

Электронный научный журнал «Век качества» ISSN 2500-1841 <http://www.agequal.ru>

2022, №1 http://www.agequal.ru/pdf/2022/AGE_QUALITY_1_2022.pdf

Ссылка для цитирования этой статьи:

Василенко Ж.А., Оторьян С.А. Особенности разработки стратегии развития предприятия в строительной отрасли // Электронный научный журнал «Век качества». 2022. №1. С. 126-147. Режим доступа: <http://www.agequal.ru/pdf/2022/122009.pdf> (доступ свободный). Загл. с экрана. Яз. рус., англ.

УДК 332.1

Особенности разработки стратегии развития предприятия в строительной отрасли

Василенко Жанна Андреевна,
доцент, кандидат экономических наук,
доцент кафедры «Маркетинг и инженерная экономика»
ФГБОУ ВО «Донской государственный технический университет»
344000, г. Ростов-на-Дону, ул. Социалистическая, 162
jannamary@yandex.ru

Оторьян Светлана Аркадьевна,
магистр, ФГБОУ ВО «Донской государственный технический университет»
344000, г. Ростов-на-Дону, ул. Социалистическая, 162
otoryan.sveta@mail.ru

В данной статье рассмотрены основные положения стратегического управления, проанализированы особенности стратегического управления для предприятий строительной отрасли, так как из-за пандемии отрасль сталкивается с серьезными проблемами. На примере предприятия Юга России – ООО "КМ-Строй" рассматриваются особенности стратегического управления. Авторы доказывают, что, к сожалению, невозможно разработать или выбрать одну универсальную стратегию для всех предприятий строительной отрасли даже одного региона.

Ключевые слова: стратегия, стратегия развития, виды стратегий, методы разработки, строительное предприятие.

Введение

В развитии экономики страны в настоящее время основное место занимает строительная отрасль, которая обладает рядом признаков: капиталоемкость; предоставление новых рабочих мест; необходимый для общества продукт, например, дороги, здания, необходимая инфраструктура и т.д.

Проблемы стратегического управления рассматривали многие ученые, такие как Р. Акоффа, М. Мескона, Г. Минцберг, М. Портера, О.С. Виханской, И.В. Грошева, М.И. Круглова, С.С. Шаталина и др. В их работах представлены и изучены концепции различных стратегий, рассмотрены функции стратегического управления и проведен выбор конкурентных стратегий.

Объектом исследования является стратегическое управление.

Предмет исследования: стратегическое управление на строительном предприятии.

Рассмотрение особенностей разработки стратегии развития предприятия в строительной отрасли (на примере ООО "КМ-Строй") является основной целью исследования.

Для достижения поставленной цели необходимо решить следующие задачи:

- провести исследование теоретических основ разработки стратегии развития строительного предприятия;
- дать краткую характеристику предприятию ООО «КМ–Строй»;
- провести анализ хозяйственной деятельности предприятия.

Особенность данной статьи заключается в обосновании необходимости разработки стратегии развития строительного предприятия с учетом специфики отрасли.

Основная часть

В настоящее время строительная отрасль характеризуется наличием множества разных субъектов, самостоятельных и специфических. Экономическая составляющая строительного сектора неоднородна, это тип системы, который представляет собой овеществленный труд предприятий, занимающихся ремонтом и созданием фондов производственной и непроизводственной ценности. Отметим, что существующая фрагментация не является фактором, способствующим развитию строительной отрасли. Наиболее важными инструментами в развитии и

формировании строительной отрасли являются стратегия и ее прогрессивное планирование.

Для лучшего понимания разницы между понятиями «стратегия» и «стратегия развития» необходимо провести анализ понятийного аппарата. Термин «стратегия» имеет различные интерпретации и не имеет конечного определения, так как мнения авторов являются неоднозначными. После анализа множества понятий «стратегия» можно выделить три группы взглядов:

1. Куинн, Мескон, Альберт, Хедоури, Хангер определяли стратегию как подробный план, рассматривающий все возможные действия предприятия.

2. Томпсон, Стрикленд, Виханской рассматривали стратегию как выбор позиции строительного предприятия на рынке, направления развития, методов увеличения конкурентоспособности предприятия.

3. Чандлер, Басовский, Герчикова утверждали, что стратегия – это система мер, рассчитанная на долгосрочную перспективу и обеспечивающая путь достижения главной цели предприятия.

Исходя из перечисленных подходов, по нашему мнению, обобщающим определением понятию «стратегия», является следующее: стратегия – это подробный всесторонний план, направленный на достижение долгосрочных целей и задач предприятия, а также показывающий направление развития строительного предприятия, его позицию на рынке и методы увеличения конкурентоспособности.

На данный момент важным условием развития и функционирования строительного предприятия является разработка стратегии развития. После анализа множества понятий «стратегия развития» можно выделить два подхода:

1. Шохов, Уткин, Коротков рассматривали стратегию развития как совокупность показателей, которые определяют направления развития предприятия.

2. Каткало, Градов, Круглов определяли стратегию развития как основанный на видении будущего образа строительного предприятия стиль управления для достижения недоступных конкурентам экономических выгод.

На основе анализа вышеизложенного можно сделать вывод, что стратегия развития строительного предприятия – это совокупность идей и приемов развития предприятия, к которой, в частности, относят: изменение миссии предприятия, направления деятельности, организационной структуры, конкурентного достоинства, продукции, ресурсного и нематериального потенциала.

В настоящее время для улучшения деятельности строительного предприятия и увеличения его конкурентоспособности могут быть разработаны и реализованы виды стратегий, представленные на рис. 1.

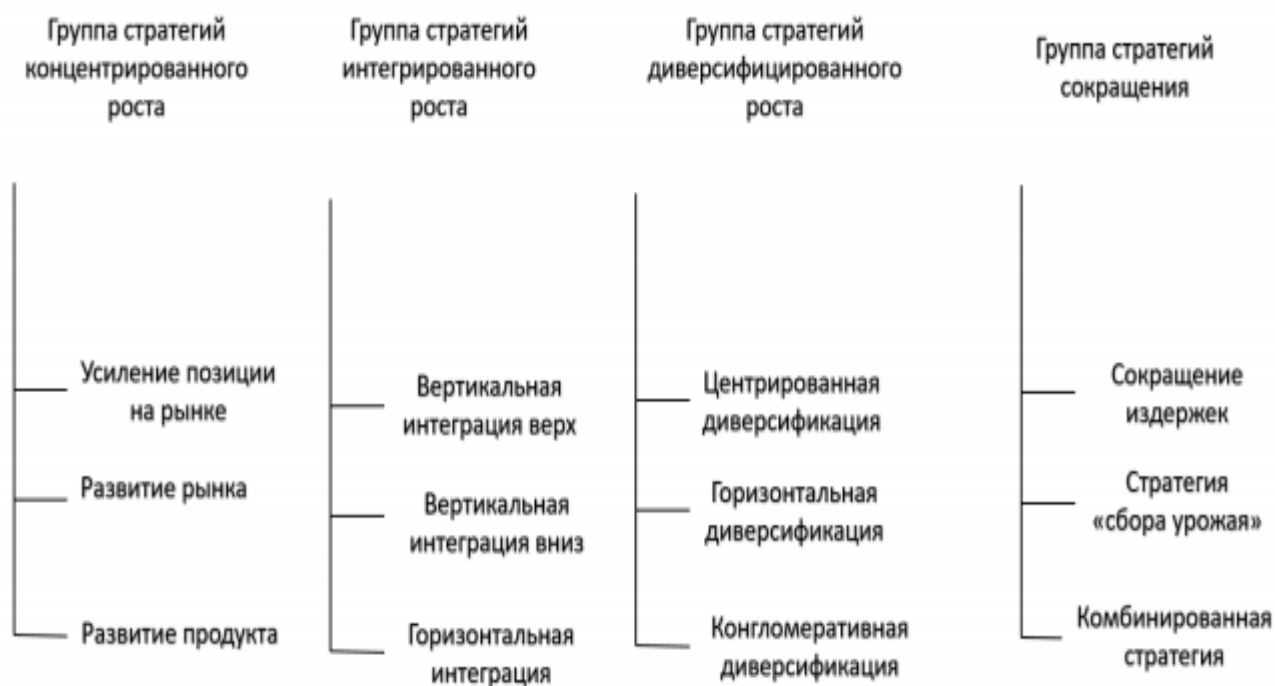


Рис. 1. Базовые стратегии развития предприятия

Группа стратегий концентрированного роста подразумевает разработку новой продукции и закрепление предприятием своей позиции на рынке за счет нее. Если такое развитие невозможно, предприятие остается в своей отрасли, но переходит на новый сегмент рынка.

Стратегии интегрированного роста используются в случаях, когда предприятие не способно выстоять в конкурентной среде и не способно применять инструменты концентрации.

Группа стратегий диверсифицированного роста используется в случаях, когда реализация существующей продукции на имеющемся рынке нецелесообразна или невозможна. В данном случае необходимо перейти на производство новой продукции.

Последней является группа стратегий сокращений используемой в случаях кризисной ситуации на предприятии. Выбор правильной стратегии на данном этапе позволит предприятию минимизировать имеющиеся убытки и восстановить его самостоятельность, ликвидность и платежеспособность.

Каждая стратегия включает в себя принципы, в соответствии с которыми менеджеры строительного предприятия должны принимать необходимые решения, чтобы обеспечить более эффективный и менее затратный план достижения долгосрочных целей. Такие принципы можно разделить на следующие группы:

- принципы, используемые для оценки деятельности предприятия в настоящем и будущем;
- принципы, формирующие отношения предприятия с его внешней средой;
- принципы, устанавливающие на предприятии отношения и процедуры;
- принципы, используемые предприятием для ведения своей повседневной деятельности.

Главное преимущество разработки стратегии строительного предприятия – это, прежде всего, гарантия порядка, прозрачности процессов, понимание каждым сотрудником, в каком направлении развивается предприятие, и какой вклад он внес в это развитие.

Для строительного предприятия основной задачей разработки стратегии развития является возможность стать примером того, как вывести предприятие на лидирующие позиции и повысить производительность. Подготовлен и утвержден

план действий, которому будет следовать каждое подразделение для достижения конечной цели. Она может быть разной: увеличение прибыли; выход на новый рынок; укрепление своих позиций; поглощение конкурента. Но любой план необходимо регулярно пересматривать и корректировать в зависимости от изменения ситуации.

Гибкость, актуальность и выполнимость в течение длительного времени являются основными требованиями к правильно разработанному стратегическому плану. Если хоть одно из этих требований не будет выполнено, то строительное предприятие не сможет отреагировать на любые изменения текущих обстоятельств и, как следствие, понесет убыток.

В зависимости от задач выбирается разный тип бизнес-стратегии строительного предприятия (табл. 1).

Таблица 1

Бизнес-стратегии строительного предприятия

Название	Сущность
Наступление	Если сосредоточить основные усилия на запуске одного, но наиболее удачного продукта, он будет пользоваться большим спросом и по сравнению с аналогами будет надежным и прибыльным. Для инициирования данной политики, необходимо провести тщательный анализ, чтобы определить, что и как производит ближайший аналогичный завод, чтобы превзойти его. Крупное предприятие может профинансировать такой сложный проект, не нанося вреда другим подразделениям
Оборона	Строительное предприятие считает своей целью производство идеального продукта с безупречной репутацией, чтобы удержать свою нишу, не стремясь завоевать новые территории. Обычно его придерживаются те, кто давно функционирует. У них отработаны все процессы, сотрудники - профессионалы
Промежуточное внедрение	Строительные предприятия стараются разработать актуальный продукт, у которого нет аналогов, чтобы занять свою нишу и избежать тем самым конкуренции
Поглощение	Внедряются разработанные идеи, права на аналогичные идеи выкупаются у других предприятий, что нельзя использовать и запустить в производство, либо находится в запасах, либо позже продается заинтересованным сторонам
Имитация	Когда предприятие имеет достаточную хорошую деловую репутацию и признание среди покупателей, она может позволить себе, помимо создания собственных продуктов, копировать продукты других компаний. Они просто дополняют чужой оригинальный товар доработками и другой упаковкой, а затем выдают его как свой
Пиратский способ	Новое небольшое предприятие заимствует производственную технологию у конкурентов, отправляет ее на рынок как личную, практически ничего не меняя, но будет более успешным, если качество новинки будет выше

При разработке стратегии проводят анализ, с помощью которого выявляют сильные и слабые стороны, возможности и угрозы строительного предприятия и определяют взаимосвязь между ними. Для этого работники, отвечающие за разработку, используют таблицы и графики.

На заключительном этапе группа ответственных лиц определяет последовательность необходимых действий и рассчитывает затраты на реализацию принятых решений.

Для правильности принятия необходимых действий наиболее часто используют методы, представленные на рис. 2. Основной особенностью строительной отрасли является широкий спектр производимой продукции и выполняемых работ, что влечет за собой невозможность выбора одного метода для всех строительных предприятий.

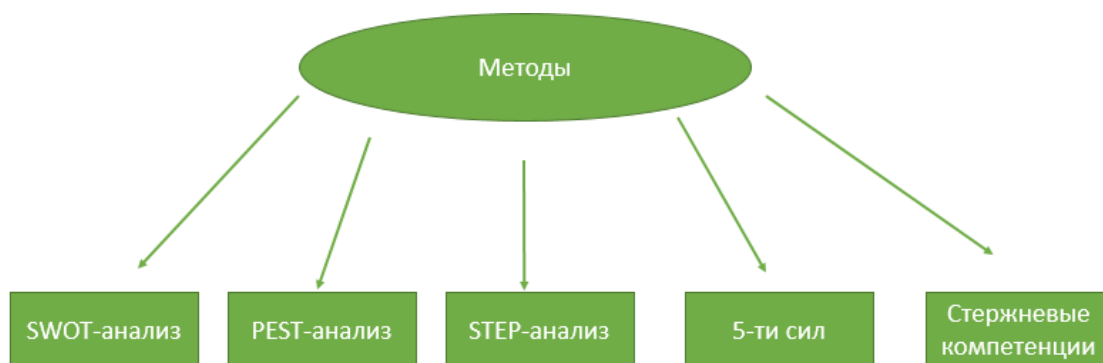


Рис. 2. Основные методы разработки стратегии развития строительного предприятия

Наиболее часто на предприятиях применяют именно SWOT-анализ, так как он является наиболее эффективным и простым в использовании. Кеннет Эндрюс разработал его в 1965 г. совместно с коллегами из Гарвардского университета. Преимущества данного метода - простота, универсальность и комплексный подход. Несмотря на популярность у данного метода также имеются недостатки, к которым относятся субъективность и размытость результатов. Стандартный вид анализа представлен на рис. 3.



Рис. 3. Структура SWOT-анализа

PEST-анализ и STEP-анализ начали развиваться в 1967 г. и были разработаны преподавателем из Гарварда, профессором Фрэнсисом Агиларом. Данные анализы изучают одинаковые факторы, представленные на рис. 4, их отличие только в том, что в STEP-анализе главную роль играют социальный и технологический факторы, а в PEST-анализе – политический и экономический факторы. Наиболее эффективно проводить их перед SWOT-анализом, так как PEST-анализ и STEP-анализ помогают подтвердить, что строительное предприятие учитывает все внешние риски в своей работе.



Рис. 4. Факторы PEST- и STEP-анализа

В 1979 г. Майкл Портер в Гарвардской школе бизнеса разработал анализ пяти сил, который представляет собой методику анализа рыночной конъюнктуры. Данный анализ позволяет понять руководителю, как следует поступить, чтобы получить конкурентное преимущество, уменьшать себестоимость продукции и сделать ее ниже, чем у конкурентов или выпускать уникальную продукцию и продавать ее по завышенной цене. Портер утверждал, что конкуренция характеризуется взаимодействием пяти сил, представленных на рис. 5.



Рис. 5. Пять сил Портера

В 1990-х гг. Гэри Хэмэл и Коимбатур Кришнарао Прахалад разработали модель «Ключевых (стержневых) компетенций». Ключевые компетенции представляют собой совокупность видов деятельности, оказываемых услуг и производимой продукции, которые являются наиболее конкурентоспособными на конкретном предприятии. Существует два основных требования к ключевым компетенциям, а именно: уникальность и наибольшая востребованность у потребителя.

Для успешной деятельности предприятия в условиях рыночной конкуренции необходимо разумно подходить к разработке стратегий развития. Для этого необходим высококвалифицированный руководящий персонал, а также качественный анализ деятельности предприятия и окружающей среды.

Результаты исследования и их обсуждение

Для наглядности спецификации применения SWOT-анализа и PEST-анализа на предприятии строительной отрасли нами было выбрано предприятие Юга России – ООО «КМ-Строй». Строительное предприятие ООО "КМ-Строй", зарегистрированное 02.02.2012 г., предоставляет полный спектр услуг в строительной отрасли, начиная от подготовки строительных площадок, заканчивая строительством жилых и нежилых зданий. Для проведения анализа стратегического развития предприятия были изучены такие показатели, как внутренняя и внешняя характеристики предприятия, производственная база, организационная структура и т.д. Обоснование актуально для всех предприятий строительной отрасли вне зависимости от местоположения и региона строительства объект недвижимости.

Перед проведением вышеперечисленных методов анализа нами была проведена технико-экономическая оценка деятельности ООО «КМ-Строй». Сильные и слабые стороны, а также возможности и угрозы представлены в табл. 2.

Таблица 2

Матрица SWOT-анализа ООО «КМ-Строй»

<p>Сильные стороны</p> <ol style="list-style-type: none">1. Предприятие известно в городе и имеет хорошую репутацию.2. Наличие денежных средств, обеспечивающих финансовую устойчивость и платежеспособность.3. Жесткий контроль качества выполненных работ.4. Квалифицированный персонал с большим опытом работы в строительной сфере.5. Своевременное и даже досрочное выполнение заказов.	<p>Слабые стороны</p> <ol style="list-style-type: none">1. Слабая маркетинговая политика, и как следствие неритмичность и непредсказуемость получения заказов.2. Плохой веб-дизайн сайта.3. Быстрый износ техники.4. Нехватка технического оснащения.5. Низкая заинтересованность работников в развитии фирмы.
<p>Возможности</p> <ol style="list-style-type: none">1. Появление новых технологий в строительстве.2. Перспективы освоения нового сегмента строительного рынка.3. Расширение технологической базы за счет роста заказов.4. Работа с новыми потребителями.5. Разработка дополнительных услуг.	<p>Угрозы</p> <ol style="list-style-type: none">1. Изменение системы контроля в строительстве.2. Развитие альтернативных технологий, появление на рынке аналогов оборудования.3. Рост инфляции может привести к удорожанию сырья, а также смене поставщиков.4. Экономический спад.5. Высокая конкуренция.

Полученные данные анализируются, и из всего списка сильных и слабых сторон предприятия выбираются наиболее важные. Выбор осуществляется с помощью взвешенной оценки. Результаты проведенной оценки отображены в табл. 3.

Таблица 3

Средневзвешенные оценки факторов внутренней среды предприятия

Факторы внутренней среды	Вес	Оценка	Взвешенная оценка в баллах	Доля
Сильные стороны				
Предприятие известно в городе и имеет хорошую репутацию.	4	4	16	0,22
Наличие денежных средств, обеспечивающих финансовую устойчивость и платежеспособность.	5	5	25	0,34
Жесткий контроль качества выполненных работ.	3	3	9	0,1
Квалифицированный персонал с большим опытом работы в строй-сфере.	4	3	12	0,17
Своевременное и даже досрочное выполнение заказов.	4	3	12	0,17
Итого			74	1
Слабые стороны				
Слабая маркетинговая политика, и как следствие неритмичность и непредсказуемость получения заказов.	5	5	25	0,3
Плохой веб-дизайн сайта.	5	5	25	0,3
Быстрый износ техники.	4	3	12	0,15
Нехватка технического оснащения.	3	4	12	0,15
Низкая заинтересованность работников в развитии фирмы.	2	3	6	0,1
Итого			80	1

Далее ставим вес и оценки вероятности появления возможностей и угроз и определяем их долю (табл. 4). После этого рассматриваются взаимосвязь сильных и слабых сторон с угрозами и возможностями (табл. 5).

В ходе проведения SWOT-анализа, нами были предложены 4 стратегии развития предприятия, которые позволят ООО "КМ-Строй" эффективно функционировать в будущем и иметь конкурентную позицию.

Таблица 4

Оценка вероятности появления возможностей и угроз

Факторы внешней среды	Вес	Оценка	Взвешенная оценка в баллах	Доля
1	2	3	4	5
Возможности				
Появление новых технологий в строительстве.	3	2	6	0,1
Возможности				
1	2	3	4	5
Перспективы освоения нового сегмента строительного рынка.	3	4	12	0,18
Расширение технологической базы за счет роста заказов.	4	4	16	0,24
Работа с новыми потребителями.	4	3	12	0,18
Разработка дополнительных услуг.	5	4	20	0,3
Итого			66	1
Угрозы				
Изменение системы контроля в строительстве.	4	4	16	0,24
Развитие альтернативных технологий, появление на рынке аналогов оборудования.	5	4	20	0,3
Рост инфляции может привести к удорожанию сырья, а также смене поставщиков.	4	3	12	0,18
Экономический спад.	3	2	6	0,1
Высокая конкуренция.	4	3	12	0,18
Итого			66	1

Таблица 5

SWOT-матрица рыночных возможностей предприятия

	Возможности	Угрозы
Сильные стороны	1. В настоящее время в России из-за продолжающейся пандемии интерес к строительству загородных домов получил новый всплеск. Чтобы повысить свою долю на рынке и расширить ассортимент необходимо рассмотреть такой вариант, как строительство домов из SIP-панелей.	2. Постоянное применение нововведений. Данный метод направлен на то, что предлагаемая предприятием продукция должна удовлетворять не только текущие потребности потребителей, но и их перспективные потребности.
Слабые стороны	3. Для использования новой строительной техники и инновационных технологий необходимо иметь высококвалифицированных специалистов. Инвестиционно-строительный комплекс постоянно эволюционирует, и как следствие, от специалистов требуется получение новых знаний и обретение новых навыков. Увеличение материальной заинтересованности сотрудников и совершенствование условий труда.	4. Для более эффективного контакта с заказчиками, необходимо усовершенствовать официальный сайт предприятия, также возможна разработка наружной рекламы на стройплощадке. Это самый эффективный способ рекламы строительного предприятия.

Помимо SWOT-анализа целесообразно провести и PEST-анализ. Он позволит проанализировать внешнюю среду и оценить ее воздействие на предприятие. Также PEST-анализ позволит подтвердить стратегии развития, разработанные на этапе проведения SWOT-анализа, или разработать новые стратегии развития предприятия.

Первым шагом проведения PEST-анализа является определение факторов по каждому элементу, влияющих на деятельность предприятия (табл. 6).

Таблица 6

Факторы PEST

Политические	Государственная поддержка строительной отрасли.
	Возможность изменения системы контроля в строительстве.
	Снижение ставки по кредиту для строительных предприятий до уровня не выше ключевой ставки РФ.
Экономические	Рост инфляции.
	Снижение уровня доходов населения из-за кризиса.
	Присутствие на строительном рынке лидеров.
Социальные	Популяризация ипотеки.
	Нехватка квалифицированных кадров строительных специальностей
	Высокий уровень безработицы в регионе.
Технологические	Низкокачественные замещающие технологии/решения.
	Устаревшие технологии производства.
	Развитие маркетинговых технологий.

Далее необходимо определить влияние каждого фактора на деятельность предприятия по 5-балльной шкале, а также вероятность изменения каждого фактора по 3-балльной шкале путем экспертных оценок (табл. 7).

Таблица 7

Сводная таблица влияния и изменения PEST факторов

PEST факторы	Влияние фактора	Изменение фактора	Средневзвешенная
Политические			
Государственная поддержка строительной отрасли.	5	1	5
Снижение ставки по кредиту для строительных предприятий до уровня не выше ключевой ставки РФ.	3	2	6
Возможность изменения системы контроля в строительстве.	4	2	8
Экономические			
Рост инфляции.	4	1	4
Снижение уровня доходов населения из-за кризиса.	3	2	6
Присутствие на строительном рынке лидеров.	2	1	2
Социальные			
Популяризация ипотеки.	4	1	
Нехватка квалифицированных кадров строительных специальностей	3	0	0
Высокий уровень безработицы в регионе.	4	1	4
Технологические			
Низкокачественные замещающие технологии/решения.	4	2	8
Устаревшие технологии производства.	4	2	8
Развитие маркетинговых технологий.	3	1	3

После расчета средневзвешенной оценки становятся заметны факторы, которые окажут наиболее сильное влияние на деятельность предприятия в будущем. Исходя из полученной информации, необходимо разработать ответные меры, которые будут минимизировать негативные последствия и усиливать влияние положительных факторов (табл. 8). В ходе проведения PEST-анализа были выявлены значимые факторы и предложены ответные мероприятия.

Таблица 8

Решения на возможности и риски внешней среды

PEST факторы		Меры
Политические	Государственная поддержка строительной отрасли.	Увеличивать объём выпускаемой продукции, реклама
	Возможность изменения системы контроля в строительстве.	Требуется улучшить систему контроля за качеством, посредством найма или назначения ответственного лица, который будет следить за проведением работ на объекте на всех этапах.
	Снижение ставки по кредиту для строительных предприятий до уровня не выше ключевой ставки РФ.	Привлечение заемных средства для увеличения объемов производства
Экономические	Рост инфляции.	Реклама, улучшать возможные предложения на продукт. Так же возможно заключения договоров с поставщиками на год.
	Снижение уровня доходов населения из-за кризиса.	Предоставление услуг и строительство домов по более выгодным ценам за счёт строительства домов по новым технологиям.
	Присутствие на строительном рынке лидеров.	Предоставление покупателям нового и актуального продукта.
Социальные	Популяризация ипотеки.	Увеличение количества строящихся объектов, реклама
	Нехватка квалифицированных кадров строительных специальностей	Привлечение студентов для их обучения и в последующем трудоустройства.
	Высокий уровень безработицы в регионе.	Предоставление услуг и строительство домов по более выгодным ценам за счёт строительства домов по новым технологиям.
Технологические	Низкокачественные замещающие технологии/решения.	Появление новых видов оборудования.
	Устаревшие технологии производства.	Развитие новых технологий для улучшения строительства.
	Развитие маркетинговых технологий.	Большое влияние рекламы на потенциальных покупателей.

В результате все проведенные анализы четко раскрывают направления развития предприятия строительной отрасли и помогают выстроить правильный и наиболее эффективный план действий.

Исходя из вышесказанного, можно сделать вывод, что использование комбинированной стратегии, состоящей из стратегии конгломеративной диверсификации и стратегии развития продукта, по нашему мнению, является наиболее целесообразным.

Предпринимательская деятельность в строительной отрасли так же, как и в любой другой, начинается с разработки стратегии развития новых продуктов и рынков, которые являются маркетинговыми стратегиями. Внедрение технологических новшеств существенно повысит уровень инновационного развития строительного предприятия, что повлечет за собой облегчение создания актуальных товаров и повышение качества уже существующей продукции.

Для повышения конкурентоспособности строительного предприятия необходимо изучать новые рынки, что обязательно подразумевает анализ и пересмотр существующих рыночных стратегий и позиций предприятия. В рамках этого предполагается:

- 1) рассмотреть рыночный сегмент;
- 2) осуществлять отбор целевых сегментов;
- 3) разработать позицию продукции и предприятия в целом.

Разработка стратегии развития деятельности предприятия дает возможность строительным предприятиям решать большое количество экономических, политических и социальных проблем. В настоящее время строительные предприятия должны вырабатывать долгосрочную стратегию и не только следить за внутренним состоянием предприятия, но и анализировать внешнюю среду. Исходя из вышесказанного, становится ясно, что строительные предприятия, как и любые другие, нуждаются в таком управлении, которое обеспечит своевременное реагирование на быстро меняющиеся условия ведения бизнеса.

Заключение

В результате проведения SWOT- и PEST-анализа была сформулирована стратегия развития деятельности, на основе которой разрабатывается

стратегический проект. Для строительного предприятия основными являются: стратегия ограниченного роста, стратегия роста, стратегия сокращения, а также сочетание этих стратегий.

Строительные предприятия в развитых странах зачастую используют стратегии ограниченного роста. Стратегию сокращения используют в случаях кризисной ситуации на предприятии. Выбор правильной стратегии на данном этапе позволит предприятию минимизировать имеющиеся убытки и восстановить его самостоятельность, ликвидность и платежеспособность. Крупные строительные предприятия, ведущие свою деятельность и в других отраслях, зачастую используют стратегию сочетания.

Выбранная руководителями четкая позиция развития предприятия должна быть поддержана всеми работниками, чтобы при проведении анализа стратегий определить наиболее подходящую, которая максимально повысит эффективность предприятия. На выбор стратегии влияют следующие факторы: риск, фактор времени и знание прошлых стратегий.

Строительное предприятие при выборе стратегии также может ориентироваться на специфику своего продукта или услуги. В связи с этим, выделяют такие стратегии, как стратегия низких издержек, стратегия дифференциации и стратегия специализации.

Стратегию сокращения издержек применяет строительное предприятие, обладающее превосходством перед своими конкурентами по уровню низких издержек строительства объектов и в связи с этим способное реализовать объекты по пониженным ценам.

Стратегия диверсификации используется в случаях, когда реализация существующей продукции на имеющемся рынке нецелесообразна или невозможна. В данном случае необходимо перейти на производство новой продукции. К факторам диверсификации относятся: характеристики объекта, условия сбыта, уникальные технологии, специфическая конструкция объекта, сроки выполнения и качество. Эффективность и результативность данной

стратегии всецело зависит от идеи и формы подачи, от способности донести до покупателя предложенную продукцию или услугу.

Стратегия рыночной специализации характеризуется тем, что строительное предприятие выбирает один узкий сегмент, состоящий из потребителей со специфическими запросами. Успех данной стратегии зависит от большого числа факторов, поэтому предприятие, реализующее данную стратегию, должно особенно тщательно прогнозировать возможность появления конкурентов, обладающих такими же факторами, но предлагающих более совершенные продукты.

На основе анализа всей информации можно сделать вывод, что невозможно выбрать одну стратегию для всех предприятий строительной отрасли. Каждое строительное предприятие обладает уникальными характеристиками и особенностями, поэтому и выбор стратегии развития деятельности индивидуален.

Список литературы

1. Якушева, В.В. Разработка стратегии развития организации / Якушева В.В. – Текст: непосредственный // Молодой ученый. – 2017. – № 51 (185). – С. 201-204.
2. Гришков, А.В. Разработка стратегий развития бизнеса / Гришков А.В. – Текст: непосредственный // Молодой ученый. – 2017. – № 38 (172). – С. 53-55.
3. Малыхина, И.О., Бережная, А.В., Басова, К.С. Анализ теоретических и методологических подходов к реализации инновационных стратегий развития предприятия // Белгородский Экономический Вестник. – 2019. – № 2 (94). – С. 110-115.
4. Воронин, Н.В. Специфика выбора стратегии развития предприятия // Вестник науки и образования. – 2019. – № 12-2 (66). – С. 17-20.
5. Захаренкова, И.А., Иготти, И.Н., Гордиенко, Н.В. Использование инструментов стратегического анализа для разработки стратегии развития предприятия // Экономика и управление народным хозяйством (Санкт-Петербург). – 2019. – № 8 (10). – С. 57-61.

6. Шаговикова, Е.О. Классификация стратегий развития предприятия // Актуальные проблемы гуманитарных и естественных наук. – 2020. – № 1. – С. 107-110.

7. Пономарева, И.К., Акифьев, И.В. Формирование стратегии развития предприятий строительной отрасли // Образование и наука в современном мире. Инновации. – 2020. – № 1 (26). – С. 67-74.

8. Пигунов, Р.В. Стратегии развития предприятий строительной отрасли // Студенческий форум. – 2019. – № 35-2. – С. 53-55.

9. Цесарский, А.В. Инновационная стратегия развития строительных предприятий России // Нормирование и оплата труда в строительстве. – 2020. – № 2. – С. 58-64.

10. Семин, И.Н., Уманская, М.В. Особенности разработки стратегии строительных предприятий // Человеческий и производственный потенциал российской экономики перед глобальными и локальными вызовами. – 2019. – № 2. – С. 305–308.

Features of the development strategy of the enterprise in the construction industry

Vasilenko Zhanna Andreevna,

Associate Professor, cand. econom. sciences

Associate Professor «Marketing and Engineering Economics»

Don State Technical University

344000, Rostov-on-Don, st. Socialist, 162

jannamary@yandex.ru

Otorian Svetlana Arkadyevna,

master

Don State Technical University

344000, Rostov-on-Don, st. Socialist, 162

otoryan.sveta@mail.ru

This article examines the main provisions of strategic management, analyzes the features of strategic management for enterprises in the construction industry, since the industry is experiencing serious problems due to the pandemic. On the example of the enterprise of the South of Russia - LLC "KM-Stroy", the features of strategic management are considered, proving that, unfortunately, it is impossible to develop or choose one universal strategy for all enterprises in the construction industry, even in one region.

Keywords: strategy, development strategy, types of strategies, development methods, construction company.