

9. Acciarini C., Boccardelli P., Peruffo E. Strategic change: A systematic review, synthesis, and a future research agenda. *European Management Review*. 2024. <https://doi.org/10.1111/emre.12668>.
10. Channon D. F., Caldart A. A. McKinsey 7S model. *Strategic Management*. 2015. № 12, P. 59-69.

**Жеребець М. М.**

*Дніпровський національний університет імені Олеся Гончара (Україна)*

**АДАПТИВНЕ МАСШТАБУВАННЯ ПІДПРИЄМСТВ:  
ПІДХОДИ ДО РОЗВИТКУ ТА ПІДВИЩЕННЯ  
КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ**

На сьогоднішній день бізнес функціонує в умовах постійних змін, економічної нестабільності та зростаючої конкуренції. У таких реаліях підприємствам недостатньо просто підтримувати свою діяльність, важливо знаходити способи для розвитку та розширення. Саме тому питання масштабування бізнесу є великою проблемою для великих, так і для малих підприємств. Масштабування дозволяє компаніям збільшувати обсяги діяльності, долучити нових клієнтів, та вийти на нові ринки. Це створює передумови для підвищення конкурентоспроможності, щоб забезпечити постійне зростання компанії. Актуальність роботи зумовлена необхідністю розробки адаптивних підходів до стратегічного управління розвитком підприємств, які працюють в умовах високої нестабільності. Через воєнні події, руйнування інфраструктури, міграційні процеси, інфляцію та нестабільність фінансових ринків бізнес працює в нестабільному середовищі, де звичні моделі планування вже не дають потрібних результатів. В умовах економічної нестабільності та дефіциту ресурсів підприємства повинні обережно планувати розширення бізнесу, враховуючи потенційні ризики. Основними заходами досягнення цілей масштабування є кількісні та (або) якісні зміни: збільшення обсягів виробництва або чисельності клієнтів, розширення мережі збуту чи географії діяльності, впровадження нових напрямків діяльності, розвиток продукту (розширення асортименту, впровадження інноваційних продуктів), оптимізація бізнес-процесів, підвищення ефективності маркетингу, інновації тощо [1].

Масштабування бізнесу може проходити з різною швидкістю. В одних випадках розвиток відбувається дуже швидко, а в інших поступово і поетапно.

Воно може бути непередбачуваним або планомірним. Фінансування масштабування здійснюється як за рахунок одного джерела, так і через поєднання кількох фінансових ресурсів. Незалежно від обраного способу масштабування, процес вимагає гнучкості і здатності компанії швидко реагувати на зміни зовнішнього середовища. Тому підприємствам важливо постійно покращувати свої бізнес-процеси і шукати нові шляхи розвитку.

Масштабування є важливою складовою стратегії розвитку компанії, оскільки дозволяє збільшити обсяги роботи та підвищити конкурентоспроможність. Окрім збільшення присутності на ринку, стратегія охоплює глибинну модернізацію: підвищення ефективності операційної діяльності, раціоналізацію витрат та інноваційний апгрейд. Завдяки цьому бізнес отримує шанс охопити більше клієнтів і розширити присутність на нових ринках. Масштабування бізнесу є гнучкою і маневреною стратегією, яка швидко адаптується до змін і передбачає постійне вдосконалення бізнес-процесів для досягнення стратегічних цілей. Під час масштабування фірми постійно стикаються з обмеженнями своєї діяльності. Тип і розміри обмежень залежать від стадії життєвого циклу організації, розмірів бізнесу, динаміки ринку тощо. Масштабування бізнесу можна розглядати як процес подолання різних обмежень. Успіх компанії неможливий, поки вона не впоралася з обмеженнями у ресурсах, таких як матеріальні, управлінські, кадрові, інформаційні та технологічні, а також з фінансовими обмеженнями. Крім того, важливо оптимізувати бізнес-модель і операційну модель компанії. Подолавши ці обмеження, компанія може ефективніше використовувати наявні ресурси, покращувати внутрішні процеси та швидше реагувати на зміни ринку [2].

В умовах економічної невизначеності підприємства змушені шукати нові підходи до масштабування, які дозволяють не лише розширювати діяльність, а й підвищувати стійкість компаній до зовнішніх потрясінь [3]. Дослідження показують, що цифрові інструменти допомагають бізнесу швидше реагувати на зміни ринку, покращувати внутрішні процеси та швидше адаптуватися до нових умов. Використання сучасних технологій і онлайн-каналів стає важливою складовою зростання компанії та зміцнення її конкурентних переваг.

Виходячи з вищесказаного, масштабування бізнесу дозволяє рости навіть у складних економічних ситуаціях. Воно допомагає долати обмеження, швидко адаптуватися до змін на ринку та ефективніше використовувати ресурси.

Використання сучасних цифрових інструментів і технологій дозволяє підвищити гнучкість компанії, покращити внутрішні процеси та зовнішні процеси, зміцнити конкурентні переваги. Таким чином, компанія може не лише виживати, а й знаходити нові можливості для розвитку.

#### **Список використаних джерел:**

1. Яровенко Т., Гірман Н., Сасенко К. Поняття та особливості масштабування бізнесу в умовах сучасних викликів. *Галицький економічний вісник*, 2021, № 4. С. 158-163.
2. Шевченко Л. С. Економічна теорія та право : збірник наукових праць. Харків: Право, 2024. Вип. № 2(57). С. 29-34.
3. Делеган Ф. Ю. Можливості масштабування бізнесу з використанням цифрових каналів в умовах економічної турбулентності. *Економічний вісник Національного технічного університету України «Київський політехнічний інститут»*. 2025, № 35. С. 125-128.

**Зеленюк І. Б.**

*Дніпровський національний університет імені Олеся Гончара (Україна)*

### **ІНТЕГРАЦІЯ РИЗИК-МЕНЕДЖМЕНТУ В СИСТЕМУ АНТИКРИЗОВОГО УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВОМ**

В сучасних умовах глобальної нестабільності та економічної турбулентності традиційні підходи до управління підприємством втрачають свою ефективність, що зумовлює необхідність синергії управління ризиками та антикризового управління. Управління ризиками – це не просто інструмент мінімізації збитків, а основа антикризової стратегії, що дозволяє трансформувати потенційні загрози в можливості для розвитку підприємства. Ключовою тезою інтеграції є перехід від реактивного управління (реагування на кризу, що вже сталася) до проактивного (виявлення слабких сигналів та нейтралізація ризиків на стадії їх виникнення) [1].

Механізм інтеграції передбачає впровадження ризикоорієнтованого мислення на всіх рівнях прийняття рішень. Це означає, що антикризова програма підприємства повинна базуватися на постійному моніторингу зовнішнього та внутрішнього середовища. Наприклад, логістична компанія, інтегруючи управління ризиками, не просто чекає затримок поставок через паливну кризу, а заздалегідь розробляє сценарії диверсифікації маршрутів та хеджування цін на паливо. Таким