

Д-р екон. наук Яровенко Т. С., Сасенко К. В.

Дніпровський національний університет імені Олеся Гончара (Україна)

**ТИПИ ТА ФОРМИ РОЗШИРЕННЯ БІЗНЕСУ
У СУЧАСНИХ УМОВАХ**

За 2023 рік в Україні попри проблеми та катастрофічні ризики з 76 до 79% збільшилась кількість підприємців, які планують розширення бізнесу. З них 30% планують відкриття нових напрямків бізнесу, а 14% планують розширювати географію діяльності та виходити на інші ринки. Наразі тільки 14% опитаних компаній експортують свої товари чи послуги за кордон. Водночас 21% опитаних бізнесменів планують розширювати команду, а 28% підвищувати заробітну плату співробітникам [1]. Що свідчить про актуальність розширення бізнесу навіть у кризових умовах підвищених ризиків та новітніх викликах для підприємців.

Завдяки інноваційним технологіям та комунікаціям компанії отримують доступ до нових міжнародних ринків та мають змогу розширити свою діяльність за межами національних кордонів. Розширення бізнесу є вимогою забезпечення конкурентоспроможності та можливістю досягнення його цілей. Саме цей процес дозволяє багатьом підприємствам залишатися на вершині ринку та задовольняти мінливі потреби клієнтів та розвиватися, навіть під час кризи. Розширення бізнесу дозволяє розподілити ризики, пов'язані зі внутрішніми та зовнішніми змінами обмеженого цільового ринку чи галузі, а також забезпечити ефективну оптимізацію виробничих процесів. Ще однією з переваг розширення бізнесу є зниження витрат, що забезпечується шляхом економії від ефекту масштабу та оптових обсягах закупівель. Отже, у динамічному світі розширення діючого бізнесу залишається ключовим елементом стратегії багатьох компаній, що надає їм стійкості та успіху.

Фахівці вважають, що термін «розширення бізнесу» означає стратегічний процес збільшення масштабів або обсягів діяльності підприємства з метою збільшення прибутку, ринкової частки, обсягів виробництва або впровадження нових продуктів (послуг). Він також може включати розширення географічного присутності, асортименту товарів (послуг), збільшення виробничих потужностей, введення інноваційних технологій або придбання (злиття) з іншими компаніями [2].

На етапі розширення бізнесу компанія активно розвивається. Цей процес, на думку Праїз Г., може приймати різні форми: відкриття додаткових офісів, збільшення продажів, інтенсифікація маркетингових зусиль, розгортання франшиз, укладання альянсів, виведення нових товарів (послуг) на ринок, освоєння нових географічних ринків, здійснення придбань (або злиття) з іншими компаніями, а також розширення присутності в Інтернеті. Отже, розширення бізнесу є стратегічними зусиллями, спрямованими на розвиток компанії та розширення її діяльності з метою збільшення доходів і здобуття конкурентної переваги [3].

Кубіній Н.Ю. виділяє наступні типи та форми розширення бізнесу [4]:

- 1) диверсифікація, яка пов'язана із збільшенням асортименту товару (послуг), появою нових сфер діяльності, освоєнням нових виробництв та ліній тощо;
- 2) географічне розширення: компанія розширює свою діяльність на нові географічні ринки або області шляхом відкриття філій, магазинів або виробничих підрозділів у інших містах, регіонах або країнах;
- 3) горизонтальне розширення: діяльність компанії на нових ринках або галузях, які тісно пов'язані з її поточним функціонуванням;
- 4) вертикальне розширення: діяльність компанії на інших рівнях продуктового ланцюжка, у напрямку постачання або збуту;
- 5) франчайзинг: надання іншим суб'єктам права на використання бренду, торговельної марки, продуктів та бізнес-моделей за встановленими угодами за визначену плату;
- 6) ліцензування інтелектуальної власності: надання третім сторонам права використовувати інтелектуальну власність компанії за встановленими умовами;
- 7) мерджери та поглинання: злиття або придбання інших компаній (їх активів) задля розширення, отримання інноваційних технологій, збільшення ринкової частки, ресурсів або можливостей;
- 8) інтернет-розширення: розширення збуту та просування продуктів (послуг) завдяки Інтернет-технологіям шляхом створення онлайн-магазину, впровадження цифрового маркетингу тощо.

У залежності від стратегічних цілей, наявних ресурсів та ринкових умов компанії можуть обирати один чи комбінувати декілька типів та форм розширення, що надасть їм конкурентних переваг.

Отже, кожна компанія прагне до зростання. Проте керувати розвитком або розширенням бізнесу вимагає впровадження відповідної стратегії, залучення інвесторів та організацію кредитування. У разі розширення на міжнародні ринки це процес є складним навіть для великого бізнесу. Отже розширення – це етап розвитку компанії із можливостями та ризиками.

Крім того, зростання розглядається як підтвердження початкової ідеї засновника щодо відкриття бізнесу, а також подальших зусиль для досягнення відповідної мети [3].

Список використаних джерел:

1. Майже 80% МСБ планують розширювати бізнес та залучати кошти у розвиток у 2024 році. Дія. URL: <https://business.dia.gov.ua/cases/novini/majze-80-msb-planuut-rozsiruvati-biznes-ta-zalucati-kosti-u-rozvitok-u-2024-roci>.
2. Економіка і бізнес: підручник: за ред. д.е.н., проф. Л.Г. Мельника, д.е.н., проф. О.І. Карінцевої. Суми: Університетська книга, 2021. 316 с.
3. Праїз Г. Розширення бізнесу: ефективні стратегії та варіанти позик у 2023 році. BUSINESSYIELD.COM. URL: <https://businessyield.com/uk/business-ideas/business-expansion/>.
4. Кубіній Н.Ю. Основи бізнесу: навчальний посібник. Ужгород, 2013. 204 с.