

КРИТЕРІЇ ІДЕНТИФІКАЦІЇ ЗРОСТАННЯ БІЗНЕСУ

CRITERIA FOR IDENTIFICATION OF BUSINESS GROWTH

Кузьомко Володимир Миколайович

кандидат економічних наук, доцент,
Київський національний економічний університет імені Вадима Гетьмана
ORCID: <http://orcid.org/0000-0001-7150-3439>

Розовик Олена Леонідівна

аспірантка,
Київський національний економічний університет імені Вадима Гетьмана
ORCID: <http://orcid.org/0009-0000-5532-9696>

Kuzomko Volodymyr, Rozovyk Olena

Kyiv National Economics University named after Vadym Hetman

Стаття присвячена актуальним питанням визначення сутності та критеріїв ідентифікації зростання бізнесу. В ході дослідження з'ясовано, що зростання бізнесу варто розглядати як позитивну динаміку результатів діяльності компанії. Встановлено, що в економічній літературі зростання компанії переважно розглядається як кількісна форма прояву розвитку, а найбільш поширеними її критеріями є обсяги продажу, прибутки та активи. Також серед науковців останнім часом набуває актуальності термінологія якості зростання бізнесу. На підставі проведеного аналізу зроблено висновки, що введення якісної складової в контекст дослідження зумовлює розширення критеріїв ідентифікації зростання бізнесу, не обмежуючись лише економічним аспектом. У такій змістовій постановці перспективним напрямком визначення та ідентифікації зростання бізнесу є ціннісно-орієнтований підхід.

Ключові слова: зростання, розвиток, зміни, бізнес, економічна цінність.

The article intends to provide an overview on the key points of definition the essence and criteria for identification of business growth. Withing the research it was defined that business growth is directly related to changes in the business environment and assessed as a positive dynamics of the company's performance. In the scientific literature determined several approaches to substantiating the criteria for identifying business growth and the critical analysis, generalization of which is the main objective of this study. One of the most common approaches is to consider company growth as a quantitative factors of development. Its key criteria are sales value, profits and assets. Scientists distinguish between the concepts of "economic growth" and "growth of economic results", emphasizing that the latter can be achieved due to the lack of positive dynamics of qualitative changes in a business organization. Accordingly, the debate on whether the positive dynamics of key economic results is an economic growth remains open and requires further research. Also, the qualitative aspect of business growth has recently gained relevance among scholars, which significantly expands the research space and the base of criteria for its identification. The introduction of the qualitative component prioritized the criteria for identification of growth based on economic value, which explains the organizational aspects of business growth in the categories of utility, significance and value dimensions. In this aspect, the problem of identifying growth is actualized not only in the economic, but also in other prospective of business (social, technological, cultural, organizational, etc.). The authors conclude that such a research focus determines the study of business growth in an organic combination of target models, the dynamics of the consequences of which serve as the basis for the appropriate identification. In such a substantive formulation, a value-based approach is a promising direction for defining and identification of business growth, which allows for a meaningful connection between the goals, the object of growth and the means of ensuring it. In such correlation of the criteria for identification of growth and their prioritization for a particular business organization become more related to specific situations, time frames and stages of the life cycle of a company, market, industry, etc. The results of the study can be useful for managers and entrepreneurs in solving the problems of substantiating reliable and significant informative criteria for identifying business growth.

Keywords: growth, development, changes, business, economic value.

Постановка проблеми. Питання зростання компаній (бізнесу) є досить актуальними та обговорюваними на сторінках академічних та наукових видань. Проте у ході ознайомлення з результатами досліджень як вітчизняних, так і зарубіжних науковців не відразу стає зрозумілим, про зростання конкретного чого йдеться. Науковці часто лише в контексті дослідження конкретизують, що саме мають на увазі, характеризуючи зростання компанії. При цьому, зазвичай, критеріїв зростання є досить багато. Особливо розмитими є критерії ідентифікації зростання бізнесу у сучасних зарубіжних публікаціях та академічній літературі, в яких науковці вивчають передумови та способи забезпечення зростання. Характеризуючи різновиди зростання, дослідники можуть оперувати декількома критеріями, такими як зростання доходів, фінансових результатів, частки ринку, клієнтської бази тощо і при цьому не розглядати різні види комбінацій їх різноспрямованої динаміки, що актуалізує питання про те, в яких ситуаціях можемо говорити про зростання, а в яких ні.

Аналіз останніх досліджень і публікацій.

Особливістю досліджень зростання бізнесу у працях вітчизняних науковців є те, що в них більш чітко виокремлюються критеріальні контури дослідження організаційного зростання. В традиціях українських дослідників (В. Верби, О. Гребешкової, В. Гмирі, О. Дерев'янка, Є. Куценко, О. Мельник, Є. Смирнова, О. Ткаченко, О. Терентьевої, Л. Фролової, Н. Шевчук та ін.) є намагання більш чітко конкретизувати поняття, яке вивчається, та визначити його основні характеристики або відмінності від взаємопов'язаних категорій. Це дозволяє більш чітко зрозуміти дослідницьку позицію науковця та отримати відповідь на питання про зростання чого саме йдеться.

У більш ранніх публікаціях зарубіжних науковців (М. Багаї, П. Вігері, Л. Грейнера, Р. Істерліна, Б. Карлофа, Е. Пенроуз, В. Росту, Д. Сулла та ін.) сформовані класичні критерії, за якими здійснюється ідентифікація зростання бізнесу. Сучасні дослідники (Н. Амузеш, А. Коад, З. Моінфар, З. Мусаві, Е. Гарнсі, Е. Стам, П. Хефферман та ін.), характеризуючи зростання бізнесу, у своїх публікаціях чітко не конкретизують, про зростання чого саме йдеться. І тільки контекст дозволяє зрозуміти, що мова йде про зростання продажів (фізичних або вартісних), частки ринку, прибутків, активів, вартості тощо.

Формулювання цілей статті (постановка завдання). За сучасних умов розвитку бізнес-середовище організацій є більш динамічним та складним. Відповідно, змістовно еволюціонують цілі, критерії та показники зростання бізнесу. Метою даної статті є узагальнення теоретичного доробку в аспекті того, за якими критеріями відбувається ідентифікація зростання бізнесу і чому саме в такій логіці відбувається його характеристика. Розуміння даного питання дозволить в подальшому більш чітко визначати у який спосіб забезпечувати організаційне зростання з урахуванням тих факторів, які є підконтрольними менеджменту, а також є ключовими з точки зору здійснення подальшого управлінського фокусування.

Виклад основного матеріалу дослідження. У сучасних наукових публікаціях зростання бізнесу досліджується в контексті питань, які пов'язані з управлінням бізнес-організаціями, їх розвитком, а також формуванням та реалізацією відповідних стратегій розвитку та зростання. Саме по собі зростання не є самоціллю для бізнесу, воно виступає лише засобом забезпечення реалізації інших важливих цілей. Відповідно до такої логіки в залежності від цільової моделі науковці розглядають різні способи реалізації цілей, наслідками яких можуть бути збільшення масштабів бізнесу, прибутків, вартості та ін. Саме цільовий напрямок досліджень зростання бізнесу задає вектор для ідентифікації відповідних критеріїв.

Переважає більшість науковців та практиків, характеризуючи різні тематичні напрямки зростання бізнес-організацій, визначають його через збільшення вартісних обсягів виробництва та продажу продукції (доходів компанії). Такий критерій розглядається і як самостійний, і в контексті збільшення розмірів або масштабів компанії. Щодо розмірів, то у академічних виданнях по стратегічному менеджменту розміри бізнесу визначаються як величиною доходів (виручки від продажу продукції (послуг)) так і кількістю працюючих. Так, у дослідженнях Ф. Делмара [1], Дж. Викланда та Д. Шеферда [2] обґрунтовано доцільність використання чисельності персоналу як критерію зростання бізнесу, а А. МакКелві [3] та П. Девідсон та ін. [4] пояснили наявність взаємозв'язку між змінами обсягів реалізації продукції та чисельністю працюючих. Така ж ситуація щодо визначення розмірів підприємства наявна і в українському законодавстві.

Характеризуючи такий критерій зростання як розмір компанії, Е. Пенроуз [5] наголошувала на його обмеженості, аргументуючи це тим, що на фоні спадних тенденцій швидкості зростання може спостерігатися інтенсивне зростання активів за рахунок їх технологічності, що також варто розглядати як критерій зростання. Також вчена акцентувала увагу на тому, що збільшення доходів може відбуватися внаслідок неорганічного розвитку (придбання або приєднання різних бізнес-одиниць) що зумовлювало зростання величини активів. Тобто, Е. Пенроуз фактично розширила критеріальну базу ідентифікації зростання бізнесу у вигляді обсягів продажу та чисельності працюючих величиною активів.

У наукових публікаціях та академічних виданнях кінця ХХ ст. початку ХХІ ст. для характеристики зростання на основі збільшення вартісної величини продажів та величини активів використовують поняття «масштаби бізнесу (компанії, підприємства)».

Критичний аналіз сутності понять «організаційне зростання», «корпоративне зростання», «зростання бізнесу», економічне зростання підприємства» дозволяє зробити висновок, що дослідники розширили змістові межі визначення зростання, доповнивши кількісні його характеристики якісними. Так, науковці наголошують на таких аспектах зростання, як збільшення якості та/або цінності кінцевого продукту компанії, якісне удосконалення факторів виробництва, нарощення потенціалу компанії та ефективності його використання.

Актуалізація якісних характеристик організаційного зростання та параметрів і критеріїв його ідентифікації, зумовили наукову дискусію навколо питання розмежування понять «розвиток» та «зростання». Прихильники системного підходу та теорії розвитку компанії визначають розвиток як якісні зміни бізнес-організації, а зростання – як кількісні, а також порівнюють їх як зміст (розвиток) та форму його прояву (зростання). На сторінках наукових видань також дискутуються питання про те, чи може відбуватися зростання компанії без розвитку, тобто в результаті її функціонування. Дослідники не виключають такої ситуації, а прихильники теорії життєвого циклу розглядають зростання як один із послідовних закономірних етапів життєдіяльності компанії, що є наслідком дії ситуаційних факторів.

Проте є прихильники наукової позиції, які визначають зростання виключно в контексті розвитку бізнесу. Так, у дослідженні

Є. Смирнова розмежовуються поняття «економічне зростання» та «зростання економічних результатів» [6]. На основі понятійного аналізу науковець аргументовано доводить, що в економічному контексті зростання являє собою «стійку позитивну динаміку кількісних змін економічних результатів, які забезпечуються у ході розвитку підприємства». Якщо збільшення економічних результатів є наслідком сприятливої ситуації на ринку або інших подій, що не пов'язані з якісними змінами в середині компанії, то це не є економічним зростанням бізнесу, а лише констатується наявність факту ситуативного збільшення економічних результатів.

Аналіз поняття «економічні результати діяльності підприємства» дозволяє дійти висновку, що незважаючи на різні інтерпретації змісту в загальному підсумку це є наслідки цільової економічної діяльності. В залежності від цільового аспекту дослідження економічні результати можуть ідентифікуватися за різними критеріями та вимірюватися на основі різних показників або систем ключових аналітичних індикаторів. Відповідно до такої логіки дослідника Є. Смирнова, в залежності від цільової економічної моделі бізнесу позитивна динаміка ключових індикаторів буде сигналізувати про економічне зростання. В такому контексті, на думку авторів, потребує уточнення такий момент, що мова має йти про стратегічні цілі діяльності компанії, а не цілі тактичного характеру. Відповідно, економічне зростання варто трактувати як позитивну динаміку саме ключових економічних результатів.

В теорії економічного зростання також зустрічається поняття «якість зростання». В макроекономічному контексті якість економічного зростання змістовно ототожнюється із сутністю економічного розвитку (або розвитку економіки країни). Слід зазначити, що в макро аспекті науковці практично не дискутують питання змістового розмежування понять «розвиток» та «зростання», проте для бізнес-організацій воно є активно обговорюваним на сторінках академічних та наукових видань. Якщо характеризувати якість економічного зростання бізнесу, то мова йде про те, в який спосіб досягнуті цільові економічні результати.

В межах теорії економіки підприємства та фінансового менеджменту якісні аспекти економічного зростання бізнесу визначаються різними параметрами, які по суті являють собою або передумови визначення зрос-

тання, або критерії ідентифікації видів зростання. Так, наприклад, класичне «Золоте правило економіки» являє собою сукупність аналітичних параметрів, відповідність яким дозволяє характеризувати якість економічного зростання бізнесу. Проте, відповідність даним критеріям не завжди забезпечує позитивну динаміку ключових економічних результатів, які є наслідками реалізації більш складних цільових моделей бізнесу.

Введення якісної складової в контекст дослідження зростання компанії зумовили і розширення та змістове ускладнення відповідної критеріальної бази. З кінця ХХ ст. потужного розвитку набула теорія вартісно-орієнтованого управління бізнесом (VBM). Основна ідея VBM-теорії полягала у тому, що ключовим інтегрованим критерієм економічної ефективності (результативності) розвитку та успішності бізнесу є позитивна динаміка його ринкової вартості. Світова фінансова криза 2008 р. змістила акценти науковців на критерій фундаментальної вартості, ядром формування якої є якість внутрішніх організаційних процесів, проте основна методологічна ідея щодо ідентифікації зростання залишилася без змін.

Прихильники фундаментально-вартісного підходу до оцінювання зростання компанії наголошують на тому, що позитивна динаміка фундаментальної (внутрішньої) вартості бізнесу залежить від ефективності використання активів та їх здатності забезпечувати формування доданої вартості капіталу. Тобто основою управлінського фокусування є балансова вартість чистих активів та додана вартість капіталу. Забезпечення позитивної динаміки вартості може відбуватися у випадках, якщо:

- 1) балансова вартість чистих активів та додана вартість капіталу є позитивними величинами;

- 2) балансова вартість чистих активів є позитивною та за абсолютною величиною перевищує додану вартість капіталу, за умови від'ємності останньої;

- 3) додана вартість капіталу є позитивною та за абсолютною величиною перевищує балансову вартість чистих активів, за умови від'ємності останньої.

Базуючись на таких припущеннях науковці визначають різні критерії вартісного зростання, серед яких ключовими є рентабельність активів та реалізації продукції (послуг), продуктивність функціонування активів та чистий дохід. Відповідно, забезпечення зрос-

тання компанії науковці визначають в площині ефективності управління активами, конкурентоспроможності бізнесу, інвестиційної привабливості та інвестиційної активності компаній.

Пріоритезація концепцій людського, сталого, інклюзивного розвитку стали катализатором для ідентифікації зростання бізнесу за ціннісними критеріями. Так, класичні моделі зростання, які пояснювалися в категоріях вартості та корисності, набувають нових характеристик та параметрів, що дозволяє отримати не тільки відповіді на питання що має зростати (вартість) та у який спосіб (корисність), а і для чого має відбуватися зростання бізнесу.

Досить цікавими в цьому аспекті є результати досліджень українських науковців О. Мельник, О. Магдалюка, Є. Куценко, Є. Смирнова, Н. Шевчук, які визначають економічну цінність бізнесу у тривимірній площині – «Зміст-значення – Корисність – Вартість». Так, у дослідженнях Є. Куценко ціннісні критерії економічного зростання бізнесу розглядаються в органічній єдності виробничого, споживчого, культурно-корпоративного, репутаційного та вартісного аспектів, для яких дослідниця визначає відповідні системи критеріїв та показників [7].

Розвиваючи цю ідею в аспекті фундаментально-ціннісного зростання (фундаментальної капіталізації), О. Мельник визначає критерії зростання бізнесу в аспектах виробничої, споживчої та інтелектуальної цінності, а узагальнюючим критерієм зростання виступає фундаментальна капіталізація [8].

У дослідженнях О. Магдалюка, Н. Шевчук та Є. Смирнова розвивається ідея щодо ідентифікації зростання бізнесу за критерієм якості капіталу. При цьому характеристики якості капіталу визначаються в різній логіці. Так, О. Магдалюк та Н. Шевчук визначають якість капіталу за характеристиками достатності та придатності, проте спектр показників оцінювання зростання науковці формують відповідно до логіки VBM [9; 10]. Є. Смирнов розширює спектр критеріїв такими характеристиками, які визначають якість капіталу як економічного ресурсу та як результату капіталотворення в бізнесі [6].

Особливістю оцінювання зростання за критерієм якості капіталу є те, що науковці визначають спектр субкритеріїв з урахуванням таких параметрів розвитку бізнесу як операційна специфіка, технологічність, інноваційність та ін. Тобто, зростання бізнесу визначається не тільки фінансово-економіч-

ними результатами, а й рівнем якісних змін, які відбуваються на рівні стратегій, процесів, організації, культури тощо.

Висновки. Узагальнюючи результати критичного аналізу питання щодо визначення критеріїв ідентифікації зростання бізнесу, можна зробити такі змістові узагальнення. Зростання бізнесу пов'язано зі змінами, що протікають у бізнес-організаціях. Наслідки таких змін мають прояв у результатах діяльності бізнес-організацій. Такі зміни можуть відбуватися у різних аспектах діяльності, відповідно, зростання бізнесу пов'язано з позитивною динамікою його результатів у різних сферах та напрямках розвитку. Цілком підтримуємо думку вчених про те, що характеризуючи зростання бізнесу, мова має йти про зростання саме економічних результатів. У такій інтерпретації має сенс уточнити, що таке економічні результати і чи є це поняття змістовно більш широким або вузьким, ніж результати діяльності компанії. Результати критичного аналізу сучасних інтерпретацій поняття «економічні результати» дозволяє зробити висновок, що по суті це наслідки реалізації цільових моделей бізнесу. Відповідно до дерева цілей компанії ключові параме-

три описуються в економічній термінології, а очікувані наслідки цільових моделей визначаються конкретними економічними показниками, які по суті визначають ті критерії, за якими характеризується економіка зростання бізнесу. Проте, окрім економічних аспектів, є інші, які по суті є такими, що забезпечують цільові економічні орієнтири бізнес-діяльності (технологічні, організаційні, соціальні, культурні та ін.). На фоні динаміки результатів технологічних, організаційних, соціальних та інших змін в бізнес-діяльності формуються очікувані та реалізуються фактичні економічні результати. Відповідно, якщо говорити про зростання бізнесу, то має сенс розглядати простір змін в комплексі всіх аспектів та сфер діяльності компанії.

Щодо критеріїв ідентифікації зростання бізнесу, то варто також говорити про більш широкий їх діапазон, не обмежуючись лише класичними економічними критеріями у вигляді доходів, прибутків, активів. У такому контексті перспективним з точки зору подальших досліджень є ціннісний аспект, який дозволяє більш широко визначати зростання бізнесу, не обмежуючись лише його економічними параметрами.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ:

1. Delmar F. Measuring Growth: Methodological Considerations and Empirical Results. *Entrepreneurship and SME Research: On Its Way to the Next Millennium* / Eds. R. Donckels, A. Miettinen. Aldershot, UK; Brookfield, VA: Ashgate, 1997. P. 190–216.
2. Shepherd D., Wiklund J. Are We Comparing Apples with Apples or Apples with Oranges? Appropriateness of Knowledge Accumulation Across Growth Studies. *Entrepreneurship. Theory and Practice*. 2009. Vol. 33. P. 105–123.
3. McKelvie A., Wiklund J. Advancing firm growth. *Entrepreneurship. Theory and practice*. 2010. Vol. 34. № 2. P. 261–288.
4. Davidsson P., Kirchoff B., Hatemij A., Gustavsson H. Empirical analysis of business growth factors using Swedish data. *Journal of small business management*. 2002. № 40(4). P. 332–349.
5. Penrose E. *The Theory of the Growth of the Firm*. Oxford: Oxford University Press, 1995. 272 p.
6. Смирнов Є. Є., Катрич Д. Ю. Наукові підходи до визначення економічного зростання підприємства. *Стратегія економічного розвитку України*. 2023. № 6. Том 52. С. 111–121.
7. Kutsenko I., Smyrnov I. Evaluation of efficiency of enterprise management by value criteria. *Modern Science – Moderní věda*. 2019. № 4. P. 5–13.
8. Мельник О. В. Теоретико-методологічні засади капіталізації промислових підприємств: автореф. дис ... д-ра екон. наук : 08.00.04 Київ, 2020. 41 с.
9. Магдалюк О. В. Визначення та вимірювання якості капіталу підприємства. *Стратегія економічного розвитку України*. 2018. Том 42. С. 217–226.
10. Магдалюк О. В., Шевчук Н. В. Визначення та оцінювання фундаментально-вартісних результатів капіталотворення промислових підприємств України. *Підходи до вирішення проблем фінансування, безпеки, економічного та інформаційного розвитку суб'єктів господарювання в умовах пандемії: монографія* / за ред. Л. М. Савчук, Л. М. Бандоріної. Дніпро : Пороги, 2021. 376 с. С. 302–321.

REFERENCES:

1. Delmar F. Measuring Growth: (1997) Methodological Considerations and Empirical Results. *Entrepreneurship and SME Research: On Its Way to the Next Millennium* / Eds. R. Donckels, A. Miettinen. Aldershot, UK; Brookfield, VA: Ashgate. P. 190–216.
2. Shepherd D., Wiklund J. (2009) Are We Comparing Apples with Apples or Apples with Oranges? Appropriateness of Knowledge Accumulation Across Growth Studies. *Entrepreneurship. Theory and Practice*, vol. 33, pp. 105–123.
3. McKelvie A., Wiklund J. (2010) Advancing firm growth. *Entrepreneurship. Theory and practice*, vol. 34, no. 2, pp. 261–288.
4. Davidsson P., Kirchoff B., Hatemij A., Gustavsson H. (2002) Empirical analysis of business growth factors using Swedish data. *Journal of small business management*, no. 40(4), pp. 332–349.
5. Penrose E. The Theory of the Growth of the Firm. Oxford: Oxford University Press, 1995. 272 p.
6. Smyrnov Ye.Ye., Katrych D.Yu. (2023) Naukovi pidkhody do vyznachennia ekonomichnoho zrostantia pidpriemstva [Scientific approaches to determining the economic growth of an enterprise]. *Stratehiia ekonomichnoho rozvytku Ukrainy*, no. 6, Tom 52, pp. 111–121.
7. Kutsenko I., Smyrnov I. (2019) Evaluation of efficiency of enterprise management by value criteria. *Modern Science – Moderní věda*, no. 4, pp. 5–13.
8. Melnyk O. V. (2020) Teoretyko-metodolohichni zasady kapitalizatsii promyslovykh pidpriemstv [Theoretical and methodological principles of capitalization of industrial enterprises]: avtoref. dys ... d-ra ekon. nauk : 08.00.04 Kyiv, 41 p.
9. Mahdaliuk O. V. (2018) Vyznachennia ta vymiriuvannia yakosti kapitalu pidpriemstva [Determination and measurement of the quality of the enterprise's capital]. *Stratehiia ekonomichnoho rozvytku Ukrainy*. Tom 42, pp. 217–226.
10. Mahdaliuk O. V., Shevchuk N. V. (2021) Vyznachennia ta otsiniuvannia fundamentalno-vartisnykh rezultativ kapitalotvorenna promyslovykh pidpriemstv Ukrainy [Definition and interpretation of fundamental value results of capital formation of industrial enterprises of Ukraine]. *Pidkhody do vyrishennia problem finansuvannia, bezpeky, ekonomichnoho ta informatsiinoho rozvytku sub'ektiv hospodariuvannia v umovakh pandemii: monohrafiia Iza* red. L.M. Savchuk, L.M. Bandorinoi. Dnipro: Porohy, 376 p. P. 302–321.