

3. Корпоративне управління. Підручник. / Мостенська Т.Л., Новак В.О., Луцький М.Г., Симоненко Ю.Г. – К. : Каравела, 2008. – С. 19–20.
4. Закон України «Про холдингові компанії в Україні» із змінами, внесеними згідно із Законом N 1617–VI (1617–17) від 24.07.2009 // Відомості Верховної Ради України (ВВР), 2010, N 2–3, ст.11 .
5. Дем'яненко С.І. Агрохолдинги в Україні: добре чи погано? [Електронний ресурс] / С.І. Дем'яненко. – К. : Ін-т економічних досліджень та політ. консультацій, 2008. – Режим доступу: http://ierpc.org/ierpc/papers/agpp21_ur.pdf/
6. ТОП 100. Рейтинг лучших компаний Украины. – К. : Экономика, 2011. – № 3. – 96с.
7. Портер М. Конкуренция : пер. с англ. / Портер М. – М. : Издательский дом «Вильямс», 2001. – 495 с.
8. Саблук П.Т. Кластеризація як механізм підвищення конкурентоспроможності та соціальної спрямованості аграрної економіки / П.Т. Саблук, М.Ф. Кропивко // Економіка АПК. – 2010. – № 1. – С.11.

УДК 334.012.82: 334.716

Куц Л.Л.,
к. е. н., доцент кафедри економіки підприємств і корпорацій
Тернопільський національний економічний університет

ФОРМИ І СТУПЕНІ ВЕРТИКАЛЬНОЇ ІНТЕГРАЦІЇ ПІДПРИЄМСТВ

Постановка проблеми. На сьогоднішній день обсяги діяльності вітчизняних інтегрованих структур суттєво поступають обсягам діяльності міжнародних гігантів. При цьому інтегровані підприємства мають важливе значення для української економіки. Такі підприємства є важливою управляючою ланкою, що пов'язує мікро і макрорівень економіки, дозволяють концентрувати інвестиційний та інноваційний потенціал і дають поштовх до розвитку нових галузей та видів діяльності. Кожна корпорація може виконувати роль інтегратора й організатора, а тому мати значення і на макроекономічному рівні. Окрім того, як зазначає С. І. Жемчужников, саме концерни, холдинги та інші групи підприємств, об'єднані системою участі в капіталі, і утворюють основу середнього рівня управління економікою країни [3].

З огляду на велику динамічність сучасних умов розвитку підприємств постає потреба в адекватному теоретичному інструментарії для розробки відповідної стратегії їх розвитку. Як показує світовий досвід і вітчизняна практика господарювання, сучасні фірми розвиваються, обираючи інтеграційні, диверсифікаційні стратегії росту чи їх поєднання. Серед інтеграційних стратегій уваги заслуговує вертикальна інтеграція, яка, на думку багатьох науковців, є шляхом до успіху в становленні конкурентоспроможних промислових структур, що дає концентрацію капіталу та виробничих потужностей.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Дослідженню процесів вертикальної інтеграції присвячені роботи відомих закордонних і вітчизняних науковців: І. Акімової, А. Ігнатюка, Д. Лук'яненко, Р. Коуза, М. Портера, Е. Серової, В.Третьяка, Л. Роя, В. Шумейко, О. Щербакова, Л. Ганущак-Єфіменко та ін. Разом з тим сучасні процеси вертикальної інтеграції диктують необхідність відповідної адаптації теоретичного інструментарію, зокрема систематизації потребує велика різноманітність їх форм і ступенів.

Постановка завдання. Метою даного дослідження є аналіз шляхів вертикальної інтеграції, виявлення різноманітних її форм і ступенів та їх систематизація.

Для досягнення поставленої мети передбачено використання методів дослідження: аналізу і синтезу, логічних порівнянь та узагальнень.

Виклад основного матеріалу дослідження. Провівши аналіз поглядів науковців [8], нами дано визначення вертикальної інтеграції, яке, на нашу думку, максимально синтезує всі важливі аспекти цього поняття. Доречним вважаємо таке визначення: вертикальна інтеграція – це розширення діяльності і/або контролю фірми вздовж технологічно-розподільчо-збутового ланцюга або на попередній стадії (аж до виробництва сировини), або на наступні (аж до збуту продукції кінцевому споживачеві) з метою заміни ринкових трансакцій на інші форми контактів (внутрішні операції і процеси, довгострокові контракти тощо).

Ріст фірми по вертикалі, як показав аналіз наукових джерел, може відбуватися різними шляхами:

- 1) природна інтеграція;
- 2) злиття і повне поглинання;

ці два шляхи забезпечують повну вертикальну інтеграцію;
 3) застосування квазіінтеграційних стратегій.

Це приводить до утворення різних форм вертикальної інтеграції з різними її ступенями, які ми подали на рис. 1.

Ступінь вертикальної інтеграції	Повна вертикальна інтеграція	Природна інтеграція	Форма вертикальної інтеграції
		Злиття і поглинання	
	Квазіінтеграція	Довгострокові контракти	
		Спільні підприємства	
		Стратегічні альянси	
		Ліцензії на право використання технологій	
		Володіння активами на різних стадіях технологічного ланцюга, керівництво якими здійснюють зовнішні постачальники	
		Перехресне володіння акціями	
		Франчайзинг	

Рис. 1. Форми вертикальної інтеграції у розрізі її ступенів

Розглянемо їх детальніше.

Повний ступінь вертикальної інтеграції забезпечує природна інтеграція шляхом внутрішнього розвитку підприємства та злиття чи поглинання шляхом зовнішнього розвитку. Оскільки цей ступінь досягають різними шляхами, вважаємо, що недоречно їх об'єднувати в один вид „конічної” інтеграції, як це подає Д.Г. Лук'яненко [9].

1. Природна інтеграція [6; 14]. Як зауважує Л. М. Ганущак-Єфіменко, цей шлях передбачає розширення виробництва і реалізації товарів за рахунок внутрішніх джерел компанії. Цей процес приводить до появи нової стадії виробництва, тобто появи інших етапів виготовлення виробів, які раніше отримували з ринку. Така інтеграція об'єднує ключові технологічні стадії виробництва. Тут зберігається певною мірою колишня організація виробництва, колишній контроль над власністю і над поведінкою підрозділів, а також повільно розширюється сфера внутрішньо фірмових стосунків [6, с.166-167].

Слід зауважити, що така природна інтеграція шляхом внутрішнього розвитку характерна більше для малих і середніх підприємств, які послідовно виробляють нові ланки бізнесу із свого традиційного бізнесу, проходячи послідовно стадії створення власних виробничих потужностей, відповідних підрозділів, налагодження виробничої й інших супутніх видів діяльності. Ключові компетенції для нової ланки бізнесу наче проростають з уже наявних ключових компетенцій, що обумовлює тісний зв'язок нової ланки бізнесу з первинним бізнесом підприємства. Такий послідовний розвиток процесу інтеграції відрізняється певною повільністю і тому доречний для традиційних галузей в періоди їх плавного розвитку. Проте він істотно обмежує можливості розвитку підприємства на ринках і галузях, що швидко розвиваються.

2. Інтеграція шляхом злиття чи поглинання (тут йдеться за повне поглинання) [5; 9; 14]. Слід зазначити, що переваги цього шляху полягають у тому, що:

– підприємство, яке представляє інтерес, вже існує, діє, і відомі його базові характеристики. Це дозволяє швидше освоїти новий вид бізнесу в технологічно-збутовому ланцюзі, тим самим більш ефективно використовувати життєвий цикл продукту і галузі;

– при попередньому аналізі операції по поглинанню (чи злиттю) є можливість точніше і з меншими витратами оцінити новий для підприємства, яке розширюється, вид діяльності.

До ризиків вертикальної інтеграції шляхом поглинання (чи злиття) можна віднести: труднощі по поєднанню ключових компетенцій, організаційних структур і організаційних культур підприємств, що може утруднити отримання позитивного економічного ефекту від такої операції.

3. Що стосується квазіінтеграційних стратегій, то слід зазначити, що в сучасних умовах господарювання можна спостерігати різноманітні їх види:

1) стратегічні союзи (альянси) [2; 4; 5; 15]. Підприємство укладає стратегічний союз з іншим підприємством або групою підприємств, які мають у своєму розпорядженні ресурси або компетенції, здатні посилити його (підприємства, що шукає союзників) ресурси, компетенції і створювані на їх базі конкурентні переваги. Цей шлях є альтернативою поглинанню при вертикальній інтеграції підприємства. Стратегічний союз оформляють офіційним договором про співпрацю.

Форми стратегічних союзів можуть бути самими різними (договірними і статутними): картелі, асоціації, корпорації, синдикати, консорціуми, концерни, трести тощо. Крім цих є ще низка особливих форм об'єднань підприємств: холдинги, агропромислові об'єднання, промислово-фінансові групи.

Мета таких союзів полягає в мінімізації трансакційних витрат і посиленні конкурентної позиції підприємства. Велика самостійність підприємств у рамках певних стратегічних союзів ускладнює взаємодію між ними, особливо в довгостроковому плані.

2) довгострокові контракти [4; 5; 9; 13; 15]. Цю інтеграцію здійснюють шляхом укладання довгострокових договорів, які дають можливість формувати довгострокові зв'язки між фірмами [9]. Фірма-інтегратор заключає довгострокові контракти (наприклад, з виробниками-постачальниками чи первинними дилерами). Залежно від умов контракту (про ціни, обсяги тощо) постачальник у процесі такої інтеграції має можливість перекласти частину своїх ризиків на фірму, яка випускає кінцеву продукцію [13]. Зокрема, В. М. Шумейко зазначає, що ці контракти підтримуються взаємною довірою і турботою про репутацію підприємства, яка виникає в ситуаціях, коли обидва партнери отримують приблизно однакову квазіренду і менеджмент підприємства орієнтується на довгострокову перспективу [15];

3) спільні підприємства [4; 15]. Спільне підприємство „обмежує ризик інвестора одним окремо взятим проектом” [4]. Спільні підприємства виникають і утворюють вертикальний альянс, коли два незалежних підприємства створюють третє, яке знаходиться в їх власності і зайняте в частині виробничого ланцюжка, наприклад: спільне володіння джерелами сировини для обох материнських підприємств; спільне володіння дослідними центрами; спільне створення і використання виробничих площадок; створення єдиної системи логістики і дистрибуції; спільне використання субконтракторів [15];

4) ліцензії на право використання технологій [5; 9];

5) володіння активами на різних стадіях технологічного ланцюга, керівництво якими здійснюють зовнішні постачальники [5; 6];

6) перехресне володіння акціями [1; 14];

7) франчайзинг [4; 5]. Його використовують у стратегії інтеграції „вперед”. Йдеться про контроль підприємства над збутом через франшизну мережу.

На основі розробок А. З. Рисмятова, А. В. Скляр [12] запропоновано спектр і форми міжфірмових зв'язків у бізнесі від повної їх інтеграції в складі тресту чи комбінату до практично повної їх свободи і відсутності довгострокових зобов'язань та обмежень (рис. 2).

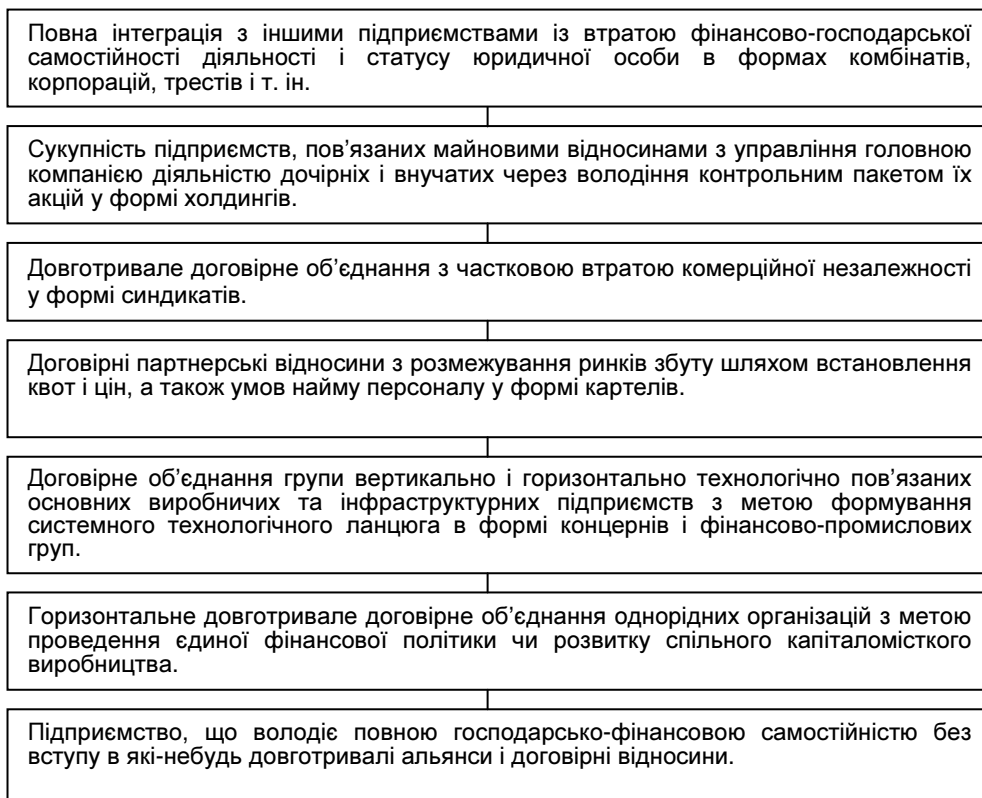


Рис. 2. Спектр і форми альянсів (міжфірмових зв'язків) у бізнесі

Оптимальний ступінь вертикальної інтеграції залежить від багатьох чинників зовнішнього середовища. Зокрема, С. П. Бараненко виділяє такі [2]:

1) фаза життєвого циклу продукту. На ранніх стадіях існування нового товару потреба в низхідній вертикальній інтеграції може зростати, оскільки на ринку може просто не знайтися постачальника сировини і матеріалів для цього товару;

2) якість ринкового середовища. У середовищі з високим рівнем невизначеності і ризику, породжуваного інформаційною непрозорістю ринку, слабкістю банківської, страхової та іншої інфраструктури, виникає сильний імпульс до вертикальної інтеграції;

3) тип конкуренції на ринку: досконала, монополістична, олігополістична або її повна відсутність (чиста монополія). Досконала конкуренція не спонукає підприємство до вертикальної інтеграції. На недосконала конкурентному ринку у підприємства виникає інтерес до вертикальної інтеграції, який стає тим сильнішим, чим більше відхиляється реальний ринок від моделі досконалої конкуренції, чим вищими стають ринкові витрати;

4) складність продукту, що виробляє підприємство, яке хочуть інтегрувати. Це гальмує інтеграцію, оскільки в ініціюючого таку інтеграцію підприємства може не вистачати компетенцій для ефективного управління комплексом, який у результаті такої інтеграції вийде, тобто ключові компетенції головного підприємства не гарантують досягнення позитивної синергії в такому об'єднанні;

5) специфічність продукції, яка тісно пов'язана зі специфічністю основних засобів, і/або специфічністю природної сировини, що використовується для її виробництва. Специфічність основних засобів утруднює або навіть не допускає їх переналагодження на випуск іншої продукції, специфічність продукції веде до обмеженості її ринку, що знижує можливість використання ефекту економії на масштабі. Останнє означає, що таке підприємство має явно обмежений масштаб і після його досягнення може розвиватися тільки за рахунок горизонтальної диверсифікації. Специфічність сировини спонукає підприємство до низхідної інтеграції для послаблення ринкової сили постачальника.

Вертикальна інтеграція є засобом підвищення ефективності підприємств за рахунок ефективнішого використання ресурсів, зміцнення стійкості.

Висновки з даного дослідження. Стратегія вертикальної інтеграції, яка диктує напрями можливого розвитку підприємства вздовж технологічно-розподільчо-збутового ланцюга, заслуговує особливої уваги. Така інтеграція підвищує ефективність виробництва за рахунок зниження трансакційних витрат, зменшення непрямого оподаткування проміжних продуктів виробництва тощо. Іноземні інвестори розглядають вертикально-інтегровані структури як надійного партнера, проекти якого можна впевнено фінансувати. Водночас такі структури здатні забезпечити інвестиціям належну віддачу.

Проведені дослідження дали змогу удосконалити теоретичний інструментарій управління процесами вертикальної інтеграції підприємств за рахунок систематизації різноманітних форми вертикальної інтеграції залежно від її ступеня, які зустрічаються в сучасній практиці господарювання. Повний ступінь вертикальної інтеграції підприємств забезпечується за таких її форм: природна інтеграція шляхом внутрішнього розвитку; злиття та повне поглинання. Квазіінтеграція – за форм: довгострокові контракти; спільні підприємства; стратегічні союзи; ліцензії на право використання технологій; володіння активами на різних стадіях технологічного ланцюга; керівництво якими здійснюють зовнішні постачальники; перехресне володіння акціями; франчайзинг.

Напрямки подальших досліджень: роль вертикальної інтеграції у забезпеченні стратегічної стійкості підприємства.

Література

1. Акімова І. Стимули вертикальної інтеграції / І. Акімова, О. Щербаков // Конкуренція. Вісник Антимонопольного комітету України. – 2002. – №1.
2. Бараненко С. П. Стратегическая устойчивость предприятия / С. П. Бараненко, В.В. Шеметов. – М. : Центр полиграф, 2004. – 493 с.
3. Жемчужников С. И. Особенности развития интегрированных структур в России / С. И. Жемчужников [Електронний ресурс] – Режим доступу: http://www.orelgjet.ru/81_gj.pdf
4. Інтеграційні стратегії [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://www.advanter.ua/articicles.php?articiclesid=17>
5. Ігнатюк А. Вертикально-інтегровані структури на галузевих ринках України / А. Ігнатюк // Вісник Київського національного університету імені Тараса Шевченка. Економіка. – 2009. – №5 (109). – С. 19-23.
6. Ганущак-Єфіменко Л. М. Інтеграція активів у процесі реалізації вертикальних інтеграційних процесів підприємств / Л. М. Ганущак-Єфіменко // Актуальні проблеми економіки. – 2011. – № 8. – С. 166-170.
7. Коуз Р. Г. Природа фірми // Природа фірми: Походження еволюція і розвиток : пер. з англ. / за ред. О. Е Вілямсона, С. Дж. Вінтера. – К. : А.С.К., 2002.
8. Куц Л. Л. До питання вертикальної інтеграції підприємств / Л. Л. Куц // Інноваційна економіка. – 2012. – № 4 [30] . – С. 265-269.
9. Лук'яненко Д. Г. Економічна інтеграція і глобальні проблеми сучасності / Д. Г. Лук'яненко. – К., 2005. – 204 с.
10. Портер М. Конкурентная стратегия: Методика анализа отраслей и конкурентов : пер. с англ. / М. Портер. – М. : Альпина Бизнес Букс, 2005. – 454 с.
11. Рой Л. В. Анализ отраслевых рынков : учебник / Л. В. Рой, В. П. Третьяк. – М. : ИНФРА-М, 2008. – 442 с.

12. Рысьмятов А. З. Предпринимательство и межфирменные связи в агробизнесе [Електронний ресурс] / А. З. Рысьмятов, А. В. Складар. – Режим доступу: <http://ej.kubagro.ru/2004/04/12/>
13. Серова Е. В. Аграрная экономика. Учебник для студентов экономических вузов / Е. В. Серова. – М. : ГУ ВШЭ, 1999. – 480 с.
14. Чорна Н. Ю. Виклики сучасного етапу формування вертикальних інтеграційних об'єднань / Н. Ю. Чорна [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://mev-hnu.at.ua/load/mizhnarodna_naukovo_praktichna_internet_konferencija/8_shljakhi_pidvishhennja_konkurent_ospromozhnosti_vitchiznjanih_pidpriemstv/9-1-0-94
15. Шумейко В. М. Формування вертикальних інтегрованих маркетингових систем переробних підприємств / В. М. Шумейко // Механізм регулювання економіки. – 2008. – №4 (1). – С. 95-104.

УДК 658.153

Лупак Р.Л.,
к.е.н., ст. викл. кафедри економіки підприємства
Піх І. В.,
магістр
Львівська комерційна академія

ЕКОНОМІЧНІ РЕГУЛЯТОРИ УПРАВЛІННЯ ОБОРОТНИМ КАПІТАЛОМ ПІДПРИЄМСТВА

Постановка проблеми. Економічні перетворення ринкових відносин передбачають системні зміни на рівні підприємства у напрямку ресурсного забезпечення власної діяльності. Крім того, підприємство потребує системних рішень управління оборотним капіталом, як основного елемента ресурсного потенціалу підприємства. Відповідно, управління оборотним капіталом необхідно розглядати як результат нагромадження її авансової вартості в елементах оборотних виробничих фондів і фондів обігу з метою досягнення достатнього рівня прибутковості підприємства.

Механізм управління оборотним капіталом, який ґрунтується на певних методах, являє собою систему елементів процесу розробки та реалізації управлінських рішень і є важливою частиною забезпечення ефективного використання ресурсних можливостей підприємства.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Концептуальні основи сутності механізму управління оборотним капіталом підприємства розглядалися у наукових працях вітчизняних і зарубіжних учених економістів, таких як: Л. Аврамчука, І. Балабанової, І. Бланка, Є. Брігхема, Дж. Ван Хорна, О. Василика, А. Гроппеллі, Л. Драгуна, А. Золотарьова, І. Зятковського, А. Карбовника, Я. Качмарика, А. Мазаракі, Л. Нікбахта, П. Орлова, А. Поддєрьогіна, Г. Поляка, Р. Сайфуліна, Р. Слав'юка, Є. Стоянової, О. Філімоненкова, Є. Хелферта, А. Шеремета, К. Шим Джея та інших. Однак у більшості наукових дослідженнях мало уваги приділено економічним регуляторам управління оборотним капіталом, що дозволяє розробити комплексну програму мінімізації витрат оборотного капіталу в процесі його використання. Усе це свідчить про актуальність теми, а відтак зумовило вибір напряму дослідження в науковому і в практичному аспектах.

Постановка завдання. Метою дослідження є узагальнення теоретичних, методологічних основ сутності і ролі управління оборотного капіталу в ринкових умовах господарювання. Передбачено визначення економічних регуляторів управління оборотним капіталом підприємства з метою обґрунтування фінансово-економічної програми оптимізації та контролю за ефективністю використання оборотного капіталу в цілому.

Виклад основного матеріалу дослідження. У ході ринкових перетворень змінилися основні принципи формування системи управління оборотним капіталом підприємства, направленої на розвиток його діяльності та забезпечення фінансової стійкості, платоспроможності та інвестиційної привабливості. Економічний аспект управління оборотним капіталом підприємства передбачає розгляд процесів його формування і використання, а також оцінку економічних наслідків реструктуризації в часі [1, с. 103].

Мета побудови ефективної системи управління оборотним капіталом – це досягнення балансу між прибутковістю та ризиковістю бізнесу, що відображає взаємозв'язок між доходами та видатками.

Відомо, що управління оборотним капіталом – це механізм, який включає декілька підсистем, а саме: управління на кожній стадії кругообігу (в процесі формування запасів та їх реалізації); управління складовими елементами оборотного капіталу (дебіторська заборгованість, грошові кошти)