

DOI: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2026-83-32>

УДК 640.412:005.21(043.2)

МАСШТАБУВАННЯ БІЗНЕСУ ЯК ЧИННИК ЕКОНОМІЧНОГО ЗРОСТАННЯ ПІДПРИЄМСТВА

BUSINESS SCALE AS A FACTOR OF ECONOMIC GROWTH OF AN ENTERPRISE

Юринець Зорина Володимирівна

доктор економічних наук, професор, професор кафедри менеджменту,
Львівський національний університет імені Івана Франка
ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-4828-7907>

Стрільчук Руслан Миколайович

кандидат економічних наук, доцент,
доцент кафедри економіки та управління бізнесом,
Рівненський державний гуманітарний університет
ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-9287-5351>

Ковпак Альона Василівна

кандидат фармацевтичних наук, доцент кафедри фармацевтичної хімії,
фармакогнозії і ботаніки з ресурсознавством лікарських рослин,
Вищий приватний навчальний заклад «Львівський медичний університет»
ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-3164-1778>

Yurynets Zoryna

Ivan Franko National University of Lviv

Strilchuk Ruslan

Rivne State Humanitarian University

Kovpak Alona

Higher Private Educational Institution Lviv Medical University

У статті систематизовано основні напрями масштабування бізнесу, серед яких виділено збільшення обсягів продажів без істотного зростання постійних витрат, розширення клієнтської бази та вихід на нові ринки, диверсифікацію продуктів і послуг, цифрове масштабування, використання франчайзингових і партнерських моделей, а також оптимізацію бізнес-процесів. Обґрунтовано, що вибір конкретного напрямку масштабування має здійснюватися з урахуванням галузевої специфіки, ресурсного потенціалу підприємства та рівня ризиків. Приділено увагу ролі цифрових технологій у процесі масштабування бізнесу. Розглянуто сучасні масштабовані бізнес-концепції, зокрема електронну комерцію, онлайн-курси, онлайн-маркетинг, створення цифрового контенту, рішення у сфері відновлюваної енергії, організацію заходів. Обґрунтовано, що зазначені напрями мають різний рівень капіталомісткості, однак об'єднані високим потенціалом зростання та можливістю масштабування за умови ефективного управління.

Ключові слова: бізнес, масштабування бізнесу, розвиток бізнесу, зростання, цифрові технології, бізнес-процеси, зовнішньоекономічна діяльність.

The article systematizes the main directions of business scaling, including increasing sales without a significant increase in fixed costs, expanding the customer base and entering new markets, diversifying products and services, digital scaling, using franchise and partnership models, and optimizing business processes. It is substantiated that the choice of a specific direction of scaling should be made taking into account the industry specifics, the resource potential of the enterprise and the level of risks. Particular attention is paid to the role of digital technologies in the process of business scaling. It is proven that digital scaling, based on the use of online channels, automation and digital platforms, allows enterprises to quickly respond to changes in demand and ensure growth with minimal additional costs. It is emphasized that digital solutions are a key factor in achieving economies of scale, especially in the field of e-commerce, online education, digital marketing and content



creation. The study examines modern scalable business concepts, including e-commerce, online courses, online marketing, digital content creation, renewable energy solutions, event management, and virtual and augmented reality product development. It is argued that these areas have varying levels of capital intensity, but are united by high growth potential and the ability to scale with effective management. The article focuses on the differences between business growth and scaling. It is argued that growth, which is accompanied by a proportional or outstripping increase in costs, does not always ensure increased profitability and can lead to a decrease in business manageability. Instead, scaling involves achieving economies of scale, in which costs per unit of product or service decrease and operational efficiency increases. It is determined that the key characteristic of a scaled business is its ability to adapt to growing demand without deteriorating the quality of customer service and financial results. The article systematizes the main areas of business scaling, including increasing sales without a significant increase in fixed costs, expanding the customer base and entering new markets, diversifying products and services, digital scaling.

Keywords: business, business scaling, business development, growth, digital technologies, business processes, foreign economic activity

Постановка проблеми. В умовах динамічних змін економічного середовища, посилення конкурентного тиску та цифрової трансформації, конкурентної зовнішньоекономічної діяльності, масштабування бізнесу набуває особливої актуальності як ключовий інструмент забезпечення сталого розвитку підприємств. Здатність підприємств розширювати обсяги діяльності, виходити на нові ринки та збільшувати клієнтську базу без пропорційного зростання витрат стає визначальним чинником їх довгострокової конкурентоспроможності.

Актуальність дослідження масштабування бізнесу зумовлена необхідністю поєднання стратегічного зростання з ефективним управлінням ресурсами, оптимізацією бізнес-процесів і впровадженням цифрових рішень. За умов обмеженості фінансових ресурсів і високої невизначеності зовнішнього середовища питання вибору ефективних моделей масштабування, оцінювання ризиків та формування адаптивних управлінських механізмів набувають особливої наукової та практичної значущості [8].

Таким чином, дослідження проблем і можливостей масштабування бізнесу є своєчасним і необхідним для формування теоретичних засад та практичних рекомендацій щодо забезпечення економічного зростання підприємств у сучасних умовах.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Теоретичну основу масштабування бізнесу сформував праці Л. Д. Водянка, Н. П. Стахова, В. Ю. Грунтковський [1], які розглядали методичний інструментарій відбору та масштабування стартапів.

Значна кількість українських і зарубіжних учених досліджувало явище масштабування бізнесу. Так, Семенча, І., Гордієнко, С. [2], Ревуцька А.О., Смолій Л.В. [4], Хмелев-

ський Д. О. [5], Брінь П., Голтвянська Ю. [6], Сумець О. [3] зосередили увагу на формуванні стратегії розвитку бізнесу, проаналізували інструменти підтримки та розвитку бізнесу в Україні у національному розрізі, розглянули чинники, що впливають на розвиток підприємств, особливості зовнішньоекономічної діяльності підприємств.

Мета статті – обґрунтувати теоретичні основи та прикладні рекомендації щодо масштабування бізнесу забезпечення економічного розвитку підприємств.

Виклад основного матеріалу дослідження. Масштабування бізнесу – це процес розширення діяльності підприємства, за якого обсяги продажів, клієнтська база або географія присутності зростають без пропорційного збільшення витрат, що дає змогу підвищити ефективність і прибутковість.

Масштабування бізнесу – це стратегічно керований процес зростання підприємства, спрямований на збільшення обсягів діяльності та ринкової присутності за умови збереження або підвищення операційної ефективності.

Масштабованість стосується здатності бізнесу справлятися зі зростанням, не впливаючи негативно на його продуктивність, ефективність чи якість. Компанія може швидко зростати, коли її керівники втілюють масштабовану бізнес-ідею та мають продукти, послуги та базову інфраструктуру, необхідні для розширення, зберігаючи при цьому якість, які допомогли їм процвітати.

Масштабованість означає, що бізнес може реагувати на різке зростання попиту. Масштабований бізнес може адаптуватися та розширюватися у відповідь на зростаючий попит без значного зниження загальної ефективності діяльності.

Масштабовані бізнеси часто можуть ставати більш ефективними та прибутковими

зі зростанням. Масштабований бізнес може обслуговувати більше клієнтів, транзакцій або операцій, зберігаючи при цьому ефективність, прибутковість та задоволеність клієнтів. У деяких випадках його ефективність, прибутковість та задоволеність клієнтів можуть навіть покращуватися зі зростанням, можливо, завдяки розширенню пропозиції працівників, обладнання, товарів та нерухомості.

Основні напрями масштабування бізнесу [7]:

- Збільшення обсягів продажів без істотного росту постійних витрат;
- Розширення клієнтської бази та вихід на нові ринки;
- Диверсифікація продуктів і послуг;
- Цифрове масштабування (онлайн-канали, автоматизація, платформи);
- Франчайзинг або партнерські моделі;
- Оптимізація бізнес-процесів для підтримки зростання.
- Ефективне масштабування неможливе без:
 - системи контролю витрат;
 - стандартизації процесів;
 - використання цифрових рішень.

Масштабування бізнесу передбачає зростання обсягів діяльності підприємства за рахунок ефективного використання ресурсів і впровадження сучасних управлінських та цифрових рішень, що забезпечують ефект масштабу та підвищення прибутковості.

Масштабованість – це про потужності та можливості. Якщо зростання призводить до затримок діяльності компанії через плутанину, провал замовлень, нестачу персоналу, неправильну комунікацію або недостатні виробничі чи постачальні потужності, то будуть незадоволені клієнти. Масштабування бізнесу означає створення умов для забезпечення та підтримки зростання компанії. Це означає мати можливість зростати без перешкод, вимагає планування, певного фінансування та правильних систем, персоналу, процесів, технологій та партнерів.

Основні бізнес-ідеї для масштабування бізнесу [1-6]:

- Продажі безпосередньо споживачам в електронній комерції
- Онлайн-курси.
- Онлайн-маркетинг.
- Створення онлайн-контенту.
- Рішення з відновлюваної енергії.
- Планування заходів.
- Рішення віртуальної та доповненої реальності.
- Персоналізовані послуги стилю.

Не потрібно володіти великою корпорацією, щоб реалізувати масштабовані бізнес-ідеї. Підприємці можуть розпочати масштабований, високоприбутковий бізнес, якщо вони конкретно думають про зростання та вихід на нові ринки без шкоди для якості.

Розглянемо основні сучасні масштабовані бізнес-концепції.

Бізнес електронної комерції продає товари та послуги безпосередньо своїм споживачам, що означає нижчі операційні витрати, ніж у звичайних магазинах. Є можливість швидко масштабувати інтернет-магазин, маючи лише серверний простір для зростання веб-трафіку, надійний ланцюг поставок та ефективні операції доставки. Низькі накладні витрати роблять електронну комерцію безпосередньо споживачам чудовою бізнес-ідеєю для підприємців, які націлилися на зростання.

Існує можливість продажу онлайн-курсів студентам або особам, зацікавленим у навчанні протягом усього життя. Після того, як записані відео, аудіо та навчальні матеріали для онлайн-курсу, потрібно швидко масштабуватися, публікуючи контент для всіх, хто зареєструється.

Онлайн-маркетинг має різні форми, включаючи email-маркетинг, маркетинг у соціальних мережах та партнерський маркетинг. Є можливість створити онлайн-маркетинговий бізнес з мінімальними початковими інвестиціями та масштабуватися, для завойовування більше клієнтів. У міру масштабування, ймовірно, потрібно буде найняти персонал, наприклад, спеціалізованого менеджера соціальних мереж; однак зростаючий дохід має компенсувати ці витрати.

Як і цифровий маркетинг, створення онлайн-контенту – це масштабований бізнес, де можна використовувати навички для надання послуг. Онлайн-конструктор контенту спеціалізується на написанні контенту, графічному дизайні або веб-розробці. Він допомагає онлайн-маркетинговим зусиллям, надаючи захопливий контент для розміщення перед потенційними клієнтами.

Власники малого бізнесу можуть масштабувати бізнес з написання контенту або веб-дизайну без значних інвестицій. Потрібно найняти потрібну кількість персоналу, щоб задовольнити попит клієнтів.

Рішення у сфері відновлюваної енергії включають встановлення сонячних панелей, вітряків та зарядних пристроїв для автомобілів. Відновлювана енергетика – це галузь, що розвивається, і оскільки нові закони сприяють

сталому розвитку, на ринок виходить більше потенційних клієнтів. Відновлювана енергетика вимагає потужної інфраструктури, що означає значні початкові інвестиції. Такий бізнес масштабується не тому, що він дешевий, а тому, що цільовий ринок клієнтів швидко розширюється, а базові технології стають більш стандартизованими.

Організатор заходів допомагає клієнтам організувати вечірки, гала-концерти та інші соціальні заходи. Є можливість вести успішний бізнес як організатор заходів з мінімальними інвестиціями. Більша частина роботи включатиме використання орендованих приміщень, предметів (наприклад, столи та стільці) та тимчасово найнятих фахівців (наприклад, кейтерингові компанії). Таким чином, можливо масштабувати бізнес з планування заходів з обмеженим капіталом, сировиною або персоналом.

Рішення віртуальної та доповненої реальності (VR та AR) трансформують багато галузей, від ігор до інтернет-магазинів. Продаючи програмні рішення для VR та AR, є можливість створити основні програмні додатки, які можна продавати клієнтам онлайн, задовольнити зростаючий попит з відносно невеликими додатковими інвестиціями.

Висновки. У результаті проведеного дослідження встановлено, що масштабування бізнесу є складним і багатовимірним процесом, який виходить за межі простого кількісного зростання та потребує стратегічно виваженого підходу. Доведено, що ефективно масштабування можливе лише за умови поєднання зростання обсягів діяльності з підвищенням операційної ефективності та раціональним використанням ресурсів. Обґрунтовано, що ключовою передумовою успішного масштабування є здатність підприємства адаптувати внутрішні системи управління до зростаючого попиту без втрати якості продукції чи послуг. Визначено, що цифрові технології відіграють вирішальну роль у процесі масштабування, забезпечуючи гнучкість, швидкість і зниження витрат. Систематизація сучасних бізнес-концепцій показала, що найбільший потенціал масштабування мають бізнес-моделі, орієнтовані на цифрові канали, стандартизовані продукти та використання ефекту масштабу. Запропоновані у статті теоретичні узагальнення та практичні рекомендації можуть бути використані при розробці стратегій розвитку підприємств з метою забезпечення їх стійкого економічного зростання в умовах сучасних викликів.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ:

1. Водянка Л. Д., Стахова Н. П., Грунтковський В. Ю. Методичний інструментарій відбору та масштабування стартапів. *Інвестиції: практика та досвід*. 2024. № 6. С. 90-95.
2. Семенча, І., Гордієнко, С. Формування стратегії розвитку бізнесу з урахуванням умов воєнної економіки України. *Економічний простір*. 2022. № 181. С. 143-150.
3. Сумець О. Стратегії управління бізнесом. *Agricultural and Resource Economics: International Scientific E-Journal*. 2018. № 4. (1). С. 136-148.
4. Ревуцька А.О., Смолій Л.В. Особливості формування стратегії розвитку підприємств в умовах невизначеності. *Східна Європа: економіка, бізнес та управління*. 2018. Вип. 2 (13). С. 129-134.
5. Хмелевський Д. О. Сучасні аспекти та стратегії розвитку бізнесу. *Економіка та держава*. 2021. № 12. С. 135-138.
6. Брінь П., Голтвянська Ю. Стратегія розвитку підприємства: сутність та класифікація. *Підприємництво та інновації*. 2021. № 21. С. 31-34.
7. Як правильно масштабувати бізнес. Поради топ менеджерів. URL: <https://www.epravda.com.ua/publications/2019/06/28/649154/>
8. Юринець З. В., Круглякова В. В., Мицишин І. Р. Стратегічні підходи до розвитку суб'єктів господарювання на основі активізації використання їх інноваційного потенціалу. *Соціально-економічні проблеми сучасного періоду України*. 2018. Вип. 3 (131). С. 121-125

REFERENCES:

1. Vodyanka, L. D., Stakhova, N. P., Hruntkovsky, V. Y. (2024). Methodychnyy instrumentariy vidboru ta masshtabuvannya startapiv [Methodological tools for selection and scaling of startups]. *Investytsiyi: praktyka ta dosvid*, № 6. S. 90-95 (in Ukrainian)

2. Semencha, I., Hordiyenko, S. (2022). Formuvannya stratehii rozvytku biznesu z urakhuvannyam umov voyennoyi ekonomiky Ukrainy [Formation of a business development strategy taking into account the conditions of the military economy of Ukraine]. *Ekonomichnyy prostir*, № 181. S. 143-150 (in Ukrainian)
3. Sumets, O. (2018). Stratehii upravlinnya biznesom [Business Management Strategies]. *Agricultural and Resource Economics: International Scientific E-Journal*, № 4, Tom 1. S. 136–148 (in Ukrainian)
4. Revutska, A.O., Smoliy, L.V. (2018). Osoblyvosti formuvannya stratehii rozvytku pidpryyemstv v umovakh nevyznachenosti [Peculiarities of forming a development strategy for enterprises in conditions of uncertainty]. *Skhidna Yevropa: ekonomika, biznes ta upravlinnya*, № 2, Tom 13. S. 129-134 (in Ukrainian)
5. Khmelevskyy, D. O. (2021). Suchasni aspekty ta stratehii rozvytku biznesu [Modern aspects and strategies of business developme]. *Ekonomika ta derzhava*, № 12. S. 135–138 (in Ukrainian)
6. Brin, P., Holtvyanska, Y. (2021). Stratehiya rozvytku pidpryyemstva: sutnist ta klasyfikatsiya [Enterprise development strategy: essence and classification]. *Pidpryyemnytstvo ta innovatsiyi*, № 21. S. 31-34. (in Ukrainian)
7. Yak pravylno masshtabuvaty biznes. Porady top menedzheriv. Available at: <https://www.epravda.com.ua/publications/2019/06/28/649154/> (in Ukrainian, accessed November 25, 2025)
8. Yurynets, Z. V., Kruglyakova, V. V., and Myshchyshyn, I. R. (2018) Stratehichni pidkhody do rozvytku subyektiv hospodaryuvannya na osnovi aktyvizatsiyi vykorystannya yikh innovatsiynoho potentsialu [Strategic approaches to the development of business entities based on the activation of the use of their innovative potential], *Socio-economic problems of the modern period of Ukraine*, Vypusk 3(131). P. 121-125 (in Ukrainian)

Дата надходження статті: 06.02.2026

Дата прийняття статті: 23.02.2026

Дата публікації статті: 26.02.2026