

ПЕРЕДУМОВИ МАКСИМІЗАЦІЇ ЦІННОСТЕЙ ПІД ЧАС СТВОРЕННЯ ЛАНЦЮЖКА ВАРТОСТІ ІНТЕГРОВАНОЇ ГРУПИ ПІДПРИЄМСТВ

У статті досліджено методи побудови вартісного ланцюга цінності при інтеграції підприємств та його структурні елементи. Наведені передумови максимізації вартості ланцюга цінності при створенні ланцюжка вартості інтегрованої групи підприємств. Розроблено методику оцінки ефективності інтеграції підприємств в рамках ланцюга цінності.

Ключові слова: ланцюг створення вартості, ланцюг цінності, інтеграція підприємств, додатковий прибуток, синергія, оцінка ефективності інтеграції, інтегрована група підприємств

MASLII N. D.

Odessa I. I. Mechnikov National University

THE PRECONDITIONS OF MAXIMIZATION OF THE VALUES DURING THE CREATION OF THE VALUE-CHAIN OF INTEGRATED GROUP OF COMPANIES

The author researched methods of constructing cost of the value chain with the integration of companies and its structural elements. Shown the preconditions to maximize the worth of the value chain with the integration of companies. Maximize the value occurs in the result of the synergy of separate efficient companies. The methodology of assessment of efficiency of integration of the companies within the value chain, which allows to define the greatest need of the companies for formation of the integration group. The method evaluation of the effective integration of the companies at the stage of making decision on its holding that will give the opportunity to reduce risks and uncertainties. The influence of the individual strands of the values of enterprises to maximize value of the integrated structures. Research shows that isolated businesses are not sufficiently informed about the state of the market, can't compete with the major parties and integrated structures. They need to maximize the value of the company and to enter into chain.

Keywords: the worth of the value chain, companies integration, additional profit, synergy, performance evaluation integration, integrated group of companies

Постановка проблеми. Інтеграція підприємств є однією із сучасних тенденцій розвитку світової економіки. Конкурентоздатність національної економіки розвинутих країн багато в чому визначається наявністю сектору потужних горизонтально або вертикально інтегрованих структур, в рамках яких досягається концентрація промислового капіталу, інвестиційних ресурсів, наукомістких технологій. Такий корпоративний сектор можна розглядати як основу сучасної конкурентної економіки. Об'єктивні інтеграційні процеси є характерними і для вітчизняної економіки. Створюються різні інтеграційні форми підприємств, які надають можливість не лише ефективно працювати в сучасних умовах, а й максимально знизити витрати, ризики та невизначеність.

Ефективність діяльності інтегрованих підприємств відображається в ефективному перетворенні ресурсів на кінцевий продукт і приводить до найбільшого зростання вартості з найменшими витратами, найповніше задовольняючи потреби кінцевого споживача продукції або послуг. У цьому випадку використовується поняття «Ланцюг створення вартості», яке відображає той факт, що створення інтегрованих компаній відбувається за рахунок концентрації капіталу у групі компаній [1]. Ланцюг створення вартості можна розглядати як частину єдиного виробничо-збутового циклу створення і продажу товару (послуги), що починається у первинного постачальника (видобуток і переробка матеріально-технічних ресурсів) до кінцевого споживача (завершення обороту товару в сфері особистого споживання). При цьому необхідно зазначити, що учасник ланцюжка створення вартості, концентрує капітал і є інвестором реального сектору, а не портфельним інвестором. Ця особливість ланцюжка створення вартості свідчить про те, що організатори ланцюжка створення вартості виступають інвесторами, які зацікавлені в збільшенні вартості свого бізнесу, а не окремого підприємства. З цією метою додатковий прибуток, який учасники ланцюжка отримують за рахунок інтеграції підприємств розподіляється таким чином, щоб інвестувати в розвиток окремих ланок ланцюжка створення вартості, максимально збільшуючи вартість бізнесу в цілому.

Аналіз останніх досліджень та публікацій. Концепція глобальних ланцюгів вартості (GVC, global value chain) зародилася ще в 1970-х роках. Одним з перших її почав розвивати Майкл Портер. Пізніше в 2000-х роках вона трансформувалася в концепцію глобальних ланцюгів доданої вартості (GVCs, global value-added chains). Зокрема, М. Портер у своїй концепції вартісного ланцюга цінності концентрує увагу на організаційних відносинах, підкреслюючи, що підприємства можуть поєднувати свої ланцюги цінностей через співпрацю. Він вважає, що таким багатосекторним ланцюгом може бути саме інтегрований ланцюг. Ланцюг цінностей є множиною окремих, але тісно взаємопов'язаних процедур, які створюють користь. Дії, які забезпечують користь, визначаються як процедури користі, які приносять прибутки тоді, коли вартість перевищує їхні витрати [1]. Шанк Дж. і В. Говіндараджан вважають, що компанія повинна

оцінювати свій ланцюжок цінності порівняно з аналогічними ланцюжками цінності, які є в суперників чи в певній сфері бізнесу загалом. Ці автори рекомендують таку методику: 1. Виявити ланцюжок цінності у певній сфері, а потім уточнити значення витрат, надходжень і активів стосовно кожної ланки цього ланцюга. Ці види діяльності є будівельними блоками, за допомогою яких компанії певного виду діяльності створюють продукт, який покупці вважають для себе цінним. 2. Здійснити діагностику чинників витрат, які регулюють кожен із визначених видів діяльності. 3. Передбачити конкурентну перевагу, навіть якщо значення контрольованих компанією чинників витрат є вищим, ніж у конкурентів, або реформувати весь ланцюжок цінності. Завдяки систематичному аналізу витрат, надходжень і активів за кожним видом діяльності компанія може вийти на нижчі витрати. Це досягається порівнянням ланцюжка цінності компанії і ланцюжків цінності її основних суперників, а також виявленням видів діяльності, необхідних для управління ланцюжком цінності краще, ніж це роблять менеджери суперників стосовно своїх ланцюжків [2].

На циклічний характер ланцюжка цінностей за М. Портером звернуто увагу в роботах В. Савчука, І. Титаренка [3, 4]. Ними запропоновано дещо відмінну від ланцюжка М. Портера схему реалізації основних бізнес-процесів, першим етапом якої є етап ідентифікації потреб споживачів. Другий етап схеми «ідентифікація ринку» має інформаційний характер.

Однак, в їх наукових напрацюваннях недостатньо уваги приділено саме створенню вартісного ланцюга цінності при інтеграції підприємств, що пов'язано зі складністю ідентифікації всіх видів діяльності, які формують цінність на підприємстві; встановленні технологічних зв'язків в межах структурного підрозділу; недостатності всієї необхідної інформації про зв'язки з іншими учасниками ринку.

Постановка завдання. Основним завданням дослідження є обґрунтування необхідності оцінки ефективності інтеграції підприємств в рамках ланцюга цінності задля збільшення вартості цього ланцюга.

Виклад основного матеріалу дослідження. Згідно з М. Портером, під ланцюжком цінностей слід розуміти узгоджений набір видів діяльності, що створюють цінність для підприємства, починаючи від вихідних джерел сировини до готової продукції, доставленої кінцевому споживачу, включаючи післяпродажне обслуговування [5]. Запропонована М. Портером концепція на базі "ланцюга цінності" наведена на рис. 1.

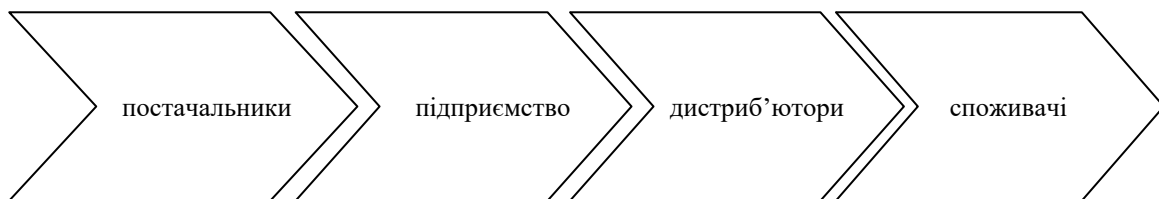


Рис. 1. Ланцюг цінності

Як показують дослідження дана концепція відрізняється від доданої вартості тим, що виходить за рамки внутрішньої організації виробництва. В ланцюгу вартості розглядаються процеси, що відбуваються не тільки на підприємстві, але і за його межами. Кожне підприємство, що бере участь у виробництві або реалізації конкретного товару, розглядається в контексті загального ланцюга видів діяльності, що створюють цінність (вартість). Основна ідея її полягає в тому, що критерієм оцінки продукції визначаються тим, як виконуються дії, які необхідні для розробки, виробництва, виведення на ринок, поставки та підтримки кожного продукту. Таким чином, ланцюг цінності кожного окремого підприємства є часткою загального ланцюга, що починається від початкового ресурсу і закінчується кінцевим споживачем. У свою чергу, ланцюг цінності конкретного підприємства можна розглядати як певний набір видів економічної діяльності, що здійснюється даним підприємством (рис. 2).

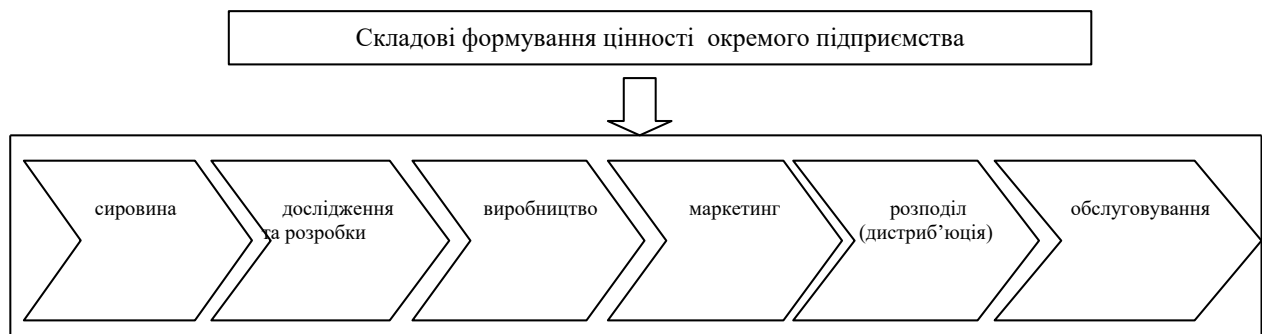


Рис. 2. Ланцюг цінності окремого підприємства

Підприємство, що бере участь у виробництві продукції, розглядається в контексті загального

ланцюга, що створюють цінність. Необхідно додати, що ланцюг цінності підприємства під впливом інтеграційних процесів, ринкових пріоритетів та нових технологій здатний до постійних змін та вдосконалення. І цю здатність до розвитку і вдосконалення необхідно постійно використовувати. В даному випадку розвиток ланцюга цінності буде мати наступний вигляд (рис. 3).

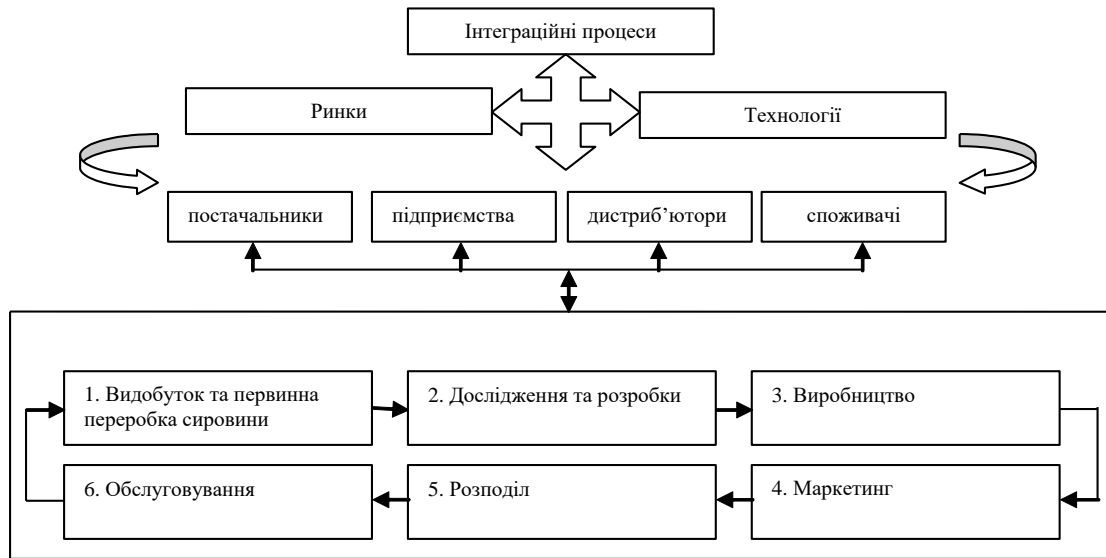


Рис. 3. Ланцюг створення цінностей при інтеграційних процесах

Однією з складових збільшення вартості бізнесу є його зростання за рахунок придбання нових підприємств та інтеграції їх в ланцюг створення вартості. Можна збільшувати вартість бізнесу за рахунок вдосконалення структури витрат, але найбільший ефект можна отримати, збільшуючи масштаб бізнесу. Домогтися цього можна, інтегруючи окремих суб'єктів ринку в загальний ланцюг створення вартості і організовуючи їх діяльність найбільш ефективним чином. Одним з найважливіших мотивів інвестування коштів у компанії-учасники ланцюга створення вартості виступає придбання контролю собівартості кінцевого продукту (послуги). Пояснюється це тим, що інтеграція компаній веде до підвищення рівня управління всім ланцюгом на основі загальної стратегії розвитку і регулювання собівартості за стадіями створення продукту (послуги). Зокрема, створюючи інтегровану групу підприємств, інвестор отримує можливість управляти склалася договірними відносинами учасників, таким чином, щоб зменшити собівартість кінцевої продукції.

Таким чином, інвестор не просто інвестує кошти в сторонні ліквідні активи з метою отримання доходів від підприємства (як це робить портфельний інвестор), але збільшує вартість інших учасників групи компаній, створюючи продукт/послуги допомогою даного активу. Саме тому інвестор розвиває тільки тих учасників ланцюга створення цінності, які входять в його ланцюжка створення вартості і підвищують вартість бізнесу в цілому.

Суб'єкти ринку з малим масштабом діяльності, що діють ізольовано, не можуть скласти конкуренцію великим учасникам та інтегрованим структурам з ряду причин. Насамперед, ізольовані підприємства беруть участь тільки в обмеженій ланці ланцюга створення цінності і тому залежні від продажу товарів (послуг) кінцевим споживачам (для постачальників), а також від постачальників (при продажу кінцевим покупцям). У будь-якому випадку ізольоване підприємство обмежене доступом до ресурсів і не має ефективних важелів зниження собівартості. Таким чином, у ізольованих учасників ринку залишається лише один вибір – максимально збільшити вартість підприємства і увійти в інтегрований ланцюг створення вартості. Це стосується не тільки дрібних підприємств, але й інших учасників ринку, які, оцінюючи тенденції та прогнози свого розвитку, ідуть з ринку, реструктуризуючи свої активи.

В умовах, коли посилюються процеси інтеграції та формуються інтегровані структури в рамках ланцюга створення вартості, особливо важливим є вирішення проблеми розробки стратегії, механізмів та методики інтеграції. Оскільки створення стратегії інтеграції в групі підприємств, об'єднаних ланцюгом створення вартості і створюють синергетичний ефект. Під синергією в даному випадку розуміється – додаткова премія, отримана внаслідок впорядкованості системи. Природа синергії виражається в зменшенні невизначеності діяльності. При цьому синергія і упорядкованість системи знаходяться в прямо пропорційній залежності: упорядкованість тим більше, чим менше невизначеність у поведінці учасників системи. Невизначеність у поведінці учасників системи зменшується із зменшенням числа учасників системи. Число учасників системи зменшується за допомогою інтеграції учасників.

Ефективність в першу чергу буде проявлятися завдяки впорядкованості системи: побудови єдиних бізнес-процесів підприємств що інтегруються, застосування єдиних інформаційних систем. В силу того, що

комунікації між підприємствами стають тісніше, вирішення питань в процесі діяльності підприємств відбувається швидше і якісніше. Підприємства об'єднуються загальними цілями та стратегією.

Це приводить в дію такі фактори синергії:

1. Зниження витрат взаємодії.
2. Збільшення ефективності використання активів.

Ступінь і характер інтеграції залежить від рівня розвитку країни і регіонів зокрема. Однак ефективність інтеграції носить індивідуальний характер у кожному конкретному випадку. В рамках інтеграційних процесів виникає проблема оцінки ефективності інтеграції на стадії прийняття рішення про її проведення.

Якщо розглядати у фазовому просторі в початковий момент часу інтеграції $t=0$ дві близькі фазові точки $x_1(0)$ і $x_2(0)$, і ввести поняття відстані між ними:

$$d(t) = |S(t)| = |x_2(t) - x_1(t)|$$

то величина h (ентропія Колмогорова - Сіная) буде дорівнює:

$$h = \lim_{\substack{d(0) \rightarrow 0 \\ t \rightarrow 0}} \frac{\ln \frac{d(t)}{d(0)}}{t},$$

де $d(0)$ – відстань між точками у фазовому просторі в початковий момент часу ($t=0$);

$d(t)$ – відстань між точками у фазовому просторі в момент часу t .

Використовуючи ентропія Колмогорова-Сіная (КС ентропію), можна визначити, яким є досліджуваний режим руху – хаотичним або регулярним. Зокрема, при хаотичному поведінці системи КС ентропія завжди позитивна, $h > 0$, при регулярному (впорядкованому) $h < 0$ або $h=0$. Ентропія h є не тільки якісною, а й кількісною характеристикою режиму руху: обернена величина ентропії (за умови $h > 0$), визначає характерний час перемішування (горизонт прогнозування) $t_{mix} = h^{-1}$ в системі [6]. Застосувавши запропоновану методику до виявлення можливої інтеграції підприємств, необхідно від граничного (безперервного) варіанту перейти до дискретної форми моделі. Фазові точки в економічному просторі – це підприємства. Розглядаючи їх поведінка в момент часу ($t=0$) і ($t=1$), а під відстанню розуміючи модуль різниці показників, що задають положення підприємств в фазовому просторі, показник КС ентропії прийме вигляд:

$$h = \frac{\ln \frac{d(1)}{d(0)}}{1} = \ln \frac{d(1)}{d(0)} = \ln \frac{|x_2(1) - x_1(1)|}{|x_2(0) - x_1(0)|},$$

При $t \gg t_{mix}$ опис системи може бути тільки ймовірнісним. Проте на малих часах $t \ll t_{mix}$ поведінку системи можна передбачити з достатньою точністю. Запропонована методика включає наступну послідовність дій: 1) визначення фазового простору, тобто основних критеріальних показників вертикальної та горизонтальної інтеграції: частка ринку, частка трансакційних витрат. 2) вибір системи підприємств, які підлягають процесу інтеграції. 3) визначення варіантів, найбільш підходящих для покрокового процесу інтеграції. 4) розрахунок показника ентропії за формулою Колмогорова-Сіная. При отриманні позитивного показника інтеграція підприємств можлива, при отриманні від'ємного показника – неможлива. 5) вибір найбільш ефективної траєкторії інтеграції, заснований на кінцевому переборі варіантів по парам. Експертно вибирається підприємство, найбільш імовірно підходить до процесу інтеграції. Далі до даного підприємства прикріплюються послідовно одне за одним інші підприємства. У тих комбінаціях підприємств, де найменші показники, там процес більш ефективний.

Таким чином можна визначити підприємства які найбільше підходять для інтеграції та максимізації ланцюга цінностей. Доповнюючи кількісні методи можна використовувати SWOT-аналіз, WOFC, матрицю БКГ, матрицю МакКінсі, збалансовану систему показників, стратегічну карту та інші.

Висновки. У зв'язку із тим, що необхідно зменшити невизначеність середовища (особливо через глобалізацію та інтеграцію світових процесів та, як наслідок, загострення конкурентної боротьби у поєднанні зі скороченням тривалості життєвого циклу товарів з погляду інноваційного розвитку технологій) обґрунтовується необхідність трансформації систем управління в бік розгляду підприємства з аспекту його бізнес-процесів та управління ланцюгами створення вартості. Проаналізовано підходи до формування ланцюга цінності та його елементів, які впливають на створення вартості. Розроблено ланцюг цінностей при інтеграційних процесах, який свідчить про збільшення вартості бізнесу при об'єднанні ланцюгів цінностей підприємств.

Наведено методику оцінки ефективної інтеграції підприємств на стадії прийняття рішення про її

проведення, що дасть можливість своєчасно знизити ризики та невизначеність.

Обґрунтовано вплив окремих ланцюгів цінностей підприємств на максимізацію вартості інтегрованих структур. Як показують дослідження ізольовані підприємства недостатньо проінформовані про стан ринку, не можуть скласти конкуренцію великим учасникам та інтегрованим структурам. Їм необхідно максимально збільшити вартість компанії та увійти в ланцюг створення вартості.

Разом з тим, дослідження свідчать, що подальші розробки доцільно вести на основі фінансових показників діяльності інтегрованих підприємств. Наступним етапом є дослідження ефективності ланцюжка цінностей з урахуванням визначення місця підприємства у матриці інтеграційних можливостей, розрахунку коефіцієнта інтеграції, економічного ефекту інтеграції та синергетичного ефекту.

Література

1. Портер М. Конкуренция / Майкл Портер ; пер с англ. – М. : Издательский дом «Вильямс», 2006. – 608 с.
2. Джон К. Шанк Стратегическое управление затратами / Джон К. Шанк, Виджей Говиндараджан ; пер с англ. – СПб : ЗАО "Бизнес Микро", 1999. – 288 с.
3. Савчук В. Стратегическое управление издержками / В. П. Савчук // Стратегії. ІННОВАЦІЙНА ЕКОНОМІКА : всеукраїнський науково-виробничий журнал. – 2004. – № 11. – С. 28–40.
4. Титаренко І. Аналіз витрат виробництва / І. Титаренко // Соціально-економічні, політичні та культурні оцінки і прогнози на рубежі двох тисячоліть. – Тернопіль, 2005. – С. 250–252.
5. Porter M. E. Competitive advantage: creating and sustaining superior performance / M. E. Porter. – New York : Free press, 1985. – 658 p.
6. Скоков В.Н. Введение в физику неравновесных процессов / В.Н. Скоков, В.В. Селезнёв. – Екатеринбург : УГТИ–УПИ, 2008. – 232 с.

Надійшла 12.11.2016; рецензент: к. е. н. Князева О. А.