

УДК 330.341

А. М. Ткаченкодоктор економічних наук, професор
Запорізький національний технічний університет**Т. О. Пожусьва**доктор економічних наук, доцент
Український державний хіміко-технологічний університет
м. Дніпро

ПРОСТОРОВІ АСПЕКТИ ЕКОНОМІЧНОЇ СТІЙКОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

У статті актуалізовано проблематику конкретизації простору функціонування підприємства. Обґрунтовано доцільність його ідентифікації крізь призму відносин із певним колом зацікавлених сторін. Акцентовано на тому, що цільові вимоги та очікування різних груп зацікавлених сторін формують диференційовані параметри економічної стійкості, які мають персоніфіковано-ціннісний характер. Простір існування підприємства розглянуто в координатах “конструктивність – деконструктивність”; “ентропійність – негентропійність”. Показано, що конструктивність простору забезпечується інтеграційною взаємодією, яка підвищує економічну стійкість компанії. Обґрунтовано принципи формування цінностей для стейкхолдерів: легітимності, публічно-правової відповідальності, прагматичності. Аргументовано, що пропонувані просторовий контекст економічної стійкості дає змогу оцінювати її на основі нормативного, інструментального та описового підходів.

Ключові слова: економічна стійкість, простір, конструктивність простору, деконструктивність простору, реляційна поведінка, стейкхолдери, інтеграційна взаємодія.

І. Вступ

У сучасних наукових публікаціях увага дослідників цілком логічно сфокусована на динамічності простору функціонування підприємств, для якого характерним є високий ступінь невизначеності та дестабілізаційний вплив. Однак винятково якісні ознаки простору не дають можливість конкретизувати його змістовне наповнення для формування пріоритетних напрямів забезпечення економічної стійкості. Історично просторовий контекст стійкості компаній розглядали крізь призму організаційних меж: Т. Парсонс визначав їх як функціональний елемент збереження рівноважного стану [1]; Дж. Томпсон – як необхідний елемент захисту основних виробничих процесів від невизначеності зовнішнього середовища [2]; Х. Олдрич, М. Руєф – як складову організаційної форми та базову одиницю розвитку організації [3]; Дж. Пфедфер і Дж. Саланчик – як контрольний параметр між елементами мереж обміну, до яких включено підприємство [4].

Внутрішній простір підприємства найбільш комплексно представлено в працях Ф. Сантоса та К. Ейзенхардта [5], які ідентифікують його на підставі таких критеріїв: 1) ефективність; 2) влада; 3) компетентність; 4) ідентичність. Перший критерій ґрунтується на теорії трансакційних витрат, у межах якої

передбачено, що межі підприємства повинні встановлюватися там, де витрати координації нижчі, ніж на ринку. Відповідно, зовнішній простір формується трансакціями, що здійснюються на ринку, внутрішній – трансакціями, здійснюваними в межах компанії. Критерій влади акцентує на сферах впливу підприємства на інші організації та ринкові процеси. Компетентнісний критерій ґрунтується на науковому доробку представників ресурсних теорій, що зумовлює залежність внутрішнього простору підприємства від його ресурсного портфолію, який визначає рівень відповідності ресурсного забезпечення ринковим можливостям. Ідентичний критерій простору визначається когнітивними діями менеджменту компанії, який намагається реалізувати цілі діяльності підприємства в контексті сформованих специфічних цінностей і норм.

Визнаючи певні переваги такого підходу, доцільно акцентувати на його фрагментарності: по-перше, критерії влади та ідентичності можуть наповнюватися різним смисловим наповненням, що призводить до варіативності їх трактування; по-друге, сучасний етап розвитку економічних суб'єктів визначає фрагментарність визначення простору функціонування підприємства винятково на підставі калькуляції економічних вигод і витрат.

Забезпечення економічної стійкості підприємства вимагає не лише визначення його

го просторових меж, а й ідентифікації параметрів самого простору його існування. При цьому зміни системної парадигми (ендогенне сприйняття – екзогенне сприйняття підприємства) трансформують пріоритетність фокусу дослідження від внутрішнього простору функціонування організації до зовнішнього, який традиційно репрезентують в економічній літературі як географічний, функціональний, технологічний, соціально-політичний, інформаційний тощо.

II. Постановка завдання

Метою статті є конкретизація просторового континууму від розпливчастої категорії “зовнішнє середовище”, яку найчастіше визначають за залишковим принципом (все, що не є підприємством), крізь призму його цільового оточення, що найбільш повно розкрито в межах теорії зацікавлених осіб.

III. Результати

Залученість підприємства до мережі відносин з іншими економічними агентами дає змогу стверджувати, що просторовий контекст стійкості найбільш комплексно може бути розкритий крізь призму його реляційності (від лат. *relatio* – відносини) як форми співіснування зацікавлених сторін (стейкхолдерів). Під реляційною поведінкою розуміють “цілеспрямовані дії підприємства щодо формування, підтримання, припинення та уникнення взаємовідносин з іншими суб'єктами середовища господарювання на основі прийняття і реалізації різноманітних управлінських рішень задля набуття довгострокової відмітності та неповторності” [6, с. 80].

Найбільш прийнятним у сучасному науковому просторі є поділ стейкхолдерів за функціонально-рольовим наповненням:

- власники підприємства (акціонери, що мають контрольний пакет акцій; акціонери, що мають представників у раді директорів; коаліції акціонерів; інші мажоритарні акціонери; міноритарні акціонери);
- наймані працівники (рада директорів, топ-менеджмент, менеджмент, співробітники, профсоюзи співробітників);
- інвестори та кредитори;
- споживачі (оптові, роздрібні, рітейлери, дистриб'ютори; дилери);
- постачальники (матеріальних ресурсів, послуг, субпідрядники, сервісні центри з обслуговування обладнання);
- конкуренти (існуючі, потенційні, альянси конкурентів, виробники замінників продукції);
- представники державної та муніципальної влади (органи державної, регіональної та місцевої влади; податкові органи, інспектуючі організації);
- місцеві спільноти (засоби масової інформації (ЗМІ), екологічні організації, про-

фільні навчальні заклади, спільноти, що безпосередньо зазнають впливу діяльності підприємства).

Пріоритетні (стратегічні) для підприємства стейкхолдери ідентифікуються або за критерієм постачання найбільш цінних ресурсів, або за критерієм ризикованості (силою впливу на компанію) [7, с. 367]. У стратегічному контексті життєдіяльності підприємства важливого значення набуває оцінювання не лише фактичних, а й потенційних стейкхолдерів (перспективні постачальники ресурсів, споживачі тощо) [8, с. 242].

Саме характер взаємодії зі стейкхолдерами та їх гетерогенне різноманіття, на нашу думку, визначають просторовий контекст економічної стійкості. Цільові вимоги різних груп зацікавлених сторін формують диференційовані параметри стійкості функціонування та розвитку підприємства. Так, погляд на стійкість підприємства з позицій держави та суспільства сфокусований переважно на соціально-екологічних аспектах діяльності компанії, своєчасній та повній сплаті податків; із позицій споживачів – на здатності стабільно задовольняти їх споживчі вимоги; інвесторів – на можливостях стабільного генерування грошових потоків; власників – на перманентному зростанні вартості бізнесу. Відповідно, динамічні зміни цільових вимог стейкхолдерів продукують варіативність рівня стійкості, навіть при умовно-стабільному функціонуванні підприємств. Так, зростання уваги до соціальної відповідальності бізнесу в контексті розвитку світової спільноти та вступу до Європейського Союзу підвищує вимоги до екологічної стійкості суб'єктів господарювання. Підвищення рівня інноваційності європейських металургійних компаній формує нові споживчі параметри щодо стійкості виробників залізорудної продукції в аспекті її здатності задовольняти вимоги нових технологій прямого відновлення заліза з руд.

Реляційність як ключова ознака просторового контексту економічної стійкості зумовлює доцільність його розгляду крізь призму поняття “конструктивність” (від лат. *constructivus* – основа побудови) як можливості утворення “зони безпеки” діяльності внаслідок колективної дії партнерів. Усунення прямого зіткнення інтересів продукує певний рівень “комфортності” суб'єкта господарювання, що сприяє досягненню цілей стійкості розвитку та зменшення конкурентного напруження. Несиметричність і різновекторність цільових настанов стейкхолдерів генерує деконструктивність простору, що характеризується бінарною опозицією між підприємством та зацікавленими сторонами, порушенням гомогенності їх інтересів.

Забезпечення стійкості розвитку зумовлено не лише зміною якісних параметрів організації, а й її просторового оточення, що спричиняє варіативність ентропійно-негентропійного обміну. Простір може бути для підприємства як генератором ентропії (міри невизначеності), так і фактором порядку, оскільки нарощення флуктуацій призводить до самоорганізації соціально-економічної системи. Таким чином, дуалістичний характер простору функціонування підприємства, на нашу думку, більш повно розкривається в координатах “деструктивність – конструктивність”, “ентропійність – негентропійність” (рис.).

Представлена логіка просторового континууму в забезпеченні економічної стійкості підприємства зумовлює пріоритетність ключових процесів забезпечення економічної стійкості, до яких зараховуємо:

- 1) формування унікального набору ресурсів;
- 2) інтеграційну взаємодію.

Вищезазначене визначає обмеженість традиційних підходів, які пов'язують успіх функціонування компаній винятково з досягненнями в конкурентній боротьбі. Політика прямого зіткнення інтересів суб'єктів господарювання все частіше поступається застосуванню “позаконкурентних” технологій, що мають прояв у аутсорсингових угодах, проектах інформаційної взаємодії, управлінського консультування, франчайзингових моделях, створенні стратегічних альянсів, професійних асоціацій, спільних науково-дослідних об'єднань, реалізації програм лобіювання інтересів підприємств у владних структурах і соціальному середовищі [9, с. 222].

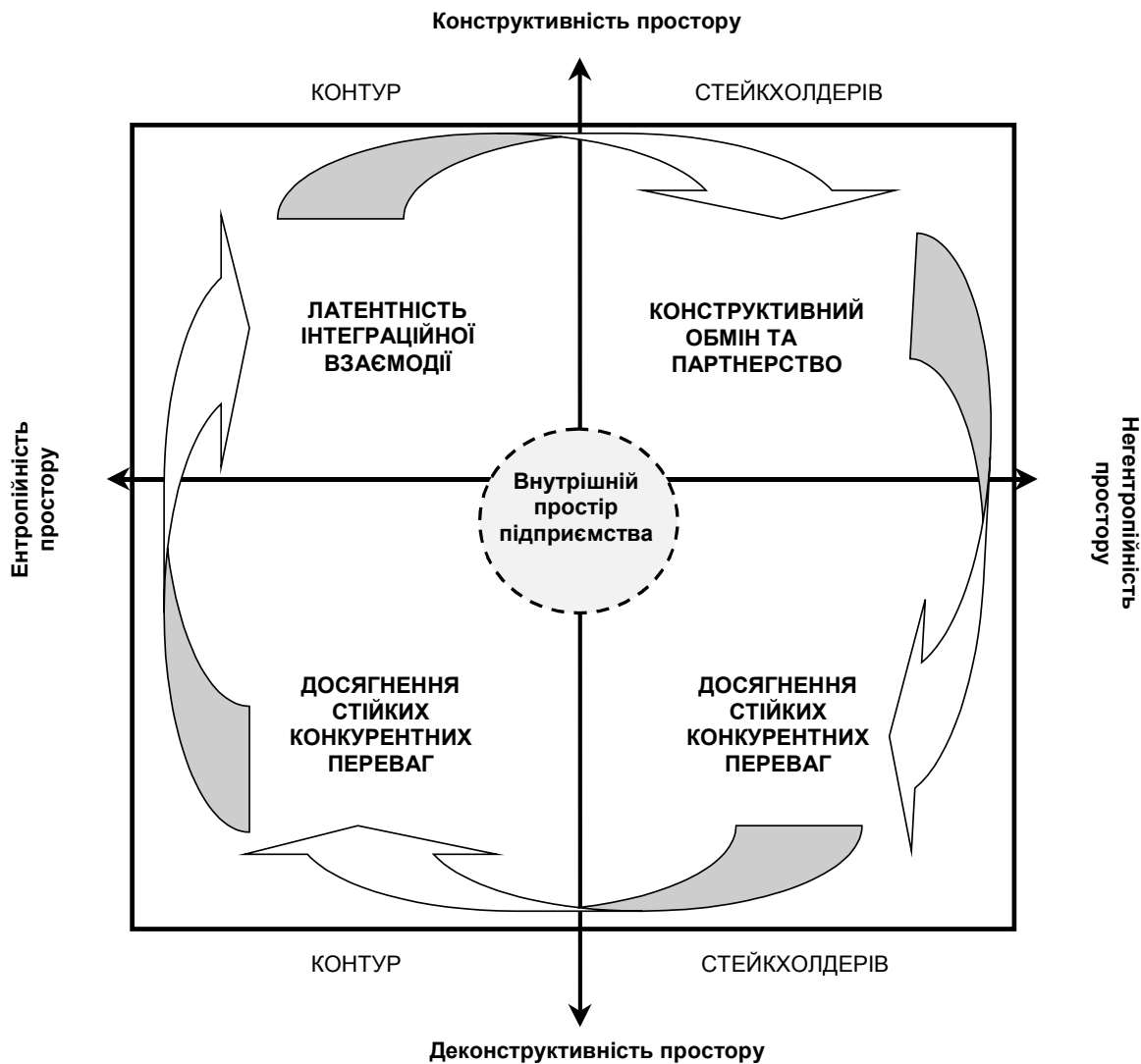


Рис. Просторовий континуум економічної стійкості підприємства

Джерело: розроблено автором.

Деконструктивність простору функціонування підприємства характеризується міжгруповими конфліктами, дискримінацією суб'єктів господарювання, протиріччями інтересів (економічних, владних, статусних) зацікавлених сторін, зростанням суперництва, високим рівнем ймовірності рейдерства тощо. Зниження рівня деконструктивності простору при високому ступені його невизначеності продукує латентність інтеграційної взаємодії зі стейкхолдерами, під якою варто розуміти потенційні можливості до включення підприємства в систему взаємовигідних відносин. Їх реалізація формує мережі конструктивного обміну та партнерства, операціоналізація яких змістовно розкривається крізь призму таких видів:

- 1) контактування як короткостроковий обмін інформацією;
- 2) копродукція як спільне виконання певної конкретної сукупності дій у напрямі досягнення спільної мети;
- 3) кооперація як довгострокове співробітництво з нефіксованим терміном тривалості;
- 4) координація як довгострокова інформаційна взаємодія, спрямована на узгодження інтересів;
- 5) коеволуція як взаємне інформування про наміри і плани, спрямоване на узгодження довгострокового розвитку суб'єктів;
- 6) консолідація як повне узгодження дій, планів і намірів, зближення короткострокових і довгострокових інтересів;
- 7) кооптація як взаємопроникнення в організаційні структури (спостережна рада, переплетені директорати тощо);
- 8) коаліція як прагнення зміни співвідношення ринкової влади (об'єднання декількох учасників проти більш впливового).

Перехід від двостороннього партнерства до мережевого сприяє підвищенню конструктивності простору функціонування компанії. Вигоди партнерської взаємодії зумовлені перевищенням внеску кожного індивідуального учасника.

Стейкхолдерський підхід до концептуалізації простору існування підприємства логічно дає відповідь на ключове питання щодо цільових користувачів економічної стійкості, яка зумовлює суб'єктний характер її параметрів і напрямів забезпечення. Дійсно, актуалізуючи проблематику економічної стійкості, науковці здебільшого акцентують на пріоритетних напрямках її забезпечення. При цьому поза їх увагою залишаються питання: хто є "споживачем" стійкості? Для кого вона є необхідною? У кращому випадку в якості акторів, зацікавлених в економічній стійкості, розглядають власників та/або менеджерів підприємства.

Грунтуючись на загальноновживаному розумінні споживача як особи (групи осіб) чи організації, що мають певні потреби та мо-

жливості їх задоволення, можна визначити всіх зацікавлених сторін споживачами стійкості. В такому контексті економічна стійкість набуває ціннісно-персоніфікованого змісту, який, з одного боку, визначає нормативні (цільові) параметри стійкості, а з іншої – конкретизує її фактичний стан. Цінність стійкості визначаємо як економічний критерій, що ґрунтується на ключових детермінантах стейкхолдерських вигод, динамічні конфігурації яких визначаються змінами цільових орієнтирів зацікавлених осіб. При цьому доцільно акцентувати на тому, що варіативність позиціонування підприємства в просторовому континуумі продукує різні параметри стійкості, іноді змістовно протилежні. Так, протистояння підприємств у координатах "ентропійність – деконструктивність", що характеризується високим ступенем антагонізму, зумовлює пріоритет максимально нестійкого стану для конкурентів.

Конституювання напрямів забезпечення стійкості зумовлює введення двох понять – "подія" та "ситуація". Подію розглядаємо як акумулювання та впорядкування різних обставин в одне ціле смислу, а ситуацію – як диспозицію, конкретне розташування обставин, у тому числі внутрішніх (настанов, цілей, очікувань), що вимагають вибору, дії, прийняття рішення. Поняття "ситуація" важливе, насамперед, тому, що в ньому концептуалізується простір конституювання стійкості. При цьому пріоритетного значення набуває суб'єктивізм і своєчасність ідентифікації подій та ситуацій менеджментом компанії.

Фокусування простору дає можливість ідентифікувати певну ситуацію (динамічні зміни персоніфіковано-ціннісних параметрів стійкості – напрямки їх забезпечення), що створює певний контекст, який робить осмисленою ситуативну дію. Дія в контексті повинна бути контекстурована, для того щоб мати впорядкований характер. Симбіоз дії та контексту є основою практики стійкості, що передбачає конструктивістське бачення дійсності та перспектив; практико орієнтоване забезпечення стійкості на основі ситуативної фігурації локальних ситуацій: вибудовування просторових меж функціонування підприємств (boundary-work), напрямки переходу з однієї фази простору в іншу (boundary crossing).

Авторське розуміння просторового контексту функціонування компанії змінює фокус пріоритетності напрямів забезпечення стійкості в напрямі її партнерських відносин з іншими учасниками ринку (його конкурентами та постачальниками, споживачами, державними органами влади та недержавними інституціями тощо). Процеси забезпечення економічної стійкості через інтеграційну взаємодію виявляються в міжфірмо-

вих рутинних спільного використання знань, комплементарних ресурсних портфелів та ефективних моделях управління.

З огляду на це, концептуалізація видових проявів економічної стійкості повинна стати загальнотеоретичним контуром для розробки конкретних напрямів її забезпечення з урахуванням персоніфіковано-ціннісних дефініцій. Основними принципами такої типологізації, на нашу думку, є:

- 1) принцип легітимності – виражає, з одного боку, зв'язок інтересів стейкхолдерів з їх внутрішньою оцінкою економічної стійкості підприємства; з іншого – їх розуміння потенційної здатності компанії її генерувати;
- 2) принцип публічно-правової відповідальності – визначає спектр нормативних вимог різних груп зацікавлених сторін до параметрів економічної стійкості організації;
- 3) принцип прагматичності – оцінює здатність організації задовольняти потреби та вимоги зацікавлених сторін в аспекті отримання вигод і корисних результатів.

Ці принципи структурують відносини між стейкхолдерами та суспільством, бізнесом загалом, окремими компаніями та менеджерами як індивідуумами, формують конкретну систему переваг, орієнтуючись на ту чи іншу групу зацікавлених сторін, тобто є інструментом задоволення відповідних очікувань. Персоніфіковано-ціннісний підхід дає змогу конкретизувати параметри стійкості відповідно до певної цільової аудиторії (власники підприємства, менеджмент, споживачі, постачальники тощо), що створює передумови для ідентифікації пріоритетних напрямів конструювання економічної стійкості.

IV. Висновки

Сучасні здобутки управлінських теорій дають можливість конкретизувати просторовий континуум функціонування підприємства як простір, утворений відносинами підприємства із зацікавленими особами. Таке змістовне наповнення дає змогу констатувати, що економічна стійкість компанії, з одного боку, визначається ступенем інтеграційної взаємодії зі стейкхолдерами, з іншого – визначає спектр її параметрів, які мають персоніфіковано-ціннісний характер. Просторовий контекст економічної стійкості

дає можливість визначати її на основі трьох вимірів: 1) нормативного, що ідентифікує спектр питань, які пов'язані з інтересами зацікавлених сторін; 2) інструментального, що визначає, як питання забезпечення економічної стійкості можуть бути реалізовані за допомогою взаємодії зі стейкхолдерами; 3) дескриптивного, що формує перелік питань, які необхідно вирішувати для задоволення інтересів зацікавлених сторін.

Список використаної літератури

1. Parsons T. Suggestions for a Sociological Approach to the Theory of Organizations-I / T. Parsons // *Administrative Science Quarterly*. – 1956. – Vol. 1. – № 1. – P. 63–85.
2. Thompson J. D. *Organizations in Action* / J. D. Thompson. – New-York : McGraw-Hill, 1967. – 167 p.
3. Aldrich H. *Organizations Evolving* / H. Aldrich, M. Ruef. – London : Sage, 2006. – 204 p.
4. Pfeffer J. *The External Control of Organizations* / J. Pfeffer, G. Salancik. – New-York : Harper & Row, 2003. – 184 p.
5. Santos F. M. *Organizational Boundaries and Theories of Organization* / F. M. Santos, K. M. Eisenhardt // *Organization Science*. – 2005. – Vol. 16. – № 5. – P. 492–508.
6. Гребешкова О. М. Реляційна поведінка підприємства: теоретичний та прикладний аспекти / О. М. Гребешкова // *Економіка підприємства: теорія та практика* : зб. матер. III Міжнар. наук.-практ. конф., 21 жовт. 2010 р. – Київ : КНЕУ, 2010. – С. 79–81.
7. Kochan T. A. *Toward a Stakeholder Theory of the Firm: The Saturn Partnership* / T. A. Kochan, S. A. Rubenstein // *Organizational Science*. – 2000. – Vol. 11. – № 4. – P. 367.
8. Bek N. N. *Perspectives of SME innovation clusters development in Russia* / N. N. Bek, M. A. Bek, M. Y. Sheresheva, W. Johnston // *Journal of Business and Industrial Marketing*. – 2013. – Vol. 28. – № 3. – P. 240–259.
9. *Інновації: проблеми науки і практики* : монографія / за ред. В. С. Пономаренко, О. М. Кизима, О. М. Ястремської. – Харків : ФОП Павленко О. Г. : ІНЖЕК, 2010. – 297 с.

Стаття надійшла до редакції 04.02.2017.

Ткаченко А. М., Пожужева Т. А. Пространственные аспекты экономической устойчивости предприятия

В статье актуализирована проблематика конкретизации пространства функционирования предприятия. Обоснована целесообразность его идентификации через призму взаимоотношений с определенным кругом заинтересованных сторон. Акцентировано внимание на том, что целевые требования и ожидания различных групп заинтересованных сторон формируют дифференцированные параметры экономической устойчивости, которые имеют персонифицированно-ценностный характер. Пространство существования предприятия рассмотрено в координатах “конструктивность – деконструктивность”; “энтропийность – неэнтропийность”. Показано, что конструктивность пространства обеспечивается инте-

грационным взаимодействием, которое повышает экономическую устойчивость компании. Обоснованы принципы формирования ценностей для стейкхолдеров: легитимности, публично-правовой ответственности, прагматичности. Аргументировано, что предложенный пространственный контекст экономической устойчивости позволяет оценивать её на основе нормативного, инструментального и дескриптивного подходов.

Ключевые слова: экономическая устойчивость, пространство, конструктивность пространства, деконструктивность пространства, реляционное поведение, стейкхолдеры, интеграционное взаимодействие.

Tkachenko A., Pozhuyeva T. Spatial Aspects of Economic Viability

Argued that modern research no clear understanding of the enterprise space. More specifically its essence prism of relations with stakeholders. The attention that the target requirements and expectations of various stakeholder groups form differentiated economic stability parameters that have personified the character and value. The value of the resistance is determined by the author as economic criteria, based on the key determinants stakeholder benefits, dynamic configuration changes are determined targets stakeholders. The space has an enterprise considered in coordinates constructive – deconstructive; enropiya – negative entropy. It is shown that the space provided constructive integration interaction, which increases the economic stability of the company. The principles of forming values for stakeholders: 1) the principle of legitimacy; 2) the principle of public liability; 3) the principle of pragmatism. Proved that the spatial context of economic stability can determine it based on three dimensions: 1) regulatory, identifying the range of issues that relate to the interests of stakeholders; 2) tool, which determines the extent to which the issues of economic stability can be realized through interaction with stakeholders; 3) descriptive, which forms the list of issues that need to be addressed to meet the interests of stakeholders.

Key words: economic stability, space, constructive space, deconstructive space, relational behavior, stakeholders, integration interaction.