

Кононова Олександра. Перелік та характеристика основних стратегій розвитку. *Економічний дискурс*. 2019. Випуск 2. С. 29-39.

DOI: <https://doi.org/10.36742/2410-0919-2019-2-3>

УДК 338:658

JEL Classification A19; C51; G30

Кононова Олександра

к.е.н., доцент кафедри обліку, економіки і управління персоналом підприємства,
здобувач кафедри менеджменту, управління проектами і логістики
ДВНЗ "Придніпровська державна академія будівництва та архітектури"
м. Дніпро, Україна

E-mail: oleksandrakononova@gmail.com

ПЕРЕЛІК ТА ХАРАКТЕРИСТИКА ОСНОВНИХ СТРАТЕГІЙ РОЗВИТКУ

Анотація

Вступ. В нинішніх умовах одним з визначальних аспектів функціонування економічних систем (підприємств, галузей, економіки) є вибір напрямків розвитку, який розробляється та обґрунтовується на стратегічному рівні в рамках певного суб'єкта управління. Необхідність найбільш прийнятної та оптимальної вибору стратегій розвитку актуалізується безперервним впливом середовища, яке змінюється в XXI ст. більш стрімкими темпами, має достатньо складні прояви, пов'язані з новими глобалізаційними, інформаційно-комунікаційними викликами. Зокрема, в умовах підвищення рівня відкритості ринків лідери тих або інших внутрішніх ринків, в тому числі в будівельній галузі, можуть поступитися та втратити конкурентні позиції новим, інноваційним компаніям, які мають більш адаптивні, гнучкі стратегії розвитку.

Методи. В процесі дослідження використано порівняльний, аналітичний методи, а також метод системного підходу.

Результати. Наукова новизна запропонованого підходу полягає в тому, що нами враховано найкращі наукові трактування щодо вказаного питання, здійснено універсалізацію положень сучасної наукової думки за визначенням аспектом дослідження, вказано на інноваційні напрямки, характерні практиці функціонування суб'єктів галузі. В рамках дослідження здійснено вивчення основних наукових підходів щодо класифікації та характеристики сучасних стратегій розвитку суб'єктів економічної діяльності.

Перспективи. Керуючись систематизацією положень наукових праць, на засадах вивчення практики функціонування суб'єктів галузі обумовлюється розробка авторського підходу до визначення переліку основних видів стратегій розвитку суб'єктів галузі.

Ключові слова: стратегія, стратегія розвитку, підходи до класифікації стратегій розвитку, галузь, суб'єкт господарювання.

Вступ.

Визначення певного спектру стратегій розвитку, які будуть в подальшому обґрунтовані, пов'язано з потребою розуміння їх видів, класифікацій за тими або іншими ознаками, характеристиками. За даним напрямком існує масштабний спектр наукових розвідок, їх потрібно чітко систематизувати та виділити положення, які дозволять сформулювати уніфікований підхід щодо можливих видів стратегій розвитку економічних систем в залежності від тих або інших ознак, їх характеристики тощо.

Аналіз останніх досліджень та публікацій.

Проблематикою класифікації та визначення основних стратегій розвитку суб'єктів господарювання займався чимало науковців: Г. Мінцберг, М. Портер, К. Обман, К. Фрімен, Б. Твісс,

О. Водачкова, Б. Санто, В. Савчук та ін. Варто зазначити, що серед авторів не має єдності у визначенні переліку та класифікації стратегій розвитку, що дозволило дійти висновку про необхідність розробки авторського підходу до визначення переліку основних видів стратегій розвитку суб'єктів господарювання, зокрема суб'єктів галузі.

Мета.

Метою даного дослідження є вивчення основних наукових підходів щодо класифікації та характеристики сучасних стратегій розвитку суб'єктів економічної діяльності та систематизація положень наукових праць на засадах вивчення практики функціонування суб'єктів галузі.

Методологія дослідження.

В процесі дослідження використано порівняльний, аналітичний методи, а також метод системного підходу.

Результати.

Можна виділити локальний підхід до класифікації стратегій розвитку, який пов'язаний з їх систематизацією в залежності від ознак орієнтиру на характер ринкових позицій (зміна частки ринку), масштаби, напрямки функціонування за різними сферами (зростання обсягів діяльності, обсягів використання ресурсів, витрат, організаційної зовнішньої інтеграції тощо), продуктову політику. Локальні стратегії розвитку передбачають окреслення напрямків діяльності та цільових орієнтирів, шляхів їх досягнення у вузькому розрізі, без охоплення стратегічного управління всіма сферами діяльності суб'єкта.

В рамках вказаного підходу слід розглянути склад та характеристики локальних стратегій розвитку, наведених в положеннях наукового дослідження О. Пащенко [14]. Авторка досліджує вказану проблему авторки на прикладі суб'єкта господарювання (підприємства). Вивчення матеріалів наукової роботи авторки показало, що вона виділяє такі види локальних стратегій розвитку суб'єкта підприємництва, а саме:

1) види стратегій розвитку, що передбачають концентроване зростання, і включають:

- стратегії підвищення ринкових позицій. Такі стратегії, як вказує авторка, впроваджують в умовах: освоєних ринків; існуючого продуктового портфеля; розвинутих технологій; існування певних ринкових позицій суб'єкта господарювання;

- стратегії, пов'язані з розвитком ринків. Відповідно до твердження О. Пащенко, такі стратегії можуть бути реалізовані в наступних умовах: нових ринків; існуючого продуктового портфеля; розвинутих технологій; існування певних ринкових позицій суб'єкта господарювання;

- стратегії, пов'язані з розвитком продуктового асортименту (розробкою, позиціонуванням, просуванням та збутом нових видів продуктів (послуг)) тощо. Згідно з підходом дослідниці, вказані стратегії можна реалізувати за таких умов, а саме: освоєного ринкового простору; нового продукту (послуги); розвинутих технологій; існування певних ринкових позицій суб'єкта господарювання. О. Пащенко [14] щодо ключових напрямків таких стратегій вказує на розроблення нових перспектив та можливостей. На нашу думку, зазначене визначення дещо спрощене, в ньому не вказується на процесну складову щодо розробки, створення, просування та збуту нових продуктів (послуг), адаптацію цих процесів і їх елементів до змін середовища тощо.

На нашу думку, склад стратегій, які передбачають концентроване зростання, можна розширити за рахунок стратегії, пов'язаної з просуванням нових продуктів (послуг) на нових ринках. Цей вид стратегій цілком відповідає обраній категорії. Така стратегія розвитку може бути впроваджена, враховуючи попит на новітні продукти (послуги) в рамках попиту серед інноваційно налаштованих споживачів. Зокрема, в будівельній сфері це стосується будівництва та реалізації старт-квартир, старт-офісів, які набувають все більшого попиту серед достатньо вагомій частки споживачів;

2) види стратегій розвитку, що передбачають інтегроване зростання, представлені:

- стратегіями зворотних вертикальних інтеграцій. В складі основних умов їх реалізації, за твердженням авторки [14], можна визначити наступні: використання існуючого ринкового середовища, продуктів (послуг) та технологічного стану суб'єкта; створення нових позицій на ринку;
- стратегіями прямих вертикальних інтеграцій. До умов реалізації даних стратегій, згідно з підходом дослідниці [14], слід віднести, такі: використання існуючого ринкового середовища, продуктів (послуг) та технологічного стану суб'єкта; створення нових позицій на ринку.

Можемо відмітити, що в сучасних умовах можливе використання стратегій розвитку, що передбачають інтегроване зростання, і для об'єднань конкурентів (в тому числі мережевих і централізованих). Створення таких інтеграційних об'єднань можливе в будь-якій галузі, в тому числі будівельній (прикладом є Група компаній «МТМ-систем» (м. Харків), створена на базі об'єднання української та німецької будівельних компаній, інших компаній в супутніх сферах [9]). Сучасні глобалізаційні процеси, кризові явища або ринкові пріоритети в перспективі можуть сприяти розвитку нових інтеграційних об'єднань на таких умовах, в такому складі учасників, які не були традиційними в минулому. Серед нових учасників можуть бути як окремі особи, компанії, об'єднання, колективи, які керуються самостійно або, на рівні інших відокремлених учасників, структурні підрозділи, які будуть складатися лише з роботів, керованих людьми або також роботами. Всі ці новітні явища виникають з огляду на зміни середовища, впливають на конкурентні позиції і обумовлюють розвиток як компаній, галузей, так і цілої економіки країни, об'єднань країн тощо;

3) види стратегій розвитку, що передбачають диверсифіковане зростання, і включають централізовану, горизонтальну та конгломеративну диверсифікацію. Вказані стратегії розвитку пов'язані із стратегічним орієнтиром на створення диверсифікації на різних рівнях, щодо тих або інших сфер діяльності. Найбільш розповсюдженою може вважатися диверсифікація продукції, орієнтована на цільове зростання на певних ринках;

4) види стратегій розвитку, що пов'язані із скороченням діяльності, витрат. Такі стратегії, за справедливим твердженням О. Пащенко [14], пов'язані як з продуктивними шляхами щодо оптимізації витрат, так і з подоланням ситуацій, викликаних кризовим економічним становищем.

Можемо констатувати, що підхід О. Пащенко [14] є системним, комплексно враховує достатньо широкий спектр локальних стратегій розвитку, пов'язаних з основними ознаками, що визначають їх економічну природу.

Потрібно звернути увагу і на підхід до класифікації стратегій розвитку, сформульований під кутом їх поділу за стадіями змін життєвого циклу продукції (послуг), напрямків діяльності. Можемо відмітити, що такий підхід є достатньо поширеним серед науковців і такі автори, які досліджують стратегії розвитку саме в рамках вказаних категорій (за всіма або певними стадіями життєвого циклу).

Зокрема, згідно з підходом Н. Алексєєвої [1], можна виділити перелік базових стратегій розвитку, які є найбільш традиційними в практиці функціонування компаній, і їх зміст відображає певні зміни у функціонуванні, пов'язані з трансформаціями різних об'єктів управління (продукція, ринкові позиції, технологічне забезпечення тощо). В складі таких стратегій авторка виділяє: стратегії, пов'язані з підтриманням стабільності; стратегії, пов'язані з ростом; стратегії, пов'язані із скороченням (росту, ринкових позицій, обсягів випуску та реалізації продукції тощо).

Потрібно виділити також підходи авторів до існування окремих стратегій розвитку, сформульованих в рамках їх поділу за стадіями змін життєвого циклу продукції (послуг), напрямків діяльності. А саме, С. Віханським [8] пропонується класифікація стратегій росту, яка складається, зокрема, з: стратегії, пов'язаної з концентрованим ростом; стратегії, пов'язаної з інтегрованим ростом; стратегії, пов'язаної з диференційованим ростом. Схожий традиціоналістський підхід до класифікації стратегій росту відмічається в наукових дослідженнях І. Ансоффа [4], Л.Довганя, Ю. Каракая, Л.Артеменко [11], В. Рульєва, С. Гуткевич [16]. Можемо відмітити, що ця класифікація

стратегій росту, які є складовими стратегій розвитку частково відповідає переліку локальних стратегій розвитку, наведених О. Пащенко [14]. Це вказує на те, що базові стратегії розвитку можуть виступати також в якості локальних, якщо розглядається необхідність стратегічної операціоналізації щодо певного структурного елементу економічної системи.

Схожий, але дещо модифікований підхід до класифікації стратегій росту висунуто А. Баланович [5]. Зокрема, за твердженням авторки, стратегії росту підприємства можуть складатися з [5, с. 80]:

- стратегій, пов'язаних з концентрованим ростом (основаних на орієнтірі суб'єкта економічної діяльності на трансформацію ринків, розробку, просування та збут нових видів продукції);

- стратегій, пов'язаних з інтегрованим розвитком, які обумовлюють забезпечення збільшення масштабів діяльності завдяки доповненню асортименту продукції (послуг) новими видами. Такий підхід, на нашу думку, також використовується на практиці, як і той, коли підприємства створюють інтеграційні об'єднання з іншими конкурентами, підприємства, задіяними в супутніх сферах;

- стратегій, пов'язаних з диверсифікацією діяльності, які, за твердженням дослідниці [5, с. 80], можуть застосовуватись у випадках неможливості продовження розвитку суб'єктів економічної діяльності за традиційно освоєними напрямками діяльності, виробництва, збуту певного асортименту продукції (послуг) тощо;

- стратегій, пов'язаних із здійсненням перегрупування сил (потенціалу) в цілях підвищення рівня ефективності функціонування суб'єкта економічної системи. Як вказує А. Баланович [5, с. 80], використання таких стратегій потрібне з огляду на необхідність проведення структурних реформативних функціонування, орієнтованих на оновлення продуктової лінійки згідно із змінами тенденцій попиту на відповідних ринках. Вказану стратегію, за справедливим твердженням авторки, слід впроваджувати для радикального відновлення діяльності.

В контексті вказаного другого наукового підходу слід відмітити визначення та характеристику основних видів стратегій цієї категорії, подане О. Вініченко [7, с. 47-48]. Відповідно до матеріалів наукової праці дослідниці, такі стратегії можна поділити на:

1) стратегії зростання, які пов'язані із збільшенням масштабів підприємства, його діяльності, можливостями розширень, орієнтиром на отримання домінуючих позицій на ринку. В складі таких стратегій авторка виділяє стратегії концентрації, диверсифікації та інтеграції;

2) стратегії стабілізації, обумовлені домінуванням суб'єкта галузі на ринку певного рівня, неможливістю забезпечення зростання в умовах власного лідерства. Серед основних стратегій стабілізації О. Вініченко [7, с. 48] виокремлює, зокрема, стратегії стабілізації положення на ринку, стратегії захисту ринкових позицій та стратегії виживання на ринку;

3) стратегії скорочення, пов'язані з відсутністю внутрішніх можливостей для зростання (існування мінімального прибутку, низької рентабельності, збитковості). В складі ключових стратегій скорочення, виділених О. Вініченко [7, с. 48], виділяються, зокрема: стратегії переорієнтації та скорочення, стратегії скорочення (відокремлення), стратегії скорочення витрат, стратегії ліквідації (товарної лінійки, підрозділів, підприємства тощо);

4) стратегії реструктуризації, обумовлені низькою ефективністю, модифікацією масштабів діяльності підрозділів, суб'єктів підприємницької діяльності. Згідно з підходом авторки [7, с. 48], стратегії цієї категорії можуть бути представлені: стратегіями виробництва, стратегіями реструктуризації активів, стратегіями фінансової реструктуризації, стратегіями реструктуризації.

Слід відмітити науковий підхід до класифікації стратегій розвитку, пов'язаний з їх багаторівневою структурізацією в рамках функціонування суб'єкта економічної діяльності. Мається на увазі, що для кожного структурного напрямку функціонування визначається відповідна концепція, зазначений підхід також, на нашу думку, може вважатись таким, що має локальний (конкретний) характер.

В рамках вказаного підходу слід проаналізувати класифікацію та характеристику стратегій

розвитку, визначену Т. Старшиновою, Н. Перепелицею [17]. Згідно із твердженням дослідниць, такі стратегії можуть бути представлені, зокрема:

1) корпоративними стратегіями розвитку, що включають: портфельні стратегії (з відповідним стратегічним планом щодо розробки, просування, збуту асортименту продукції компанії; стратегічною програмою використання портфелю інвестицій компанії), стратегії росту (переважно ті, які виділяють в рамках традиціоналістського підходу, а саме: стратегії концентрації, диверсифікації та інтеграції), конкурентні стратегії (широкий спектр стратегій підвищення ринкових позицій компаній). Досліджувана категорія стратегій є однією з пріоритетних та фундаментальних, під які підлаштовують всі інші в великих корпораціях, зокрема, таких як провідна американська будівельна корпорація Lennar Corp. Пріоритетною корпоративною стратегією Lennar Corp. впродовж останніх п'яти років (на кінець 2018 р.) була територіальна стратегія злиття з конкурентами в рамках США [19; 20];

2) діловими стратегіями розвитку (бізнес-стратегіями), які представлені локальними стратегічними планами завоювання сильних довгострокових конкурентних позицій компанії. Вони, за твердженням Т. Старшинової, Н. Перепелиці [17, с. 137], представлені підходами, напрямками, які розробляються на рівні керівництва для досягнення ефективності показників за певною, конкретною сферою діяльності (зокрема, розробка проектів екологічних старт-будинків, їх просування та збут в рамках певного регіону тощо). Як відмічають автори [17, с. 137], в суб'єктах економічної діяльності, які функціонують за одним напрямком діяльності (наприклад, будівництво автомобільних заправних станцій (АЗС)), корпоративні та ділові стратегії можуть співпадати. Це пов'язано з тим, що для таких компаній передбачено вироблення стратегічного плану та його обґрунтування тільки щодо певного виду діяльності. При цьому, якщо суб'єкти господарювання займаються багатопрофільною діяльністю навіть в рамках певної сфери економічної діяльності (зокрема, будівництво автомобільних заправних станцій (АЗС), офісних будівель та торговельно-розважальних комплексів, житлових будинків тощо), то такі компанії можна вважати диверсифікованими, і вони, зазвичай, мають як корпоративну, так і низку ділових (бізнес) стратегій;

3) функціональними стратегіями розвитку, які передбачають конкретизацію деталей в кожному стратегічному плані дій як щодо загальної стратегії розвитку за всіма підрозділами, так і щодо кожного напрямку діяльності [17, с. 138]. Достатньо системний підхід щодо виділення функціональних стратегій розвитку суб'єкта економічної діяльності подано в науковому дослідженні С. Алєксєєва [2]. Відповідно до твердження автора, функціональні стратегії підприємства можна поділити на [2]:

- функціональні стратегії розвитку щодо об'єктів управління, серед яких він виокремлює торгівлю, трудову, фінансову та інноваційні стратегії. Судячи з логіки дослідника, в рамках вказаних функціональних стратегій деталізується кожен з напрямків діяльності компанії (об'єкти управління). Це можуть бути різні профільні напрямки будівництва, супутні види діяльності певного підприємства. І на всіх рівнях визначається функціональний план управління ними;

- функціональні стратегії розвитку щодо суб'єкта управління, які передбачають управлінську, організаційну, кадрову та маркетингову стратегії розвитку. Також, як і щодо функціональних стратегій розвитку відносно об'єктів управління, до функціональних стратегій розвитку щодо суб'єкта управління в сфері будівельної галузі можна запропонувати додати виробничу стратегію розвитку;

4) операційними (інструментальними) стратегіями розвитку, які, як вказують Т. Старшинова, Н. Перепелиця [17, с. 138], дозволяють більш детально, ніж на функціональному рівні, визначити конкретні стратегічні ініціативи, способи найкращих варіантів використання окремих складових (ресурсної бази) в рамках діяльності суб'єкта підприємництва як за кожним конкретним напрямком, так і в цілому тощо.

Заслуговує на увагу науковий підхід до класифікації стратегій розвитку в розрізі адаптації підприємства до впливів зовнішнього та внутрішнього середовища. Автори цього підходу (Н. Цопа,

О. Галушко, С. Галушко [18]) серед ключових факторів внутрішнього середовища виділяють рівень фінансової стійкості суб'єкта економічної діяльності. Цей вид впливу обирається у якості ключового, фактори зовнішнього середовища, судячи із змісту переліку стратегій даної категорії не відіграють такої суттєвої ролі. Зокрема, Н. Цопа, О. Галушко, С. Галушко [18, с. 359] серед основних стратегій розвитку в розрізі адаптації підприємства до впливів середовища виокремлюють:

1) у разі низької фінансової стійкості:

- стратегії ігнорування зовнішніх впливів, які забезпечують підтримання невисокого рівня встановлених досягнень (в фінансово-економічній, продуктивній (за основними напрямками діяльності, видами продукції (послуг)), ринковій, організаційній сферах);

- стратегії перетворення загроз на можливості, які є більш ефективними з точки зору збереження встановлених досягнень (в фінансово-економічній, продуктивній (за основними напрямками діяльності, видами продукції (послуг)), ринковій, організаційній сферах);

2) у випадках дуже низької фінансової стійкості (якщо існує загроза банкрутства для суб'єкта економічної діяльності):

- стратегії дружнього поглинання, коли для суб'єкта економічної діяльності для уникнення кризових ситуацій у всіх сферах діяльності найбільш прийнятною є інтеграція з економічним партнером на паритетних умовах співпраці тощо;

- стратегії пасивної адаптації, коли суб'єкт господарювання не чинить активного опору новим та існуючим загрозам як в сфері зовнішніх, так і внутрішніх впливів. Використання таких стратегій, за твердженням авторів, пов'язане з максимальним рівнем загроз у всіх сферах;

- стратегії активної адаптації, коли суб'єкти підприємництва здійснюють активний опір щодо нових та існуючих зовнішніх і внутрішніх викликів, тим самим створюючи певні досягнення в різних сферах діяльності;

3) у разі допустимого рівня фінансової стійкості (нормальний рівень, який не пов'язаний із загрозами):

- стратегії ігнорування зовнішніх впливів, які забезпечують підтримання нормального рівня встановлених досягнень (в фінансово-економічній, продуктивній (за основними напрямками діяльності, видами продукції (послуг)), ринковій, організаційній сферах);

- стратегії максимального використання можливостей суб'єкта економічної системи в усіх або конкретній сфері. Застосування вказаних стратегій сприяє, як свідчать матеріали дослідження Н. Цопа, О. Галушко, С. Галушко [18, с. 359], досягненню високого рівня ефективності такої адаптації, і, відповідно, забезпечує більш високу фінансову стійкість підприємства в існуючих умовах;

4) у випадку високого рівня фінансової стійкості суб'єкта підприємницької діяльності:

- стратегії ігнорування зовнішніх впливів, які забезпечують підтримання високого рівня встановлених досягнень (в фінансово-економічній, продуктивній (за основними напрямками діяльності, видами продукції (послуг)), ринковій, організаційній сферах);

- стратегії максимального використання можливостей та нового рівня результативності суб'єкта економічної системи в усіх або конкретній сфері.

Є також наукові підходи, які передбачають визначення стратегій розвитку суб'єктів економічної діяльності в залежності від певних сутнісних ознак, що характеризують обрані стратегічні орієнтири.

В розрізі вказаного підходу можемо охарактеризувати трактування основних видів стратегій розвитку суб'єкта галузі, сформульоване А. Андрєєвою [3, с. 188-190] в залежності від низки ознак, що визначають стратегічні пріоритети. За твердженням авторки, стратегії розвитку суб'єктів галузі на сучасному етапі функціонування можна класифікувати за:

1) типами економічного росту, які дозволяють виділити наступні види стратегій розвитку:

- стратегії, націлені на концентроване зростання (за певними напрямками, об'єктами, в цілому в рамках підприємства). Серед таких стратегій авторка виділяє, зокрема: стратегії, пов'язані

із підвищенням ринкової частки ринку; стратегії, які передбачають розвиток ринку (пошук нових клієнтських сегментів, ринкових територій тощо); стратегії, пов'язані з розвитком нового виду продукції на вже освоєних ринкових нішах;

- стратегії, обумовлені орієнтиром на диверсифіковане зростання. Вказані стратегії передбачають, що суб'єкти галузі в цілях отримання більш прийняттого стратегічного результату акумулюють зусилля на певних найбільш вигідних напрямках діяльності, починають займатись виробництвом тільки певного виду продукції;

2) етапами життєвих циклів компаній, які представлені:

- стратегіями прискореного зростання. Як відмічає А. Андреева [3, с. 189], ця категорія стратегій розвитку передбачає інтенсифікацію стратегічних зусиль суб'єкта галузі щодо посилення ринкових позицій, підвищення результативності діяльності за всіма напрямками діяльності;

- стратегіями обмеженого зростання. Вивчення положень наукового підходу дослідниці [3, с. 189] дозволяє констатувати, що такі стратегії передбачають здійснення підтримки та управління на рівні існуючих напрямків діяльності суб'єктів галузі.

В розрізі п'ятого наукового підходу (класифікації стратегій розвитку за сутнісними ознаками) можна проаналізувати перелік та характеристику стратегій цієї категорії, виділених в науковій праці Т. Корнеєвої, С. Нікітіна [13] та Є. Пипко [15]. Згідно з твердженням авторів, стратегії розвитку суб'єкта галузі можна класифікувати у відповідності до:

1) ознаки, яка передбачає визначення стратегічного розвитку тієї або іншої сфери (напряму). В складі стратегій розвитку даного типу автори відмічають ресурсні стратегії, функціональні стратегії;

2) ознаки, яка пов'язана з обґрунтуванням стратегічного розвитку організаційного управління окремих структурних одиниць суб'єкта економічної діяльності. В рамках таких стратегій слід, на думку Т. Корнеєвої, С. Нікітіна [13], виокремлювати стратегії, що передбачають розвиток окремих структурних підрозділів;

3) ознаки вирішення певних проблемних аспектів розвитку суб'єкта галузі.

Важливо підкреслити окремий науковий підхід, який передбачає існування комплексних стратегій розвитку суб'єктів економічної діяльності, сформованих за рахунок певних локальних стратегій.

В контексті такого підходу можна розглянути структуру комплексної стратегії розвитку суб'єкта галузі, визначену Т. Корнеєвою, С. Нікітіним [13]. А саме, на думку авторів, така стратегія може бути представлена:

- базовою стратегією «продукція-ринковий простір», яка на стратегічному рівні передбачає склад продукції, технології виробництва, ринки збуту, механізм стратегічного управління розробкою, просуванням, збутом в рамках ринкового простору тощо. Серед таких стратегій, відповідно до твердження О. Гудзь, О. Мусійовської [10, с. 339], можуть виділятися, зокрема, захисні стратегії, пасивно-наступальні стратегії, стратегії ринкової ніші, активно-наступальні стратегії. Слід відмітити, що в рамках стратегії розвитку категорії «продукція-ринковий простір» в наукових працях розглядаються і інші види стратегій. Зокрема, С. Васильцова, О. Кітченко, Т. Хохлюк [6] вказують на існування природних стратегій управління розвитком, просуванням та збутом нових видів продукції без залучення додаткових зовнішніх джерел фінансування. Відповідно до підходу Ю. Карлик, М. Бігдан [12], в складі основних ринкових стратегій розвитку малого підприємства можна виділити такі: стратегії, які передбачають копіювання ринкової поведінки лідерів ринку; стратегії, які пов'язані з функціонуванням на ринку в чітко визначених розмірах, що дозволяють успішно функціонувати; стратегії, які передбачають участь в створенні продукту великих компаній; стратегії, пов'язані із використанням переваг провідних учасників галузі (використання кольору лідера ринку в рекламі власних видів продукції, певних ключових фраз, змінених відповідно до власного продукту тощо).

Висновки і перспективи.

Систематизація та вивчення сучасних наукових праць за досліджуваною проблематикою дозволила сформулювати авторський підхід до питання класифікації основних стратегій розвитку суб'єкта економічної діяльності. А саме, до основних видів стратегій розвитку суб'єкта галузі можна віднести:

1) локальні стратегії розвитку, які визначаються за функціональними (процесними), структурно-управлінськими, ринковими та продуктовими, фінансово-економічними цільовими орієнтирами та можливостями;

2) інноваційні локальні стратегії розвитку, які визначають управління всіма (конкретними) сферами діяльності і пов'язані з орієнтиром на покращення існуючих позицій за всіма (конкретними) напрямками діяльності;

3) комплексні сталі стратегії розвитку, які представляють собою оптимальні комбінації локальних сталих стратегій розвитку;

4) комплексні гнучкі стратегії розвитку, які включають оптимальні комбінації локальних гнучких стратегій розвитку і найбільш адаптовані до змін ринкового середовища, є конструкторами його трансформацій, визначають нові тренди і тенденції тощо.

Представлений авторський перелік видів стратегій розвитку суб'єкта галузі сформульовано на засадах використання порівняльного, аналітичного методів, методу системного підходу. Наукова новизна запропонованого підходу полягає в тому, що нами враховано найкращі наукові трактування щодо вказаного питання, здійснено універсалізацію положень сучасної наукової думки за визначеним аспектом дослідження, вказано на інноваційні напрямки, характерні практиці функціонування суб'єктів галузі.

В рамках дослідження здійснено вивчення основних наукових підходів щодо класифікації та характеристики сучасних стратегій розвитку суб'єктів економічної діяльності. Серед таких підходів виділено, зокрема: локальний підхід до класифікації стратегій розвитку, який пов'язаний з їх систематизацією в залежності від ознак орієнтиру на характер ринкових позицій (зміна частки ринку), масштаби, напрямки функціонування за різними сферами, продуктову політику; підхід до класифікації стратегій розвитку, сформульований під кутом їх поділу за стадіями змін життєвого циклу продукції (послуг), напрямків діяльності; підхід до класифікації стратегій розвитку, пов'язаний з їх багаторівневою структуризацією в рамках функціонування суб'єкта економічної діяльності; підхід до класифікації стратегій розвитку в розрізі адаптації підприємства до впливів зовнішнього та внутрішнього середовища; підходи, які передбачають визначення стратегій розвитку суб'єктів економічної діяльності в залежності від певних сутнісних ознак, що характеризують обрані стратегічні орієнтири; підхід, який передбачає існування комплексних стратегій розвитку суб'єктів економічної діяльності, сформованих за рахунок певних локальних стратегій. Керуючись систематизацією положень наукових праць, на засадах вивчення практики функціонування суб'єктів галузі було розроблено авторський підхід до визначення переліку основних видів стратегій розвитку суб'єктів галузі.

Доцільність і ґрунтовність впровадження та використання стратегій розвитку визначається їх ефективністю стосовно стану та рівня певних оціночних показників діяльності суб'єктів будівельної галузі. Достовірність, повнота та комплексність оцінки рівня ефективності стратегій розвитку може бути оцінена із застосуванням доречних до конкретних напрямків стратегічного аналізу, об'єктивних, науково обґрунтованих методичних підходів. В наукових працях використовують широкий спектр підходів щодо системного та локального вивчення ефективності стратегій розвитку як самої галузі, так і її суб'єктів. Зміст та характеристики цих підходів визначають їх методику, переваги, недоліки, можливість універсального застосування щодо вивчення проблеми оцінки ефективності стратегій розвитку. Для вивчення можливості застосування існуючих наукових методичних підходів, виявлення потреб адаптації або необхідності розробки, визначення якісно нових методів, показників оцінки потрібно проведення комплексного дослідження наукової бази за

вказаним напрямком. Тому, пріоритетним напрямом наших подальших досліджень є аналіз характеристик, переваг та недоліків основних сучасних наукових підходів щодо питання оцінки ефективності стратегій розвитку суб'єктів будівельної галузі.

Список використаних джерел

1. Алексеева Н.І. Класифікація базових стратегій зростання підприємства. *Вісник Східноєвропейського університету економіки і менеджменту*. 2012. Вип. 3 (13). С. 71-80.
2. Алексеев С.Б. Механізм формування функціональних стратегій елементів внутрішнього стратегічного потенціалу торговельного підприємства. URL : http://www.economy.nauka.com.ua/?op=1&z=3495_ (дата звернення: 03.04.2019).
3. Андреева А.А. Виды и элементы стратегии развития предприятия. *Вестник ВУиТ*. 2010. №20. С. 186-192.
4. Ансофф И. Новая корпоративная стратегия; пер с англ. СПб.: «Питер», 1999. 432 с.
5. Баланович А.М. Теоретико-методичні засади формування стратегій розвитку підприємства. *Науковий вісник Херсонського державного університету*. 2014. Вип. 8. Ч. 2. С. 77-81.
6. Васильцова С.О., Кітченко О.М., Хохлюк Т.В. Продуктова стратегія як основа просування товару на ринок. *Інноваційна економіка*. 2015. № 1(56). С. 158-162.
7. Виниченко Е.Н. Сравнительная характеристика базовых стратегий развития предприятий. *Европейський вектор економічного розвитку*. 2015. №2 (19). С. 40-52.
8. Виханский О.С. Стратегическое управление. М.: Экономист, 2015. 284 с.
9. Група компаній «МТМ-Систем». URL : <http://mtmmarket.com/> (дата звернення: 03.04.2019).
10. Гудзь О.І., Мусійовська О.Б. Методичний підхід до обґрунтування стратегії розвитку підприємства. *Економіка та управління підприємствами*. 2018. Вип. 22. С. 334-340.
11. Довгань Л.Є., Каракай Ю.В., Артеменко Л.П. Стратегічне управління. К. : Центр учбової літератури, 2009. 440 с.
12. Карлик Ю.Ю., Бігдан М.Г. Планування та формування продуктової стратегії підприємства при виході на зовнішній ринок. URL : http://ven.ztu.edu.ua/article/view/94324_ (дата звернення: 03.04.2019).
13. Корнеева Т.Ю., Никитин С.А. Цели и стратегии развития предприятий, их классификация и системный подход к их формированию. *Известия Тульского государственного университета*. 2010. № 1(1). С. 195-204.
14. Пащенко О.П. Теоретичні аспекти стратегічного управління розвитком підприємства. URL : https://km-news.ztu.edu.ua/wp-content/uploads/2012/10/rozdil-2_.pdf_ (дата звернення: 03.04.2019).
15. Пипко Е.Г. Формирование стратегии предприятия сферы сервиса на рынке деловых услуг. *Вестник Самарского государственного экономического университета*. 2010. № 1(63). С. 64-68.
16. Рульев В.А., Гуткевич С.О. Менеджмент. К.: Центр учбової літератури, 2011. 312 с.
17. Старшинова Т.А., Перепелица Н.М. О классификации стратегий предприятия. *Вестник ТвГУ*. 2016. № 1. С. 134-139.
18. Цопа Н.В., Галушко Е.С. Галушко С.А. Формирование стратегии управления развитием строительного предприятия. *Культура народов Причерноморья*. 2013. № 260. С. 355-360.
19. Lennar Completes Strategic Combination with CalAtlantic. URL : <https://www.prnswire.com/news-releases/lennar-completes-strategic-combination-with-calatlantic-300597384.html>. (дата звернення: 03.04.2019).
20. Lennar Corp. URL : 03.05.2019. <https://www.lennar.com/about/core-values>. (дата звернення: 03.04.2019).

Статтю отримано: 11.04.2019 / Рецензування 17.05.2019 / Прийнято до друку: 20.06.2019

Oleksandra Kononova

Ph.D. (in Economics), Associate Professor
Department of Accounting, Economics and Human Resources Management
Department of Applicant of Management, Project Management and Logistics
Prydniprovsk State Academy of Civil Engineering and Architecture
Dnipro, Ukraine

E-mail: oleksandrakononova@gmail.com

LIST AND CHARACTERISTICS OF MAIN DEVELOPMENT STRATEGIES

Abstract

Introduction. In the current conditions, one of the decisive aspects of the functioning of economic systems (enterprises, industries, economics) is the choice of development directions that is developed and substantiated at the strategic level within the framework of a certain subject of management. The need for the most appropriate and optimal choice of development strategies is actualized by the continuous influence of the environment, which is changing in the XXI century more rapidly, has rather complex manifestations associated with new globalization, information and communication challenges. In particular, in a context of increasing the level of openness of markets, leaders of certain or other domestic markets, including in the construction industry, may yield and lose the competitive position of new, innovative companies with more adaptive, flexible development strategies.

Methods. The article methodology is on the basis of the use of comparative, analytical methods, method of the system approach.

Results. The scientific novelty of the proposed approach is that we take into account the best scientific interpretations regarding this issue, the universalization of the provisions of contemporary scientific thought in the definite aspect of the study, is pointed out on the innovative directions characteristic of the subjects practice of the industry. Within the framework of the investigation, the study of the main scientific approaches to the classification and characteristics of modern strategies for the development of economic entities.

Discussion. Guided by the systematization of the provisions of scientific works, on the basis of studying the functioning practice of the industry subject determined the development of an author's approach to determining the list of major types of development strategies of industry.

Keywords: strategy, development strategy, approaches to the classification of development strategies, industry, subject of management.

References

1. Alyeksyeyeva, N.I. (2012). Klyfikaciya bazovyh stratehij zrostannya pidpryyemstva [Classification of basic business growth strategies]. *Visnyk Shidnoyevropejskoho universytetu ekonomiky i menedzhmentu* [Bulletin of the East European University of Economics and Management], 3 (13), 71-80.
2. Alyeksyeyev, S.B. (2019). Mehanizm formuvannya funkcionalnyh stratehij elementiv vnutrishnoho stratehichnoho potencialu torhovelnoho pidpryyemstva [Mechanism of functional strategies formation of the internal strategic potential elements of a trading enterprise]. *www.economy.nayka.com.ua*. Retrieved from <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=3495>.
3. Andreeva, A.A. (2010). Vidy i elementy stratehij razvitiya predpriyatiya [Types and elements of enterprise development strategy]. *Vestnik VUyT* [Herald VUIT], 20, 186-192.
4. Ansoff, Y. (1999). *Novaya korporativnaya stratehiya* [A new corporate strategy]. SPb., Russia: «Piter».
5. Balanovych, A.M. (2014). Teoretyko-metodychni zasady formuvannya stratehij rozvytku pidpryyemstva [Theoretical and methodical principles of enterprise development strategies formation]. *Naukovyj visnyk Hersonskoho derzhavnoho universytetu* [Scientific Herald of Kherson State University], 8, 2, 77-81.
6. Vasylycova, S.O., Kitchenko, & O.M., Hohlyuk, T.V. (2015). Produktova stratehiya yak osnova prosuvannya tovaru na rynek [Product strategy as the basis of product promotion on the market]. *Innovacijna ekonomika* [Innovative economy], 1(56), 158-162.
7. Vinichenko, E.N. (2015). Sravnitel'naya harakteristika bazovyh stratehij razvitiya predpriyatij [Comparative characteristic of the basic strategies of enterprise development]. *Yevropejskyj vektor ekonomichnoho rozvytku* [European vector of economic development], 2 (19), 40-52.
8. Vihanskij, O.S. (2015). *Stratehicheskoe upravlenie* [Strategic management]. Moscow, Russia: Ekonomist.
9. Hruppa kompanij «MTM-Sistem» (2019). *mtmmarkt.com*. Retrieved from <http://mtmmarkt.com/>.
10. Hudz, O.I., & Musijovska, O.B. (2018). Metodychnyj pidhid do obgruntuвання stratehij rozvytku pidpryyemstva [Methodical approach to the substantiation of the strategy of enterprise development]. *Ekonomika ta upravlinnya pidpryyemstvamy* [Economics and Enterprise Management], 22, 334-340.
11. Dovhan, L.Ye., Karakaj, Yu.V., & Artemenko, L.P. (2009). *Stratehichne upravlinnya* [Strategic management]. Kyiv, Ukraine : Centr uchbovoi literatury.
12. Karlyk, Yu.Yu., & Bihdan, M.H. (2019). Planuvannya ta formuvannya produktovoi stratehij pidpryyemstva pry vyhodi na zovnishnij rynek [Planning and formation of the product strategy of the company when entering the external market]. *ven.ztu.edu.ua*. Retrieved from <http://ven.ztu.edu.ua/article/view/94324>.

13. Korneeva, T.Yu., & Nikitin, S.A. (2010) Celi i strategii razvitiya predpriyatij, ih klassifikaciya i sistemnyj podhod k ih formirovaniyu [Goals and strategies of enterprise development, their classification and the system approach to their formation]. *Izvestiya Tul'skogo gosudarstvennogo universiteta* [Izvestiya Tula State University], 1(1), 195-204.
14. Pashhenko, O.P. (2019). Teoretychni aspekty stratehichnogo upravlinnya rozvytkom pidpryyemstva [Theoretical aspects of strategic management of enterprise development]. *km-news.ztu.edu.ua*. Retrieved from https://km-news.ztu.edu.ua/wp-content/uploads/2012/10/rozdil-2_.pdf.
15. Pipko, E.H. (2010). Formirovanie strategii predpriyatij sfery servisa na rynke delovyyh usluh [Formation of the strategy of enterprises in the sphere of service in the market of business services]. *Vestnik Samarskogo gosudarstvennogo ekonomicheskogo universiteta* [Bulletin of the Samara State Economic University], 1(63), 64-68.
16. Rulyev, V.A., & Hutkevych, S.O. (2011). *Menedzhment* [Management]. Kyiv, Ukraine: Centr uchbovoi literatury.
17. Starshinova, T.A., & Perepelica, N.M. (2016). O klassifikacii strategij predpriyatiya [Classification of enterprise strategies]. *Vestnik TvHU* [Herald of the TGU], 1, 134-139.
18. Copa, N.V., Halushko, E.S., & Halushko, S.A. (2013). Formirovanie strategii upravleniya razvitiem stroitel'nogo predpriyatiya [Formation of a management strategy for the development of a construction enterprise]. *Kultura narodov Prichernomor'ya* [Culture of the peoples of the Black Sea region], 260, 355-360.
19. Lennar Completes Strategic Combination with CalAtlantic. (2019). *www.prnewswire.com*. Retrieved from <https://www.prnewswire.com/news-releases/lennar-completes-strategic-combination-with-calatlantic-300597384.html>.
20. Lennar Corp. (2019). *www.lennar.com*. Retrieved from <https://www.lennar.com/about/core-values>.

Received: 04.11.2019 / Review 05.17.2019 / Accepted 06.20.2019

