можливостей проектувати, виготовляти та збувати товари, які за своїми ціновими та неціновими характеристиками в комплексі більш привабливі для споживачів, ніж товари конкурентів.

Таким чином можна зробити висновок, що теоретична основа стратегії будівельних підприємств не визначена однозначно: це система цілей, набір правил, план, напрямок. У той же час існуючі визначення погоджуються в тому, що стратегія має довгостроковий і цілеспрямований характер. При цьому основними характеристиками стратегії як економічної категорії є: цілеспрямованість, системний підхід, довгострокова перспектива, плановість.

Стратегія будівельного підприємства – це комплексний інструмент стратегічного управління, сукупність стратегічних управлінських рішень, які визначені у комплексній програмі дій, яка визначає пріоритети та стратегічні напрямки діяльності будівельного підприємства і спрямована на досягнення визначених довгострокових цілей за умови оптимального використання

внутрішнього потенціалу та адаптації до зовнішнього середовища. За своєю сутністю стратегія будівельного підприємства є довгостроковим плановим документом, в якому наводиться також деталізація заходів щодо її досягнення.

Процес розроблення стратегії будівельного підприємства передбачає вибір та обґрунтування такого плану дій на ринку, який дозволить після здійснення діагностики внутрішнього та зовнішнього середовища будівельного підприємства, сформулювати чіткі практичні ефективні рекомендації щодо вибору тих чи інших альтернатив і розробити детальні заходи щодо забезпечення переважно інтенсивного розвитку будівельного підприємства. Формулювання стратегії будівельного підприємства – це процес, що характеризується визначенням стратегічних цілей розвитку будівельного підприємства, аналізом альтернативних методів та засобів їх досягнення, створенням портфеля альтернативних стратегій, вибором оптимальної стратегії, розроблення деталізованих заходів з її реалізації, постійним моніторингом та коригуванням. Складність розроблення стратегії будівельного підприємства пов'язана з необхідністю врахування сукупності динамічних, нечітких, не завжди формалізованих цілей, врахування впливу мінливого внутрішнього та зовнішнього середовища.

Комплексність і складність сутнісної характеристики стратегії будівельного підприємства пояснює наявність різноманітності підходів до її класифікації. В процесі обґрунтування стратегічних напрямків функціонування будівельного підприємства можуть розроблятися різноманітні типи стратегій, які можна класифікувати за наступними класифікаційними ознаками [1-6]:

1. за рівнем управління: корпоративна, ділова (бізнес-стратегія), функціональна (деталізує, підтримує корпоративну і ділову стратегії), операційна (забезпечує досягнення стратегічної мети) стратегії, які у своїй сукупності формують піраміду взаємопов'язаних стратегій;

2. залежно від масштабу розробки: загальнокорпоративна стратегія, допоміжні (функціональні) стратегії;

3. за стадією життєвого циклу будівельного підприємства, розрізняють:

стратегії зростання, стратегії стабілізації, стратегії скорочення та стратегії реструктуризації;

4. в залежності від рівня ієрархічної структури управління будівельного підприємства, на якому розробляються стратегії, розрізняють: загальнокорпоративну; ділову; функціональну; ресурсну; операційну стратегії;

5. іншим прикладом класифікації стратегії за рівнем ієрархії вважається: стратегія компанії в цілому, стратегії бізнес-одиниць або стратегії на рівні бізнесу, функціональні стратегії, які також називають забезпечуючими стратегіями, стратегії команд, робочих груп та працівників.

6. за функціональними видами діяльності будівельного підприємства виділяють: виробничу стратегію, ресурсну стратегію, інноваційну стратегію, логістичну стратегію, маркетингову стратегію, фінансову стратегію, інвестиційну стратегію, стратегію продажу, стратегію соціальної відповідальності підприємства;

7. за характером поведінки на ринку розрізняють: активну та пасивну стратегії;

8. за типом розвитку виділяють: стратегії зростання (включаючи стратегії концентрації, вертикальної інтеграції, диверсифікації), стратегії стабілізації та стратегії захисту (включаючи стратегії збору врожаю, повороту, дивестицій, банкрутства, ліквідації).

9. класифікація стратегій також здійснюється за функціональними видами діяльності: продуктова стратегія (товарно-ринкова, виробнича), стратегія вибору і розвитку технологій, ресурсна стратегія, інноваційна стратегія, логістична стратегія, маркетингова стратегія, стратегія продажу, стратегія досліджень і розробок, фінансова стратегія, інвестиційна стратегія, стратегія соціальної відповідальності. Зазначені стратегії спрямовані на розвиток внутрішнього потенціалу компанії, посилення її чинників, що забезпечують ринковий успіх.

Окремо слід зазначити про підхід, запропонований М. Портером, який розробив класифікацію стратегій на основі генеричних типів. Всі стратегії, відповідно до його концепції, можна розділити на три генеричних типи в залежності від того, чи охоплюють вони весь ринок або окремий вузький сегмент.

Перший генеричний вид - стратегія лідерства за витратами, означає, що всі зусилля компанії зосереджені на виробництві та збуті більш дешевої продукції, ніж конкуренти.

Другий генеричний тип - стратегія диференціації може використовуватись як на широкому ринку, багатьох сегментах, так і на окремому вузькому сегменті ринку. Якщо для стандартного продукту створюється нова якість або властивість, йдеться про стратегію широкої диференціації, якщо на вузькому - виникає третій тип генетичної стратегії.

Третій тип генеричної стратегії - стратегія фокусування, означає зосередження зусиль компанії на вузькому сегменті. Якщо компанія на цьому сегменті намагається досягти конкурентної переваги за рахунок більш низьких витрат в порівнянні з конкурентами, цю стратегію називають фокусуванням на витратах. Якщо на окремому сегменті компанія фокусує (концентрує) свої зусилля на диференціації, зростанні якості і появі нових властивостей в пропонованих нею продуктах і послугах, цю стратегію називають стратегією фокусування на диференціації.

М. Портер стверджує, що компанія повинна вибрати єдину генеричну стратегію і слідувати їй, оскільки, на його думку, не можна домогтися успіху, намагаючись використовувати стратегії диференціації та низьких витрат одночасно.

Висновки. Підсумовуючи все вищезазначене можна зробити висновок, що у сучасних умовах функціонування будівельних підприємств розроблення комплексної обґрунтованої стратегії їх діяльності є безумовним імперативом організаційно-економічного розвитку сучасного будівельного підприємства. Слід також зазначити, що на основі удосконалення та обґрунтованого використання класифікації стратегій будівельного підприємства спрощується процедура вибору відповідної стратегії та механізм її подальшої реалізації.

Список літератури:

1. Ансофф И. Новая корпоративная стратегия / И. Ансофф. – СПб.: Питер, 1999. – 416 с.

2. Мескон М., Альберт М., Хедоури Ф. Основы менеджмента / М. Мескон, М. Альберт, Ф. Хедоури – СПб-Киев: Вильямс, 2008 . – 672 с.

3. Белошапка В. А., Загорий Г. В. Стратегическое управление: Принципы и международная практика / В. Белошапка, Г. Загорий. – К.: Абсолют-В, 1998. – 352 с.

4. Наливайко А. Теорія стратегій підприємства. Сучасний стан та перспективи розвитку : [Монографія] /А. Наливайко. – К. : КНЕУ, 2001. – 227 с.

5. Томпсон А.А. Стратегический менеджмент. Искусство разработки и реализации стратегии / А.А. Томпсон, А. Дж. Стрикленд. – М.: Банки и биржи, ЮНИТИ. – 1998. – 576 с.

6. Шершньова З.Є. Стратегічне управління / З. Є. Шершньова, С.В. Оборська, Ю.М. Ратушний. – К.: КНЕУ, 2004. – 699 с.

Ю.О. Юрченко

Классификационные аспекты стратегии строительных компаний

В статье обобщены теоретико-методологические аспекты классификации стратегии строительных предприятий, включая её сущностную характеристику и функциональное назначение.

Ключевые слова: миссия, стратегия, классификация стратегии, корпоративная стратегия, функциональная стратегия, операционная стратегия.

Y. Yurchenko

Classification aspects of the strategy construction companies

Article summarizes theoretical and methodological aspects of the construction enterprises strategy classification, including its essential features and functionality.

Keywords: economic analysis, mission, strategy, strategy classification, corporate strategy, functional strategy, operating strategy.