

## **МІСЦЕ І РОЛЬ ЕКОНОМІЧНОЇ ЕКСПАНСІЇ ПІДПРИЄМСТВА В СУЧАСНИХ УМОВАХ НЕВИЗНАЧЕНОСТІ ЗОВНІШНЬОГО СЕРЕДОВИЩА**

Будянський В.С.

e-mail: vadym.budianskyi@nure.ua

Науковий керівник – к.е.н., доц. Овсюченко Ю.В.

Харківський національний університет радіоелектроніки, каф. ЕК,  
м. Харків, Україна

In the current conditions of globalization and rapid changes in the world economy, enterprises are forced to operate in an environment of increased uncertainty. Economic expansion, manifested in the expansion of sales markets, diversification of activities and integration processes, is becoming one of the key strategic tools for ensuring competitiveness. The place and role of expansion are determined by the ability of the enterprise to adapt to challenges, manage risks and form long-term competitive advantages.

Проблематика економічної експансії підприємств розглядається у працях зарубіжних та вітчизняних дослідників. Так, М. Портер визначає експансію як основу конкурентної стратегії, що дозволяє підприємствам закріплюватися на ринках та створювати бар'єри для нових гравців [2]. П. Друкер наголошує на необхідності поєднання експансії з інноваціями, що підвищує стійкість підприємства в умовах турбулентності [3]. І. Ансофф розглядає експансію через призму матриці «ринок-продукт», визначаючи її як ключовий інструмент стратегічного управління [1].

Серед українських науковців варто відзначити Н. Кизима, який підкреслює важливість експансії як форми забезпечення економічної безпеки підприємства [4], а також Rubio-Andrés, M., Linuesa-Langreo, які аналізують експансію у контексті управління конкурентоспроможністю [5].

Зовнішнє середовище сучасних підприємств характеризується високим рівнем турбулентності, обумовленої:

- геополітичними змінами;
- трансформацією міжнародних торговельних відносин;
- цифровізацією економіки;
- глобальними екологічними викликами [4].

В умовах невизначеності економічна експансія набуває подвійної ролі:

- як інструмент виживання – розширення ринків дозволяє компенсувати втрати від локальних криз [2];
- як драйвер розвитку – інтеграція у глобальні мережі створює нові можливості для інновацій та залучення інвестицій [5].

Важливо визначити місце експансії у стратегії підприємства. Економічна експансія займає центральне місце у стратегічному розвитку підприємства. Вона включає:

- ринкову експансію (вихід на нові ринки, зокрема міжнародні) [1];

- продуктову експансію (розширення асортименту, інновації) [3];
- організаційну експансію (злиття, поглинання, стратегічні альянси) [5].

Управлінський аспект експансії полягає в оптимальному поєднанні агресивних та адаптивних стратегій. Надмірна експансія без урахування ризиків може призвести до фінансової нестабільності, тоді як її відсутність – до втрати конкурентних позицій [4].

Слід визначити практичні аспекти реалізації економічної експансії. Успішна експансія в умовах невизначеності вимагає:

- проведення системного аналізу зовнішнього середовища;
- використання сценарного планування та методів прогнозування [2];
- розвитку гнучких організаційних структур [3];
- впровадження інновацій у процеси управління ризиками [5].

Особливого значення набуває формування ментального капіталу підприємства – здатності колективу до адаптації, інноваційного мислення та стратегічного бачення [4].

Отже, економічна експансія підприємства в умовах невизначеності зовнішнього середовища є багатовимірним процесом, що визначає його життєздатність та довгострокову конкурентоспроможність. Її місце полягає у забезпеченні стійкості та адаптивності бізнесу, а роль – у створенні нових можливостей для розвитку.

Успіх експансії залежить від здатності підприємства:

- поєднувати стратегічну гнучкість з інноваційністю;
- використовувати потенціал глобальних ринків;
- ефективно управляти ризиками та невизначеністю.

Таким чином, економічна експансія виступає не лише як економічний процес, а й як комплексний механізм стратегічного управління підприємством у глобальній економіці.

### **Список використаних джерел**

1. Ansoff I. Strategic Management. London: Palgrave Macmillan, 2019. 252 p.
2. Porter M. Competitive Strategy. New York: Free Press, 2008. 422 p.
3. Drucker P. Management Challenges for the 21st Century. New York: Harper Collins. Harper Business, 1999. 210 p.
4. Гриньова В. М., Кизим М. О. Стратегічне управління: сучасні підходи. Харків: ІНЖЕК, 2022. 256 с.
5. Rubio-Andrés M., Linuesa-Langreo J., Gutiérrez-Broncano S., Sastre-Castillo M. A. How to improve market performance through competitive strategy and innovation in entrepreneurial SMEs. *International Entrepreneurship and Management Journal*. 2024. № 20. pp. 1677-1706.