

УДК 658:631.18

DOI: 10.31891/2307-5740-2019-274-5-95-98

ДУМАНСЬКА К. С.
Хмельницький національний університет

ОПТИМІЗАЦІЯ КОРПОРАТИВНОГО УПРАВЛІННЯ ДИВЕРСИФІКОВАНОЮ КОМПАНІЄЮ НА ОСНОВІ МАРКЕТИНГОВОГО ПІДХОДУ

В статті досліджено наукові підходи іноземних та вітчизняних авторів до вивчення проблематики управління диверсифікованою компанією. Парадигма сучасного маркетингу дозволяє розглядати корпоративне управління як інструмент формування оптимальної компанії, готової до гнучких змін продуктової політики, ціноутворення на товари, рекламної та промоутерської діяльності. Тому процес оптимізації розміру учасників компанії можна вважати одним з ключових аспектів ефективного корпоративного управління. Визначення основних факторів оптимізації розмірів диверсифікованої компанії вважаємо основою запропонованої автором методики. Запропоновано методику визначення оптимального розміру підприємств-учасників диверсифікованої компанії як аспект оптимізації корпоративного управління на основі маркетингового підходу.

Ключові слова: корпоративне управління, оптимальний розмір компанії.

DUMANSKA K.
Khmelnitskyi National University

OPTIMIZATION OF DIVERSIFIED COMPANY'S CORPORATE MANAGEMENT ON THE BASIS OF MARKETING APPROACH

Analytical studies of theoretical and methodological aspects of diversified company's corporate management influenced by marketing factors are examined in the article. Paradigm of modern marketing makes it possible to characterize corporate management as optimal company's instrument of formation, necessary for company's flexible changes, productive and pricing policy as well as advertising and promoting activities. Thus the process of optimization of the size of company's participants should be considered as one of the key aspects of effective corporate management. Problems of improvement of diversified company's corporate management in global market can be solved by means of the developed managerial mechanism. The process of investigation of main factors of diversified company's size optimization can be justified and estimated as the basic methodology proposed by the author. The method of optimal size of diversified company's determination provided by the author is considered as one of the aspects of corporate management on marketing approach basis. One of the advantages of the method of optimal size of diversified company's determination is an opportunity of solving corporate management optimization problems and creation of analytical tools for quantity measurement of the influence of managerial and marketing indications of companies. Environmental analysis of diversified companies is concentrated on problems of discovery and evaluation of managerial and marketing opportunities, threats, strong and weak sides of company's activity.

Key words: corporate management, optimal size of diversified company.

Постановка проблеми. Проблематика управління сучасною компанією пов'язана з набором функціональних аспектів, синергічна робота яких забезпечує ефективну діяльність компанії. Корпоративна політика передбачає забезпечення злагодженої роботи виробничих, кадрових, маркетингових, збутових, інноваційних та інших функціональних підрозділів всередині кожного з підприємств-учасників компанії та, водночас, всіх юридичних учасників всередині однієї компанії. В свою чергу, корпоративна стратегія забезпечує односпрямовану координацію основних функціональних напрямів діяльності компанії з метою досягнення зального корпоративного результату. Домінуючу роль у формуванні єдиної лінії корпоративного розвитку відіграє процес управління, основою якого автор вбачає консолідацію принципів утворення компанії та організації корпоративної діяльності.

Управління компанією тісно пов'язане з корпоративним маркетингом, особливо, якщо розглядати управління як процес створення ефективного ринкового продукту у вигляді конкурентоспроможної компанії, що забезпечує споживача якісними товарами або послугами. З точки зору сучасного маркетингу ефективне корпоративне управління можна розглядати як інструмент формування оптимальної компанії, готової до гнучких змін продуктової політики, ціноутворення на товари, рекламної та промоутерської діяльності. Відтак, визначення оптимального розміру підприємств-учасників компанії можна вважати одним з ключових факторів ефективного корпоративного управління на основі маркетингового підходу.

Аналіз останніх наукових досліджень. Аналіз сучасних наукових досліджень підтверджує актуальність проблематики оптимізації управлінських процесів в корпораціях.

Дослідження іноземних класиків корпоративного управління, таких як Акофф Р.Л., Ансофф Г.І., Портер М.Ю., Фатак А.В., – та їх колег: Екклес Р., Янну І., Серафейм Д., Лалонде К., Беамиш П., Лаптон Н., Огьер М., – в галузі аспектів корпоративного управління та його удосконалення забезпечують економічну науку та практику діяльності представників корпоративного бізнесу безцінним догматичним базисом і методологічним апаратом корпоративного управління. Класики корпоративного управління [1–5] розглядають даний процес в розрізі гносеології корпоративного управління від його зародження до періоду активного розвитку на прикладах сучасних їм компаній із наданням широкого спектру способів, методів,

методик і механізмів менеджменту компаній. Їх сучасні колеги Беамиш П., Лаптон Н. [6] акцентують увагу на переході сучасних компаній від внутрішньої концентрації конкурентних ресурсів до їх виходу за межі географічних кордонів країн та переорієнтації на глобальний міжнародний рівень конкурентних можливостей. Огієр М. [7] пропонує низку сучасних методик оцінки адаптивності компаній на ринку. Праці Екклес Р., Яннуу І., Серафейм Д. [8] пов'язані з вивченням впливу ефективності функціонування компанії на організаційні та маркетингові процеси, пов'язані з її іміджем. Лалонде К. [9] розглядає можливі аспекти боротьби компанії із зовнішніми кризовими явищами та превентивні методи зародження кризи всередині компанії.

Дослідження вітчизняних вчених (Гречко А.В., Гурової В.О., Козаченко Г.В., Круша П.В., Кавтиш О.П., Кудрицької Ж.К., Чихачьової Ю.С.) в напрямі аспектів корпоративного управління та оптимізації бізнес-процесів підприємств і компаній України свідчать про необхідність поглиблення у дослідженні даного напрямку менеджменту. Праці Гурової В.О., Кудрицької Ж.К. присвячені дослідженню аспектів оптимізації бізнес-процесів на підприємствах України у нормальних умовах та кризових ситуаціях. Зокрема Гурова В.О. [10] пропонує експрес-метод оптимізації бізнес-процесів на основі А,В,С-аналізу продуктових груп, спрямований на виявлення та усунення витратних продуктових сегментів компанії. Кудрицька Ж.К. розглядає технологію оптимізації управління бізнесом Workflow як «основу моделі організації бізнесу і корпоративних інформаційних систем ХНІ століття» [11]. Гречко А.В., Круш П.В., Кавтиш О.П., Чихачьова Ю.С. [12] досліджують методологію корпоративного управління в умовах трансформації економічних процесів в Україні на основі аналізу відомих іноземних управлінських моделей (англо-американська, японська, західноєвропейська), виявляючи можливості вітчизняних компаній у адаптації та застосування елементів подібних моделей у власному бізнесі. Професор Козаченко Г.В. в своїх працях розкриває природу кризових явищ в процесі управління і функціонування підприємств [13] у філософсько-психологічному напрямі та забезпечує вітчизняну економічну науку широким спектром методів управління сучасними промисловими підприємствами і компаніями [14].

Однак, зважаючи на різнобічні напрями дослідження корпоративних управлінських процесів у вітчизняних та іноземних компаніях від догматики управління до соціальної відповідальності корпоративного бізнесу, відчувається брак досліджень процесів оптимізації корпоративного управління зсередини, з точки зору сегментарного розгляду формування оптимального для ефективного ведення бізнесу розміру диверсифікованої компанії.

Мета та задачі – розробка методики визначення оптимального розміру підприємств-учасників диверсифікованої компанії як аспект оптимізації корпоративного управління на основі маркетингового підходу.

Постановка задач: визначення основних факторів оптимізації розмірів компанії як передумова оптимізації корпоративних процесів управління компанією.

Виклад основного матеріалу. Розширення корпоративного сектору в певних галузях економіки розвинених держав дає їм зростання ВВП та обсягів експортних продажів, а державам економічно слабшим розвиток корпоративного бізнесу дає можливість залучення інвестицій в економіку. Відмітимо, що процеси створення глобальних корпоративних систем є проявом консолідації економічних, трудових, енергетичних та інших ресурсів на рівні міжнародного економіко-політичного співробітництва, і, таким чином, формують основу світової системи спеціалізації та кооперування. В свою чергу, в основі корпоративного управління лежить консолідація бізнес-процесів та синергічне функціонування підприємств-учасників всередині компанії.

З огляду на масштаби діяльності компанії, незалежно від типу і напрямів функціонування, процес корпоративного управління ми пропонуємо розглядати на стратегічному рівні з урахуванням портфельних і корпоративних стратегій як елементів стратегування розвитку компанії.

З урахуванням консолідуючих принципів утворення компанії, під управлінням компанією ми розуміємо портфель стратегічних регуляторів розвитку на психологічному, ресурсно-аналітичному та продуктивно-виробничому рівнях, які діють в контексті економічного оточення компанії.

Одним з вагомих факторів стратегічного управління компанією, і водночас, основою оптимізації її діяльності, ми пропонуємо вважати процес визначення оптимального розміру підприємств-учасників, особливо тих, що підлягають спеціалізації або кооперуванню. Адже компанія як економічна структура є багатогранною системою внутрішніх зв'язків та взаєморозрахунків між її учасниками, розмір та обсяги діяльності яких формують її ринковий потенціал. Саме тому, встановлення оптимального розміру кожного з учасників компанії є запорукою її подальшого ефективного стратегічного розвитку у напрямі гармонійного розподілу власних ресурсів в контексті економічного оточення.

Фактори оптимізації розмірів компанії варто розглядати в контексті її економічної діяльності, що являє собою простір параметрів економічного оточення, в межах якого можна простежити та спрогнозувати динаміку змін умов діяльності компанії, динаміку зміни факторних та результативних ознак економічного оточення, які представлені у вигляді економічних показників, а також тривалість стратегічної адаптації компанії в заданих умовах. Однак можна виділити узагальнені фактори оптимізації розмірів компанії, які не залежать від особливостей галузі та напрямку її діяльності.

Серед основних факторів оптимізації розмірів диверсифікованої компанії можна виділити:

1. Територіальне розташування компанії, від якого залежить низка інших факторів: наявність споживача певної продукції, тяжіння території до певного профілю виробництва, наявна промислова інфраструктура тощо.

2. Комплексний підхід до територіального розміщення продуктивних сил: наявність галузей виробництва на відповідній території значною мірою обумовлює розмір і обсяг виробництва компанії.

3. Наявність трудових ресурсів на відповідній території: завдання полягає в тому, щоб максимально залучити до суспільно корисної праці людей та звести до мінімуму безробіття.

4. Наявність економічного потенціалу в тій чи іншій галузі, технічний рівень і перспективний розвиток якої дають можливість визначити доцільний (оптимальний) розмір компанії.

5. Споживчі потреби населення на товари і продукцію, рівень забезпеченості і прогнозні перспективи на певний вид товарів.

6. Матеріально-сировинна база для виробництва тієї чи іншої продукції, віддаленість її від виробничих потужностей компанії, форми і методи доставки основних і допоміжних матеріалів, їх якість та ціна.

7. Наявність засобів транспортної системи доставки сировини та матеріалів і реалізації готової продукції.

8. Забезпеченість компанії та її виробничих потужностей паливно-енергетичними ресурсами.

9. Наявність соціальної інфраструктури на території, куди розповсюджується вплив компанії.

Оптимізацію корпоративного управління на основі маркетингового підходу автор пропонує здійснювати згідно з запропонованою методикою визначення оптимального розміру підприємств-учасників диверсифікованої компанії, яка передбачає поетапне визначення основних показників консолідованої співучасті підприємств всередині компанії, що дає можливість визначити економічний ефект від функціонування певної кількості підприємств у складі компанії.

Процес розрахунку ефекту від солідарної участі n -ї кількості підприємств-учасників у діяльності компанії складається з наведених етапів:

1. Визначення загального річного економічного ефекту від консолідації.

1.1. Урахування фактору часу з коефіцієнтом приведення різночасових витрат (dt) до поточного моменту дослідження.

1.2. Визначення витрат та отримання результатів до початку року та впродовж розрахункового періоду.

2. Визначення терміну окупності капіталовкладень на здійснення консолідації.

3. Розрахунок коефіцієнту відносної експортної консолідації.

4. Розрахунок експортної квоти у виробництві компанії.

5. Визначення міри участі компанії в міжнародних процесах виробництва, яку характеризує індекс товарності.

6. Розрахунок індексу транснаціоналізації компанії для оцінки обсягів і ступеня її зарубіжної активності (згідно з UNCTAD).

7. Розрахунок індексу інтернаціоналізації компанії для оцінки обсягів і ступеня її зарубіжної активності (згідно UNCTAD).

8. Розрахунок індексу широти філіальної мережі (згідно з UNCTAD).

9. Визначення оптимального розміру компанії.

Сутність запропонованої методики визначення оптимального розміру підприємств-учасників диверсифікованої компанії полягає у послідовному розрахунку основних параметричних характеристик особливостей ведення бізнесу компанії в межах країни та за її межами. Зручність застосування методики полягає у можливості використовувати запропоновані формули як у системній послідовності, так і окремо, залежно від необхідності визначення того або іншого показника в контексті стратегічної аналізу ефективності діяльності підприємств-учасників або компаній-учасниць певного корпоративного об'єднання.

Висновки. Варто зазначити, що домінуючими напрямками формування контексту міжнародного економічного оточення компанії є процеси консолідації, які є рівнозначно важливими як для внутрішньодиверсифікованої (в межах однієї країни), так і для міжнародно-диверсифікованої (розташованої на територіях різних країн у вигляді відділень і філій) компанії. На основі процесів консолідації визначається і оптимальний розмір самої компанії та її учасників. Необхідно зауважити, що провідною умовою реалізації принципів консолідації в процесі управління компанією є наявність широкої мережі спеціалізованих та організаційно відокремлених виробництв (майданчиків надання послуг), в процесі об'єднання яких досягається певна економічна концентрація – концентрація ресурсів, необхідних для функціонування компанії в цілому та досягнення її мети. Розповсюдженою формою економічної концентрації є процеси злиття і поглинання, які, в свою чергу, являють собою способи утворення компанії.

Прояв таких різновидів процесів консолідації як спеціалізація та кооперування на міжнародному рівні спричиняє створення різноманітних форм транснаціоналізації компаній як процесу міжнародного об'єднання їх економічних потенціалів. Саме на кооперативних засадах створюються міжнародні альянсові мережі (МММ) і національні стратегічні альянси (НСА), а на засадах поєднання кооперування та

спеціалізації формуються транснаціональні стратегічні альянси (ТСА) та міжнародні стратегічні альянси (МСА). І ці факти підтверджують безпосередній вплив спеціалізації і кооперування, як різновидів консолідації, на зміну розмірів компанії та формування її оптимального розміру на певні періоди часу.

Література

1. Ackoff R.L. Re-Creating the Corporation. A Design of Organizations for the 21st Century / R.L. Ackoff. – New York : Oxford University Press, 1999. – 345 p.
2. Ansoff H.I. Business Strategy / H.I. Ansoff. – Harmondsworth : Penguin Books, 1969. – 544 p.
3. Ansoff H.I. Implanting Strategic Management / H.I. Ansoff, D. Kipley, A.O. Lewis, R. Helm-Stevens, R. Ansoff. – Springer International Publishing, 2018. – 592 p.
4. Porter M.E. Competitive Advantage: Creating and Sustaining Superior Performance / Porter M.E. – N.Y. : Free Press, 1985. – 420 p.
5. Phatak A.V. International Dimensions of Management / Phatak A.V. – Boston, Massachusetts : Kent Publishing Company, 1993. – 147 p.
6. Beamish P.W. Cooperative Strategies in International Business and Management: Reflections on the Past 50 Years and Future Directions / P.W. Beamish, N.C. Lupton // Journal of World Business. – 2016. – Issue 51(1). – P. 163–175. – URL : <http://dx.doi.org/10.1016/j.jwb.2015.08.013>
7. Augier M. Behavioral Theory of the Firm: Hopes for the Past; Lessons from the Future / M. Augier // Management. – 2013. – Vol. 16(5). – P. 636–652. – URL : <http://doi.org/10.3917/mana.165.0636>
8. Eccles R. The Impact of Corporate Sustainability on Organization Processes and Performance / R. Eccles, I. Ioannou, G. Serafeim // Management Science. – 2014. – Vol. 60. – P. 2835–2857.
9. Lalonde C. Crisis Management and Organization Development: Towards the Conception of a Learning Model in Crisis Management / C. Lalonde // Organization Development Journal. – 2007. – Vol. 25(1). – P. 17–26. – URL : <http://www.researchgate.net/publication/253281293>
10. Hurova V.O. Optymizatsiia biznes-protsesiv v umovah kryzy. / V.O. Hurova, A.I. Sadykova // Ukrainskyi zhurnal prykladnoi ekonomiky, 2016. – T.1. – №1. – С. 75-82.
11. Kudrytska Zh. K. Osoblyvosti optymizatsiia biznes-protsesiv na pidpriemstvakh Ukrainy. / Zh. K. Kudrytska, B.A. Demchenko // Ekonomika ta upravlinnia pidpriemstvamy, 2017. – Vyp. 23. – С. 71-74.
12. Krush P.V. Formuvannia ta rozvytok modeli korporatyvnoho upravlinnia v transformatsiini ekonomitsi. / P.V. Krush, O.P. Kavtysh, A.V. Hrechko, Yu.S. Chykhachova / Zah. red. Krusha P.V.: [navchalny posibnyk]. K.: TsUL, 2007. – 264 s.
13. Kozachenko H.V. Tekhnologii upravlinnia suchasnym promyslovym pidpriemstvom: [monohrafiia]. / Zah. red. H.V. Kozachenko. – Luhansk: Promdruk, 2013. – 390 с.
14. Kozachenko H.V. Pryroda kryzy v diialnosti pidpriemstva / H.V. Kozachenko, H.O. Nadon // Problemy ekonomiky. – 2017. – №3(24), С. 175-181.

Рецензія / Peer review: 09.09.2019

Надрукована / Printed: 06.11.2019