

$Вес_i$ – весовые коэффициенты по каждому из вариантов;

n – количество объектов-аналогов.

Учитывая степень достоверности данных и информационных материалов результатам доходного и сравнительного методов присваиваются весовые коэффициенты.

Список использованных источников

1. ТКП 52.3.01-2015 (33520) «Оценка стоимости объектов гражданских прав. Оценка капитальных строений (зданий и сооружений), незавершенных строительством объектов, изолированных помещений, машино-мест как объектов недвижимого имущества».

УДК 658:005

Выбор стратегии развития предприятий на стадии диагностического анализа

Лосева М.В., Карпеня Е.А.

Белорусский национальный технический университет

Минск, Беларусь

Стратегия – это генеральная комплексная программа действий, определяющих приоритетные для предприятия проблемы, его миссию, главные цели и распределение ресурсов для их достижения. По своему содержанию стратегия является долгосрочным плановым документом, результатом стратегического планирования [1].

В самом общем виде стратегия может быть определена как эффективная деловая концепция, дополненная набором реальных действий, которые способны привести эту деловую концепцию к достижению реального конкурентного преимущества, способного сохраняться длительное время. Разработка стратегии должна основываться на глубоком понимании рынка, оценке позиции предприятия на рынке, осознании своих конкурентных преимуществ. Для того чтобы не только выжить, но и усилить свои конкурентные позиции на рынке, необходимо заниматься стратегическим планированием на профессиональном уровне.

Для разработки стратегии предприятия необходимо определить

основные направления предпринимательской деятельности и развития организации. Основой для формирования стратегических целей должна быть информация о потенциале организации. Анализ такой информации позволяет оценить реальность и эффективность поставленных задач, спрогнозировать возможные изменения и разработать стратегию организации, которая наиболее эффективно и быстро помогла бы выйти предприятию из сложившейся ситуации.

Стратегическое планирование – процесс осуществления совокупности систематизированных и согласованных работ с определением долгосрочных (на определенный период) целей и направлений деятельности предприятия [1].

Основными элементами процесса стратегического планирования являются: формулирование миссии и целей предприятия, определение угроз и новых возможностей внешней среды, оценка сильных и слабых сторон фирмы по отношению к его конкурентам, анализ стратегических альтернатив и выбор стратегии предприятия, а также разработка общих направлений (планов, политики), обеспечивающих реализацию стратегии.

Стратегический план – документ, выражающий миссию предприятия, его долгосрочные цели и задачи, стратегию их достижения с учётом внешней среды и внутренних особенностей предприятия [1].

Разработка стратегического плана строительной организации довольно непростой и многомерный процесс. В первую очередь необходимо определить конкретный вид деятельности предприятия, который принесет ожидаемый результат, в краткосрочный либо долгосрочный период, так называемая концептуальная модель, которая включает в себя шесть взаимосвязанных элементов:

- миссия или предназначение предприятия;
- принципы и ценности;
- перспективные цели и задачи;
- планируемые показатели эффективности;
- стратегия организации;
- тактика или краткосрочные цели и задачи.

Следующим шагом следует поэтапно спланировать деятельность предприятия (составить технологическую модель):

- определение целей организации;
- определение задач деятельности;

- составление планов выполнения работ по решению задач;
- определение критериев оценки эффективности;
- разработка общих направлений выполнения планов;
- разработка конкретных процедур и правил.

Стратегия развития предприятия вырабатывается в ходе реализации процесса стратегического планирования как результирующий объект работ по стратегическому планированию.

Важно отметить, что процесс планирования деятельности предприятия представляет собой совокупность механизмов, методов и инструментов для реализации элементов концептуальной и технологической моделей. Также процесс планирования предусматривает детализацию и координацию всех работ, которые должны быть выполнены для достижения поставленной цели.

Самым первым в реализации процесса стратегического плана должна стать выработка стратегического видения или миссии фирмы, ее предназначения. Определение миссии и целей, рассматриваемое как один из процессов стратегического управления, состоит из трех подпроцессов:

- определение миссии фирмы;
- определение долгосрочных целей;
- определение краткосрочных целей.

Основная общая цель предприятия – четко выраженная причина его существования – обозначается как его миссия. Цели вырабатываются для осуществления этой миссии.

Миссия детализирует статус предприятия и обеспечивает направление и ориентиры для определения целей и стратегий на различных организационных уровнях. Формулировка миссии предприятия должна содержать следующее:

- сфера деятельности предприятия;
- задача предприятия с точки зрения его основных услуг или изделий, его основных рынков и основных технологий;
- внешняя среда по отношению к фирме, которая определяет рабочие принципы предприятия;
- культура организации (тип рабочего климата предприятия).

После формулировки миссии следует определение целей, направленных на претворение в жизнь выбранной миссии. Цели подразумевают под собой перечень уже конкретных достижений, планируемых фирмой на видимый срок. Цели могут быть краткосроч-

ными и долгосрочными. Долгосрочная цель имеет горизонт планирования приблизительно равный пяти годам. Краткосрочная цель в большинстве случаев представляет один из планов организации, который следует завершить в пределах года.

Цели будут значимой частью процесса стратегического управления только в том случае, если они правильно сформулированы, известны работникам и приняты ими к исполнению.

Общие цели фирмы, разработанные для фирмы в целом:

- отражают концепцию фирмы;
- разработаны на длительную перспективу;
- определяют основные направления программ развития фирмы;
- должны быть четко сформулированы и увязаны с ресурсами;
- ранжирование целей по принципу приоритетности.

Специфические цели разрабатываются в рамках общих целей по основным видам деятельности в каждом производственном подразделении фирмы и выражаются в количественных и качественных показателях (рентабельность, норма прибыли). Другие специфические цели (подцели):

- по маркетингу (уровень продаж, диверсификация, система распределения, объем сбыта);
- научные исследования и разработки (новые товары, качество продукции, технологический уровень);
- производство (издержки, качество, экономия материальных ресурсов, новая и усовершенствованная продукция);
- финансы (структура и источники финансирования, методы распределения прибыли, минимизация налогообложения).

Определение миссии и целей фирмы приводит к тому, что становится ясным, зачем функционирует фирма и к чему она стремится. Зная это, можно вернее выбрать стратегию поведения.

В общем виде стратегия – это управленческий план, направленный на укрепление позиций организации, удовлетворение потребностей ее клиентов и достижение определенных результатов деятельности. Не обладая стратегией, руководитель не имеет продуманного курса движения и программы действий для достижения желаемых результатов. Для того чтобы работа компании была максимально эффективной, руководитель должен обладать способностями хорошего стратега и умелого специалиста по реализации раз-

работанных стратегий. Чем более продумана стратегия компании и чем более эффективно она применяется, тем выше вероятность того, что компания достигнет хороших результатов в работе.

Список использованных источников

1. Экономика предприятия: Учебник / Под общ. ред. д-ра экон. наук, проф. С. Ф. Покропивного. – Пер. с укр. 2-го перераб. и доп. изд. – К.: КНЭУ, 2002. – 528 с.

УДК 624.042

Сбор ветровой нагрузки для флагов по нормативному документу ТКП EN 1991-1-4

Лукашевич Е.И., Кашуро Е.Е.

Белорусский национальный технический университет
Минск, Беларусь

При сборе ветровых нагрузок на здания, которые имеют флаги, необходимо учитывать влияние ветра на конструкцию, передаваемое через флагшток.

Согласно пункту 5.3(2) [1] ветровое усилие F_w , действующее на конструкцию или конструктивный элемент, может быть определено непосредственно с использованием формулы:

$$F_w = c_s c_d \cdot c_f \cdot q_p(z_e) \cdot A_{ref} \quad (1)$$

где $c_s c_d$ – конструкционный коэффициент;

c_f – аэродинамический коэффициент усилия для конструкции или конструктивного элемента;

$q_p(z_e)$ – пиковое значение скоростного напора ветра, на базовой высоте z_e ;

A_{ref} – базовая площадь конструкции или конструктивного элемента.

Согласно пункту 6 [1] конструкционный коэффициент $c_s c_d$ для флагштока равен 1.

Пиковое значение скоростного напора ветра вычисляется по формуле 4.9 [2]:

$$q_p(z_e) = c_e(z_e) \cdot q_b \quad (2)$$