

Економічні аспекти відіграють ключову роль у процесі відновлення, оскільки швидкість відбудови значною мірою залежить від економічного розвитку громади, генерації нових робочих місць, внесення податків та поповнення місцевого бюджету. В той же час економіка тісно пов'язана з демографічними викликами та міграцією бізнесу. Переселення підприємств, закриття підприємств та зменшення чисельності населення суттєво впливають на громади. Наступні пріоритети пов'язані з відбудовою зруйнованих та пошкоджених об'єктів: дороги, мости, транспортне сполучення (19,8%); відновлення критичної комунальної інфраструктури (15,8%); відбудова навчальних закладів (14,9%); та відновлення житлового фонду (12,9%), відбудова медичних закладів (5,9%).

Досвід інших країн наочно демонструє важливість публічно-приватного партнерства як ефективного інструменту для відновлення інфраструктури та забезпечення надання послуг громадянам під час повоєнної відбудови. Це підкреслює потребу у використанні цього підходу в Україні для відновлення територіальних громад.

Список використаних джерел

1. Територіально-орієнтовані механізми стимулювання інвестицій у повоєнному відновленні України: аналіт. доп. / [Я.А. Жаліло, Н.В. Бахур, А.А. Головка та ін.]; за наук. ред. Я.А. Жаліла. Київ: НІСД, 2023. 78 с. <https://doi.org/10.53679/NISSanalytrep.2023.09>.
2. Дослідження ініціатив у сфері повоєнного відновлення. ICAP Єднання. URL: https://ednannia.ua/images/Master_version_UKR_Rebuilding.pdf.

Д-р екон. наук Яровенко Т. С., Гірман Н. П.

Дніпровський національний університет імені Олеся Гончара (Україна)

ПОНЯТТЯ ТА ОСОБЛИВОСТІ МАСШТАБУВАННЯ БІЗНЕСУ В УМОВАХ СУЧАСНИХ ВИКЛИКІВ

Світові пандемії (зокрема, COVID-19), військові конфлікти й економічні кризи змінюють умови та правила ведення бізнесу. Більш актуальним у такому нестабільному середовищі стає забезпечення стійкості бізнесу та його швидкої адаптації до викликів сьогодення з мінімальними втратами персоналу та ресурсів. Це вимагає від керівництва запровадження інноваційних підходів, зокрема,

обґрунтованої стратегії масштабування, що може стати ефективним виходом з кризової ситуації.

Питання стратегічного управління компанією, зокрема, впровадження масштабування, привертають увагу науковців та практиків, серед яких: Гаєрс А., Гудзь О., Гарніш В., Котькалова-Литвин І., Євтушенко К., Кофанов О., Зозульов О., Маслій Н., Бабенко В., Шпак Н., Хоменко О., Каруччи Р. та інші. Проте трактування цього процесу та його особливості недостатньо висвітлені у науковій літературі, незважаючи на численні тренінги практиків з цього питання.

У літературі масштабування означає як розширення, так і розвиток бізнесу [1]. Фахівці вважають, що навіть якщо проєкт локальний, найголовніше – знайти нішу, яка дасть змогу зробити його масштабним [2]. Деякі спеціалісти наголошують, що масштабування не є питанням вибору зростаючого бізнесу, а його нагальною потребою. Крім того, відмова від масштабування – відмова від самого бізнесу, адже завжди знайдеться конкурент, який буде радий задовольнити додатковий попит [3]. Проте більшість практиків наголошують, що масштабування можливе лише для стійких, ефективних та прибуткових компаній, які обирають стратегію зростання.

Одні фахівці наголошують на тому, що компанії повинні бути надійними, захищеними від ризиків, інші – що масштабування спричиняє появу нових ризиків, що зумовлює підвищення витрат та вимагає посилення контролю.

Отже, на наш погляд, масштабування або стадія розширення (expansion stage) бізнесу представляє собою стрімке планомірне нарощення його масштабів за рахунок стратегії розвитку та (або) стратегії тиражування з метою: збільшення прибутку, захоплення ринку і диктування власних умов, підвищення ефективності й конкурентоспроможності бізнесу, збільшення відомості бренду тощо.

Характерними особливостями масштабування бізнесу, як бізнес-моделі, в умовах сучасних викликів, є наступні:

- 1) «ідеальний» – зрілий й якісний продукт (послуга), попит на який суттєво перевищує пропозицію навіть у кризових умовах;
- 2) використання інновацій: товару, упаковки, дизайну, технології, обслуговування тощо;
- 3) основний критерій ефективності масштабування – швидке досягнення крапки беззбитковості;
- 4) достатня на всіх учасників-партнерів маржа (частина прибутку тощо);

5) зменшення приросту витрат (за рахунок оптових закупівель та економії на умовно постійних витратах) на тлі збільшення приросту доходів, що забезпечує стабільний приріст прибутку;

6) ефективна маркетингова стратегія: альтернативні канали збуту, розширення географії продажів, зростання обсягів та якості реклами, залучення нових споживачів, просування продукції (послуг) он-лайн та оф-лайн, управління відносинами з клієнтами (CRM) тощо;

7) системний й якісний аналіз оточуючого середовища, потенціалу компанії та можливостей її розширення;

8) швидка адаптація до мінливих умов та постійне вдосконалення бізнес-процесів;

9) надійні партнери, які пройшли перевірку, мають стійке фінансове положення та бездоганну репутацію;

10) диверсифіковані джерела фінансування;

11) чітка бізнес-модель та детальні розроблені бізнес-процеси;

12) ефективна й оптимальна організаційна структура компанії, яка забезпечує можливість управління масштабованим бізнесом та зміну підходів управління;

13) мотивація й синхронізація роботи команди проєкту (шляхом надання частки у власності, опціону, деривативу тощо) із делегуванням повноважень та управлінських функцій;

14) підвищення рівня ризику.

Особливу увагу під час масштабування слід приділити створенню ефективної системи комунікацій, яка надала б змогу забезпечити можливість швидкої адаптації до змін ринку та потреб споживачів [4].

Список використаних джерел:

1. Масштабування бізнесу: кому, коли й навіщо? WEBMAESTRO. URL: <https://webmaestro.com.ua/ua/blog/masshtabuvannya-biznesu/>.
2. Гетманський Т. Шість правил масштабування, які працюють у бізнесі. The page. URL: <https://thepage.ua/ua/experts/shist-pravil-masshtabuvannya-yaki-pracyuyut-v-biznesi>.
3. Панасевич Я. На якому етапі варто масштабувати бізнес: поради від українського self-made підприємця. Speka.media. URL: <https://speka.media/na-yakomu-etapi-varto-mashtabuvati-biznes-5-porad-vid-ukrayinskogo-self-made-pidprijemcu-pberov>.
4. Молодковець М. Стійке масштабування бізнесу: чому без комунікацій нічого не вийде – колонка. Ain.Ua. URL: <https://ain.ua/2024/02/02/chomu-bez-komunikaczij-nichogo-ne-vyjde-kolonka/>