

## **ЕКОНОМІЧНЕ ЗРОСТАННЯ БІЗНЕСУ ТА СТРАТЕГІЯ ЙОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ**

### **ECONOMIC GROWTH OF BUSINESS AND STRATEGY FOR ITS SUPPORT**

### **ЭКОНОМИЧЕСКИЙ РОСТ БИЗНЕСА И СТРАТЕГИЯ ЕГО ОБЕСПЕЧЕНИЯ**

**Анотація.** Досліджено теоретичні та практичні аспекти забезпечення реалізації стратегії росту бізнесу, визначено потенціал росту бізнесу.

**Abstract.** Theoretical and practical aspects of ensuring the implementation of the business growth strategy have been studied, the business growth potential has been determined.

**Аннотация.** Исследованы теоретические и практические аспекты обеспечения реализации стратегии роста бизнеса, определен потенциал роста бизнеса.

Розвиток системи управління бізнесом базується на ефективному поєднанні стратегій зростання, особливо в умовах турбулентного макроекономічного середовища. Дана тематика є досі актуальною, її зокрема, розглядали: Буднік М. М., Вініченко С. А., Ліщинський І. О., Мусієнко В. Д.[1-5] та інші.

В даний час під стратегією розвитку слід розуміти сукупність принципів, методів та механізмів капіталізації бізнесу, розширення ринків діяльності, наповнення асортиментного портфелю продуктів, що дозволяє отримати стратегічні конкурентні переваги в галузі бізнесу.

Економічне зростання бізнесу - це збільшення виробництва товарів і послуг за певний період. Економічне зростання створює більший прибуток для бізнесу. Як результат, ціни на акції компанії зростають. Це дає компаніям капітал для інвестування та найму більшої кількості працівників. У міру створення нових робочих місць доходи зростають. Споживачі мають більше грошей, щоб придбати додаткові товари та послуги. Покупки ведуть до вищого економічного зростання. З цієї причини всі країни хочуть позитивного економічного зростання. Це робить економічне зростання найбільш спостережуваним економічним показником.

Зазвичай існує 4 типи стратегій, які згортаються у стратегію зростання:

- стратегія розвитку продукту - збільшення вашої частки ринку шляхом розробки нових продуктів, що обслуговують цей ринок. Ці нові продукти повинні або вирішити нову проблему, або додати до існуючої проблеми, яку вирішує продукт.

- стратегія розвитку ринку – збільшення частки ринку шляхом розробки нових сегментів ринку, розширення бази користувачів або розширення використання товаром поточних користувачів.

- стратегія проникнення на ринок - збільшення частки ринку за рахунок об'єднання продуктів, зниження цін і реклами - в основному все, що бізнес можете зробити за допомогою маркетингу після створення вашого продукту. Цю стратегію часто плутають із стратегією розвитку ринку.

- стратегія диверсифікації - збільшення частки ринку шляхом виходу на абсолютно нові ринки [3].

Інші науковці вказують, що п'ять основних стратегій зростання, які зазвичай використовують більшість підприємств, - це проникнення на ринок, розвиток ринку, розширення продукції, придбання та диверсифікація. Це відмінна стратегія для використання, коли бізнес хоче продати свою існуючу продукцію на тому самому ринку, де він уже присутній [5].

Синергія наукових концепції стосовно сутності стратегії економічного зростання бізнесу вказує, що авторське визначення можна сформулювати наступним чином: «стратегія економічного зростання бізнесу це система заходів, інструментів та методів просування продукції національного товаровиробника на закордонні ринки прямо або опосередковано через окремі збутові та комунікаційні мережі з метою отримання прибутку, реалізації виробничого потенціалу, нарощення частки ринку, брендуння товарної марки та забезпечення диверсифікації товарного збуту між внутрішнім та зовнішнім ринком».

Функціональне значення стратегії економічного зростання бізнесу засвідчує, на нашу думку, що в рамках стратегії збуту закордон реалізовано ключові функції стратегічного управління – планування, власне управління, мотивація, контроль та управлінський контролінг стосовно політики просування продукту на новий ринок.

Доцільно відзначити, що цільові орієнтири стратегії економічного зростання бізнесу мають різні аспекти для підприємств, які вже перебувають на окремих закордонних ринках, та фірм, які до сих пір зосереджені на внутрішньому збуті. А саме, стратегії економічного зростання бізнесу, які вже перебувають на окремих закордонних ринках, можуть дозволити:

- забезпечити оптимізацію товарного портфелю по географічним сегментам діяльності;
- сприяти зростанню рівня збуту та прибутку на окремих цільових ринках;
- сформувати умови для зростання конкурентного профілю підприємства на цільових ринках;
- скоротити ризики конкурентного витіснення з існуючих географічних та товарних сегментах.

Крім того автори досліджують процес обґрунтування стратегії економічного зростання бізнесу через інструменти прямого та непрямого експорту [2].

В той же час для фірм, які до сих пір зосереджені на внутрішньому збуті, стратегія економічного зростання бізнесу на новий зарубіжний ринок здатна:

- суттєво наростити обсяг збуту та фактичного прибутку;
- сприяти розвитку товарної та цінової політики на ринках;
- просувати існуючі та нові товари на новий ринок;
- забезпечити зростання використання виробничого і збутового потенціалу на ринках.

Таким чином, узагальнюючі орієнтири реалізації стратегії економічного зростання бізнесу дозволяють побудувати наступну карту стратегічного функціонування підприємства.

Стратегічне функціонування підприємства в рамках стратегії економічного зростання бізнесу вказує на поступальні інструментальні кроки підприємства стосовно покрокової реалізації конкурентної стратегії в частині зовнішнього збуту і стратегічного коригування товарного профілю фірми загалом.

На основі діагностики потенціалу розширення та розвитку бізнесу для запропоновано використовувати стратегію диференційованого розширення – за рахунок коригування як товарної політики, так і каналів комунікації з клієнтами та географії збуту, що дозволить отримати стратегічні конкурентні переваги в галузі бізнесу.

### *Література*

1. Буднік М. М. Визначення змісту поняття "стратегія фінансового зростання підприємства". Проблеми і перспективи розвитку підприємництва. 2015. № 3(1). С. 120-125.
2. Вініченко С. А. Маркетингова стратегія інтегрованого зростання як можливість підвищення рентабельності підприємств на ринку продукції бджільництва. Вісник Хмельницького національного університету. Економічні науки. 2019. № 5. С. 42-45.
3. Ліщинський І. О. Засадничі принципи стратегії полюсів зростання. Інтелект XXI. 2018. № 6. С. 77-81.
4. Мілінчук О. В. Реалізація стратегії зростання вартості підприємства: бюджетний підхід. Науковий вісник Чернівецького університету. Економіка. 2013. Вип. 669-671. С. 144-150.
5. Мусієнко В. Д. Формування стратегії економічного зростання вертикально-інтегрованої компанії. Формування ринкових відносин в Україні. 2019. № 2. С. 69-73.