

Визначення стратегії інтегрованих корпоративних структур будівельної галузі: концептуальні засади та лінія трансформації

Мамонов К.А., Харківська національна академія міського господарства

Сучасні ринкові умови господарювання України характеризуються системними соціально-економічними диспропорціями, зростанням інфляції, монополізації економіки, низьким технічним і технологічним рівнем виробництва, що негативно впливає на розвиток інтегрованих корпоративних структур будівельної галузі. Поглибила та загострила ці процеси світова економічна й фінансова криза.

В таких умовах, функціонування інтегрованих корпоративних структур будівельної галузі пов'язано з необхідністю визначення науково-методологічних положень щодо розробки і впровадження стратегії формування й використання економічного потенціалу цих підприємств.

В цьому аспекті розглядаються широке коло питань, фундаментальними з яких є теоретико-методологічні підходи щодо визначення стратегії, шляхів її розробки й особливостей впровадження на будівельних підприємствах.

Розвиток категорії «стратегія» в аспекті вирішення економічних і управлінських питань здійснювалось на основі фундаментальних засад, використаних із теорії й практики проведення військових дій. В цьому контексті важливими ознаками категорії «стратегія» є її цільова орієнтованість і функціональне призначення для досягнення переваг.

Відомий американський економіст і спеціаліст із стратегічного управління І. Ансофф чітко вказує на функціональне призначення стратегії як набору правил для прийняття рішень, якими організація керується у своїй діяльності [1].

Розглядаючи принципи побудови організацій, А. Чандлер відзначив важливий аспект, що стратегія визначає структуру. Подібну точку зору розділяє П. Друкер і вказує, що стратегія є спосіб реалізації теорії бізнесу в практичній діяльності, оскільки вона дозволяє організації здійснювати свідомо пошук і використовувати собі у благо будь-який сприятливий збіг обставин [2].

Таким чином, необхідною складовою для забезпечення виробничо-господарської діяльності фірми є стратегія, яка створює передумови розвитку підприємства у майбутньому і впливає на побудову «хребта» організації у вигляді відповідної структури й формується на значній інформаційній базі, що охоплює широке коло питань функціонування фірми. Проте, на наш погляд, вплив стратегії на формування організаційною структури підприємства не носить миттєвий характер, а зміни не відбувається одночасно, оскільки необхідний відповідний період для впровадження стратегічних змін. Слід також врахувати, що важливе значення має і практика реалізації стратегії при формуванні організації. При цьому процес її впровадження має ознаки зворотності, де в ході виробничо-господарської

діяльності організаційні аспекти впливають на формування й реалізацію стратегії.

Слід зазначити, що значна кількість вчених вказують на різноаспектність та багатогранність категорії «стратегія» [3, 4, 5].

В деяких наукових роботах стратегія розглядається як довгостроковий комплексний план управлінських дій для досягнення довгострокових переваг [6, 7]. Цей підхід більшою мірою відображає лише методику формування стратегії як плану дій, що виконується протягом її реалізації. Проте не визначаються підходи щодо врахування перманентних змін, які виникають у динамічно трансформуючому ринковому середовищі. Крім того, як свідчить досвід зарубіжних і вітчизняних компаній, більшість стратегій як планів, розробляються на основі напрямів, особливостей і показників їх діяльності, що були отримані в минулому. Таким чином, розроблена стратегія буде враховувати недоліки і переваги минулих періодів, при відсутності визначення динамічних змін, що можуть відбуватись у ринковому середовищі в майбутньому. Слід також відзначити, що стратегія – це не стільки план і документ у вигляді здійснення відповідних заяв, це система конкретних дій компанії, спрямованих на досягнення стратегічних цілей і переваг у майбутньому.

Обґрунтування теоретико-методологічних засад щодо визначення, формування й реалізації стратегії, дозволило виділити організаційні аспекти, магістральними напрямками яких є довгострокове, якісне визначення шляхів розвитку організації, що відносяться до сфери, коштів і форм її діяльності, системи взаємовідносин. Проте такий підхід відображає лише одну із важливих характеристик – організаційну - в процесі розробки, імплементації й реалізації стратегії на підприємстві.

Важливою ознакою стратегії є її цільова орієнтованість. Цікавим є і погляд Джека Траута, який у визначенні стратегії виділяє ще одну головну її рису, а саме акцентує увагу на формуванні переваг шляхом пошуку унікальності, тобто обґрунтовує її як блискавичну можливість зафіксувати вашу унікальність в умах ваших клієнтів. В цьому контексті, британський дослідник з питань менеджменту М. Гулд вказує на те, що корпоративна стратегія повинна базуватись на використанні переваг материнської компанії над конкурентами.

В аспекті формування категорії «стратегія», важливим є досвід японських корпорацій, філософія формування й розробки якої базується на інноваційності і постійному руху до удосконалення як виробничої, так і організаційної структури, важливості людини (робітника) в цьому процесі й «харизмі» керівника (стратега), простоти формування цілей й відкритість до перманентних змін і трансформацій.

Враховуючи представлені науково-методологічні підходи, трансформаційні ринкові умови та особливості розвитку інтегрованих корпоративних структур будівельної галузі, стратегія визначається як система взаємопов'язаних дій, що впливає на формування їх організаційної структури, динамічно змінюється в умовах ринкових трансформацій і

відкрита для інновацій й удосконалення на основі зміцнення економічного потенціалу з метою забезпечення стратегічних переваг у майбутньому.