

DOI: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2024-61-30>

УДК 330.131.3:339.138:339.13.021:373.61:658

# КОМУНІКАЦІЙНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ МАСШТАБУВАННЯ БІЗНЕСУ: РЕПУТАЦІЙНИЙ АСПЕКТ В УМОВАХ ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

## COMMUNICATION SUPPORT BUSINESS SCALING: REPUTATIONAL ASPECT IN THE CONTEXT OF FOREIGN ECONOMIC ACTIVITY

**Потюк Юрій Борисович**

аспірант,

Національний університет «Львівська політехніка»

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-8307-9257>

**Налутка Павло Васильович**

аспірант,

Національний університет «Львівська політехніка»

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-8842-4232>

**Potiuk Yurii, Nalutka Pavlo**

Lviv Polytechnic National University

Стаття присвячена проблематиці дослідження комунікаційного забезпечення масштабування бізнесу, його репутаційного аспекту в умовах зовнішньоекономічної діяльності. Проведено огляд літературних джерел за вказаною проблематикою. В статті використано такі методи дослідження: синтез, аналіз, морфологічний метод. Визначено, що масштабування бізнесу є комплексним процесом щодо розширення, зростання, розвитку діяльності задля нарощування обсягів продажу, ринкової присутності, впливу компанії тощо. Виокремлено ключові елементи вказаного процесу. В статті авторами упорядковано ключові значення комунікаційного забезпечення комунікаційного забезпечення масштабування бізнесу в умовах зовнішньоекономічної діяльності. Також систематизовано переваги від ефективного комунікаційного забезпечення процесу масштабування бізнесу в умовах зовнішньоекономічної діяльності підприємства.

**Ключові слова:** масштаб, масштабування, бізнес-процеси, зовнішньоекономічна діяльність, комунікації, репутація, Інтернет мережа, стейкхолдер.

The article is devoted to the problems of researching the communication support of business scaling, its reputational aspect in the context of foreign economic activity. In the context of globalization, the level of reputation of the enterprise that will implement it is important for scaling and, above all, its success. That is why the issue of communication and reputation support for business scaling: theoretical and applied aspect in the context of foreign economic activity is relevant. The article uses the following research methods: synthesis, analysis, morphological method. A review of literature on the subject was carried out. Given the rapid breakthrough of technology and the growing competition, today it is not enough to do a good job and have an impeccable reputation for confident development. Companies need to be recognized, to stay on the agenda, in the information field. One of the main requirements of the modern business world is to do a good job and be able to talk about it (communicate). It is determined that business scaling is a complex process of expansion, growth, development of activities to increase sales, market presence, company influence, etc. The key elements of this process are highlighted. In the article, the authors organize the key values of communication support for business scaling in the context of foreign economic activity. The benefits of effective communication support of the business scaling process in the context of foreign economic activity of an enterprise are also systematized. The practical achievement of this article is that enterprises which successfully scale their activities in the context of foreign economic activity will attract more customers, increase their own revenues, optimize costs, expand their geographical presence, develop new business areas, etc. After all, it is simply impossible to achieve a stable scaling process without effective communication. Communication is at the heart of developing relationships with the company's stakeholders, adapting to changes, ensuring transparency, ethical conduct, establishing and maintaining reputation, and measuring process efficiency.

**Key words:** scale, scaling, business processes, foreign economic activity, communications, reputation, Internet network, stakeholder.



**Постановка проблеми.** За умов глобалізування важливого значення для масштабування та передусім його успішності має рівень репутації підприємства, що його реалізовуватиме. Саме тому актуальною є проблематика комунікаційно-репутаційного забезпечення масштабування бізнесу. Зокрема теоретико-прикладний аспект даного процесу в умовах зовнішньоекономічної діяльності.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Розглянута проблема є актуальною для України, особливо за умов євроінтеграційного розвитку. Процесам масштабування бізнесу присвятили свою увагу, наукові праці такі вчені як: Гарніш В. [3], Кірев О. [15], Солопун Н. [12], Філіппова С. [15], та ін. Також проблематику досліджували і практики, такі як Євтушенко А. [4], Плохій К. [11], Стеклова А. [13], Шишкова Л. [14] та інші.

Проблемам інфо-комунікаційного забезпечення підприємницької діяльності та його репутацію присвячено праці таких фахівців як: Валінкевич Н. [1], Гавкалова Н. [2], Гришина В. [2], Завербний А. [5, 6, 7], Ломага Ю. [7], Захарчин Г. [8], Зернецька О. [9], Кошелева О. [10], Кравчук О. [10], Стеклова А. [13], Цисельська О.В. [10], Чигир А. [1], Шишкова Л. [14] та багато інших.

**Виділення невирішених раніше частин загальної проблеми.** Не дивлячись на значні досягнення в дослідженнях масштабування бізнесу, дещо поза увагою залишається інфо-комунікаційне забезпечення, репутаційний аспект даного процесу.

**Формулювання цілей статті (постановка завдання).** Цілями статті виступають дослідження особливостей комунікаційно-репутаційного забезпечення масштабування бізнесу за умов зовнішньоекономічної діяльності.

**Виклад основного матеріалу дослідження.** Підприємницька діяльність відбувається за динамічних умов зовнішнього середовища, високій конкуренції. І саме ті підприємства, що обирають амбіційні та, головне, інноваційні цілі, досягаючи їх формують лідерські позиції у галузі. При чому лідерство визначається не лишень фінансовими індикаторами, але й репутаційною складовою, сегментом ринку тощо. Одним із шляхів досягнення позитивного результату у складній конкурентній боротьбі виступає масштабування (процес зростання, розширення) [4; 11; 12; 13].

Масштабування бізнесу є комплексним процесом щодо розширення, зростання, розвитку діяльності задля нарощування обсягів

продажу, ринкової присутності, впливу компанії тощо. Вказаний процес може включати наступні ключові елементи:

- розширення асортименту продукції (послуг, робіт),
- розширення географії діяльності (передусім, вихід на нові зарубіжні ринки),
- оптимізування бізнес-процесів,
- підвищення рівня ефективності маркетингу, реклами, збуту,
- запровадження нових технологій, інновацій тощо.

Ключовими цілями масштабування бізнесу є формування умов задля наступних очікуваних результатів:

- стабільного, гармонійного, тривалого зростання компанії,
- для збільшення рівня її конкурентоспроможності на ринку.

Для процесу масштабування бізнесу особливо важливу відіграє цифровізування, діджиталізування економіки. Перш за все це стосується його комунікаційного забезпечення та значення його для репутації підприємства.

Визначення сутності та ролі бізнес-комунікування було вдало запропоновано Філіпповою С. В. [15, с. 55]. «Бізнес-комунікації» – це «комплекс зусиль зі створення, розвитку, підтримання репутації в очах цільових груп (стейкхолдерів) задля досягнення рівня довіри до суб'єкта та реалізування цілей його основної діяльності» [15, с. 55].

Активне застосування у бізнес-процесах Інтернет мережі надає безмежні можливості щодо розширення підприємства, залучення нових клієнтів, інвесторів та його інших стейкхолдерів. Передусім це стосується комунікаційного забезпечення масштабування бізнесу в умовах зовнішньоекономічної діяльності. Систематизування ключових значень комунікаційного забезпечення при масштабуванні бізнесу наведено у табл. 1 [2; 5; 7; 8; 13; 14].

Зрозуміло, що перелік ключових значень комунікаційного забезпечення масштабування бізнес-процесів постійно змінюватиметься (доповнюватиметься, корегуватиметься) в залежності від динамічного зовнішнього середовища та інновацій у інфо-комунікаційному середовищі за умов зовнішньоекономічної діяльності підприємства.

Ефективне комунікаційне забезпечення процесу масштабування бізнесу в умовах зовнішньоекономічної діяльності сприятиме досягненню наступних переваг:

- підвищення рівня ефективності діяльності (завдячуючи використанню інноваційних комунікаційних технологій, штучного інтелекту і т. д., оптимізуванню використання ресурсів тощо);
- нарощування обсягів продаж (за рахунок привертання уваги більшої кількості потенційних клієнтів, розширення присутності онлайн тощо);

- глобалізування доступу до ринків (можливість комунікувати із аудиторією цілого світу, залучаючи нових клієнтів);
- підвищення рівня конкурентоспроможності підприємства (шляхом застосування CRM систем для гуртової торгівлі, оптимізування бізнес-процесів, підприємство у кілька разів швидше обслуговуватиме своїх клієнтів, підключатиме платіжні системи до сайту,

Таблиця 1

**Сутність комунікаційного забезпечення при масштабуванні бізнесу**

Перелік ключових значень комунікаційного забезпечення	Загальні характеристики
Налагодження та розвиток зв'язку із стейкхолдерами	Ефективне комунікування дозволить підприємству підтримувати зв'язок із його основними стейкхолдерами (клієнтами, співробітниками, інвесторами, партнерами тощо), сприятиме процесам формування довіри (репутаційна складова передусім), забезпечуватиме підтримання даних зацікавлених сторін (стейкхолдерів) при масштабуванні бізнесу.
Тлумачення (пояснення) місії, візії підприємства	Високий рівень ясності місії, візії підприємства у комунікаційних процесах сприятиме залученню, збереженню талантів серед співробітників, які поділяють основні цінності бізнесу, є готовими до активної роботи, самовіддачі задля досягнення цієї місії, цілей. Є важливим для забезпечення процесів стійкого (стабільного) масштабування, адже добре вмотивовані працівники можуть значно підвищувати рівень ефективності бізнес-процесів.
Забезпечення високого репутаційного рівня, прозорості, етичності підприємства	Враховуючи ключові принципи ефективного комунікування, прозорість, дотримання етичних норм при спілкуванні забезпечуватиме підприємству високий рівень довіри з боку його споживачів, інших стейкхолдерів, що сприятиме підтриманню стійкого іміджу бренду (репутації), збереженню лояльності клієнтів, стейкхолдерів саме при масштабуванні бізнесу, бізнес-процесів.
Адаптування до змін (за високо динамічних умов господарювання)	При масштабуванні підприємство може стикнутися із різноманітними викликами, загрозами, змінами у зовнішньому середовищі. Ефективне комунікування посприятиме швидкому адаптуванню до цих змін, дозволить вчасно реагувати на нові вимоги, загрози ринку, потреби споживачів тощо.
Використання надійних систем управління взаємовідносинами з клієнтами (CRM)	Застосування CRM допомагатиме кожному організаційному підрозділу підприємства під час масштабування бізнесу (перш за все це стосується структурних одиниць, що займаються продажем, обслуговуванням клієнтів, рекрутингом, маркетингом, фінансуванням, розвитком бізнесу тощо).
Формування та застосування системи управління репутацією в мережі (SERM)	Створення та використання SERM сприятиме формуванню репутації, боротьбі із негативними відгуками, аналізуванню, виявленню та усуненню відхилень, помилок, підвищенню рівня популярності, приросту рівня впізнаваності бренду, збільшенню аудиторії тощо
Аналітичне оцінювання комунікацій, їх регулювання	Систематичне проведення моніторингу, вимірювання рівня ефективності комунікаційних стратегій, комунікування виступає необхідним процесом задля забезпечення їх відповідності місії, цілям підприємства. Акумуляовані аналітичні дані дозволитимуть оцінювати вплив комунікування на досягнення бізнес-цілей, коригувати стратегії згідно до цих даних. Це сприятиме ефективнішому масштабуванню.

Джерело: систематизовано автором на основі [2; 5; 7; 8; 13; 14]

ефективно співпрацюватиме із ширшим колом користувачів тощо);

– залучення іноземного інвестування успішне комунікування в процесі масштабування бізнесу демонструватиме потенціал підприємства, залучаючи нових інвесторів (сприяючи подальшому розвитку, зростанню, масштабуванню);

– формування та підтримання високого репутаційного рівня (комунікаційне забезпечення процесу масштабування дозволятиме підприємству надавати ширший асортимент продуктів (послуг), підвищувати рівень якості обслуговування, задоволення клієнтів);

– створення та підтримання цінності підприємства для його клієнтів (шляхом діджиталізування комунікаційних процесів підприємства пришвидшуватимуть зворотній зв'язок, забезпечуватимуть високоякісне спілкування з покупцями, реагуватимуть на їх нові потреби тощо).

Ефективне комунікаційне забезпечення процесів масштабування бізнесу за умов зовнішньоекономічної діяльності дозволя-

тиме підприємству збільшувати свій вплив, нарощувати рівень ефективності діяльності, підвищувати рівні конкурентоспроможності, пізнаванності бренду, репутації, відкриваючи все нові можливості щодо подальшого гармонійного розвитку, розширення.

**Висновки.** Інформаційно-комунікаційне забезпечення масштабування бізнес-процесів виступає необхідністю для ефективного розвитку, росту підприємства.

Підприємства, що успішно масштабують свою діяльність за умов зовнішньоекономічної діяльності, привертатимуть до себе більше клієнтів, збільшуватимуть власні доходи, оптимізуватимуть витрати, розширюватимуть власну географічну присутність, розвиватимуть новітні напрямки бізнесу тощо. А без ефективного комунікування просто неможливо досягти стабільного процесу масштабування. Саме комунікування лежить в основі розвитку відносин зі стейкхолдерами підприємства, адаптуванні до змін, забезпеченні прозорості, етичності діяльності, становленні та підтриманні репутації, вимірюванні ефективності процесів тощо.

#### СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ:

1. Валінкевич Н., Чигир А. Теоретичні аспекти інформаційно-комунікаційного забезпечення бізнес-процесів суб'єктів малого підприємництва. *Економіка та суспільство*. 2024. № 59. URL: <https://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/view/3495>
2. Гавкалова Н. Л., Гришина В. В. Організаційно-комунікаційне забезпечення – основа ефективності управлінської діяльності персоналу підприємств : монографія. Харків : ХНЕУ ім. С. Кузнеця. 2021. 191 с.
3. Гарніш В. Масштабування бізнесу. Покрокова стратегія збільшення прибутків. Переклад з англ. Марковська А. Київ : Наш формат. 2018. 328 с.
4. Євтушенко А. Як правильно масштабувати бізнес. Поради топ-менеджерів. Економічна правда. 2019. URL: <https://www.epravda.com.ua/publications/2019/06/28/649154/>
5. Завербний А.С. Особливості впливу діджиталізування на розвиток репутаційного менеджменту у трансформаційному періоді. Розділ у кол. моногр. Трансформація суспільних відносин в умовах цивілізаційних змін. Харків : СГ НТМ «Новий курс». 2023. С. 299–307.
6. Завербний А. С. Комунікаційні стратегії: проблеми та перспективи формування і реалізування за умов євроінтегрування. *Innovation and Sustainability*. 2022. № 1. С. 13–19.
7. Завербний А., Ломага Ю. Проблеми та перспективи формування репутаційного менеджменту українськими підприємствами і організаціями з метою підвищення їх конкуренції. *Економіка та суспільство*. 2020. № 22. URL: <https://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/view/93>
8. Захарчин Г. М. Роль комунікаційної культури в управлінні персоналом. *Економіка та суспільство*. 2023. 56. URL: <https://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/view/3085>
9. Зернецька О. В. Глобальна комунікація: монографія. Київ : Наукова думка. 2017. 352 с.
10. Кошелева О. Б., Кравчук О. А., Цисельська О. В. Комунікаційна культура в умовах глобалізації та її вплив на формування іміджу країни. *Питання культурології*. 2021. Випуск 38. С. 287–300.
11. Плохій К. Масштабування або коротко про захоплення ринків. Press Association UA. 2021. URL: <https://pressassociation.org.ua/ua/masshtabuvannya-abo-korotko-pro-zahoplennya-rinkiv/>
12. Солопун Н. М. Маркетингові складові підприємницького потенціалу як підґрунтя до масштабування бізнесу. *Електронне наукове фахове видання з економічних наук «Modern Economics»*. 2019. № 14. С. 258–263
13. Стеклова А. Стійке масштабування бізнесу: чому без комунікацій нічого не вийде. URL: <https://ain.ua/2024/02/02/chomu-bez-komunikacij-nichogo-ne-vyjde-kolonka/>



14. Шишкова Л. Стійке масштабування бізнесу: комунікації як ключовий фактор успіху. URL: <https://elbuz.com/ua/stijke-mashtabuvannya-biznesu-chomu-bez-komunikacij-nichogo-ne-vij>
15. Svitlana V. Filyppova, Oleg V. Kirev. Cascading formation of business communications of an innovation-active enterprise in the conditions of informatization of economy by means of business partnership. Monograph. Schweinfurt, Time Realities Scientific Group UG (haftungsbeschränkt). 2018. 206 p. (In Ukrainian)

## REFERENCES:

1. Valinkevych N., Chyhyr A. (2024). Teoretychni aspekty informatsiino-komunikatsiinoho zabezpechennia biznes-protsesiv subiektiv maloho pidpriemnytstva [Theoretical aspects of information and communication support of business processes of small businesses]. *Ekonomika ta suspilstvo*, no. 59. URL: <https://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/view/3495>
2. Havkalova N. L., Hryshyna V. V. (2021). Orhanizatsiino-komunikatsiine zabezpechennia – osnova efektyvnosti upravlinskoj diialnosti personalu pidpriemstv: monohrafiia [Organizational and communication support as a basis for efficiency of management activities of enterprise personnel: monograph]. Kharkiv: KhNEU im. S. Kuznetsia. 191 p. (in Ukrainian)
3. Harnish V. (2018). Mashtabuvannya biznesu. Pokrokovna stratehiia zbilshennia prybutkiv [Business scaling. A step-by-step strategy for increasing profits]. Pereklad z anhl. Markovska A. K.: Nash format. 328 p. (in Ukrainian)
4. Ievtushenko A. (2019). Yak pravylno mashtabuvaty biznes. Porady top-menedzheriv [How to scale a business properly. Tips from top managers]. *Ekonomichna pravda*. Available at: <https://www.epravda.com.ua/publications/2019/06/28/649154/>
5. Zaverbnyj A.S. (2023). Osoblyvosti vplyvu didzhytalizuvanya na rozvytok reputacijnogo menedzhmentu u transformacijnomu periodi. Rozdil u kol. monogr. Transformacija suspil'nykh vidnosyn v umovakh cyvilizacijnykh zmin [Peculiarities of the impact of digitalization on the development of reputation management in the transformation period. Section in col. monogr. Transformation of social relations in the conditions of civilizational changes]. Kharkiv: SG NTM «Novyj kurs», pp. 299–307 (in Ukrainian)
6. Zaverbnyj A. S. (2022). Komunikatsiini stratehii: problemy ta perspektyvy formuvannia i realizuvannia za umov yevrointehruvannia [Communication strategies: problems and prospects of formation and implementation in the context of European integration]. *Innovation and Sustainability*, no. 1, pp. 13–19 (in Ukrainian)
7. Zaverbnyj A., Lomaga Yu. (2020). Problemy ta perspektyvy formuvannia reputacijnogo menedzhmentu ukrajins'kymy pidpriemstvamy i organizacijamy z metoju pidvyshchenya jikh konkurenciji [Problems and prospects of the formation of reputation management by Ukrainian enterprises and organizations in order to increase their competition]. *Ekonomika ta suspilstvo*, no. 22. URL: <https://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/view/93> (in Ukrainian)
8. Zakharchyn H.M. (2023). Rol komunikatsiinoi kultury v upravlinni personalom [The role of communication culture in HR management]. *Ekonomika ta suspilstvo*. 56. URL: <https://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/view/3085>
9. Zernetska O.V. (2017). Hlobalna komunikatsiia: monohrafiia [Global communication: monograph]. Kyiv, Naukova dumka, 350 p. (in Ukrainian)
10. Koshelieva O. B., Kravchuk O. A., Tsyseľ's'ka O.V. (2021). Komunikatsijna kul'tura v umovakh hlobalizatsii ta ii vplyv na formuvannia imidzhu krainy [Communication culture in the globalised world and its influence on the country image making]. *Pytannia kul'turolohii – Issues in Cultural Studies*, vol. 38, pp. 287–300. (in Ukrainian)
11. Plokhii K. (2021). Mashtabuvannya abo krotko pro zakhoplennia rynkiv [Scaling up or briefly about market capture]. Press Association UA. Available at: <https://pressassociation.org.ua/ua/mashtabuvannya-abo-krotko-pro-zahoplennya-rinkiv/>
12. Solopun N. M. (2019). Marketynhovi skladovi pidpriemnytskoho potentsialu yak pidgruntia do mashtabuvannia biznesu [Marketing components of entrepreneurial potential as a basis for business scaling]. *Elektronne naukove fakrove vydannia z ekonomichnykh nauk «Modern Economics»*, no. 14, pp. 258–263. (in Ukrainian)
13. Stieklava A. (2024). Stiike mashtabuvannya biznesu: chomu bez komunikatsii nichoho ne vyjde [Sustainable business scaling: why it won't work without communications]. Available at: <https://ain.ua/2024/02/02/chomu-bez-komunikacij-nichogo-ne-vyjde-kolonka/>
14. Shyshkova L. (2024). Stiike mashtabuvannya biznesu: komunikatsii yak kliuchovyi faktor uspikhu [Sustainable business scaling: communications as a key success factor]. Available at: <https://elbuz.com/ua/stijke-mashtabuvannya-biznesu-chomu-bez-komunikacij-nichogo-ne-vij>
15. Filyppova S.V., Kirev O.V. (2018). Cascading formation of business communications of an innovation-active enterprise in the conditions of informatization of economy by means of business partnership. Monograph. Schweinfurt, Time Realities Scientific Group UG (haftungsbeschränkt). 206 p. (in Ukrainian)