

УДК 33

DOI: 10.34670/AR.2023.59.59.061

Теоретические аспекты формирования системы создания стоимости

Великородная Екатерина Андреевна

Аспирант,
Российский университет дружбы народов,
117198, Российская Федерация, Москва, ул. Миклухо-Маклая, 10;
e-mail: 1042210378@rudn.ru

Аннотация

Последние несколько лет развития российской экономической системы сопряжены с внедрением современной концепции менеджмента – теории управления стоимостью, опирающейся на цепочки стоимости. Фундаментальной основой ее понимания выступает аспект, что для собственника компании первоочередность приобретает максимизация его дохода за счет эффекта от эксплуатации принадлежащих ему объектов. Мерилом роста благосостояния собственника выступает не объем введенных мощностей, количество занятого в производстве персонала либо оборот компании, а его рыночная стоимость. Целью статьи является рассмотрение сущностных основ теории формирования системы создания стоимости компании, а также анализ эволюционного развития понятийного аппарата концепции управления стоимостью, начиная от термина «товарная цепочка» и заканчивая понятием «система создания стоимости». Цепочка создания стоимости – это комплекс операций компании, сопряженных с формированием стоимости в процессе производства и потребления продукции – начиная от момента проработки идеи до реализации послепродажного сервисного обслуживания. Наиболее целесообразным выступает использование понятия цепочки создания ценности (value chain) в более широком смысле, чем предложенное М. Портером в 1985 году. Под системой создания стоимости мы будем понимать структуру взаимодействия разных участников рынка, которые создают ценность, необходимую для удовлетворения конечного спроса. При этом компании могут встраиваться в систему (цепочку) создания стоимости различными способами.

Для цитирования в научных исследованиях

Великородная Е.А. Теоретические аспекты формирования системы создания стоимости // Экономика: вчера, сегодня, завтра. 2023. Том 13. № 3А. С. 762-775. DOI: 10.34670/AR.2023.59.59.061

Ключевые слова

Система создания стоимости, цепочка создания стоимости, глобальная цепочка создания стоимости, товарная цепочка, стоимость.

Введение

Существование феномена цепочек, способствующих генерации стоимости, побуждало к повышенному интересу со стороны научного сообщества – это справедливо также для самого термина «цепочка стоимости», многократно трансформированного в исторической ретроспективе. Первое упоминание понятия товарной цепочки (в английском варианте – commodity chain) сопряжено с 1977 г. и осуществлено в составе публикации Тэренса Хопкинса и Эммануэля Валлерстайна, исследовавших значение государственных институтов в организации систем производства глобального масштаба (в качестве примера исследователи ссылались на разработанную государством тарифную политику и свод внутренних правил, регулирующих трансграничную перевозку продукции [Sturgeon, 2008]). Понятие цепочки данные исследователи трактуют следующим образом: «возьмем конечный продукт потребления и пойдем в обратном направлении, чтобы просмотреть, через сколько определенных процессов прошел данный товар перед тем, как предстать в конечном виде, все это множество процессов и есть товарная цепочка».

Основная часть

В 1980-х годах фокус внимания ученых сместился в сторону «мир-системного» анализа, тем не менее интерес к концепции товарной цепочки не угас и получил новый импульс к своему изучению и развитию.

Отправной точкой эволюции концепции товарных цепочек считается капитализм, связанный с тотальной товаризацией обменных, производственных, распределительных, инвестиционных процессов [Валлерстайн, 2008]. Справедливости ради следует отметить, что, рассматривая понятие рынка, Валлерстайн трактовал его не только в качестве территории, где осуществляется пересечение первоначального производителя и конечного потребителя (что справедливо для незначительного объема сделок от всей их совокупной величины) – его трактовка была значительно шире и применялась к большинству обменных операций, осуществляемых двумя производителями, занимающими промежуточную позицию в составе товарной цепи, где покупатель заинтересован в обеспечении производственного процесса своей компании требуемым ассортиментом и объемом материально-производственных запасов, а продавец осуществляет сбыт «полуфабриката». Описанное взаимодействие выступает иллюстрацией существующей борьбы за ценовую позицию, определяемой:

- либо противостоянием факторов спроса и предложения;
- либо наличием ограничений монопольных;
- либо наличием интеграции вертикального типа, реализуемой в рамках одной компании [там же].

Следующий период развития теории цепочки стоимости ознаменован выходом в свет в 1985 г. исследования Майкла Портера «Конкурентное преимущество: создание и поддержка высокой производительности» [Портер, 2005], в котором Портером впервые был озвучен термин «цепочка создания стоимости» (value-added chain). Исследование М. Портера продолжило теорию консультантов компании McKinsey Фредерика Глюка [Feenstra, 1998, 82-87] и Роберто Буэрона [Jones, Kierzkowski, 2004, 42-51], использовавших подход к рассмотрению предприятия в качестве последовательно реализуемого функционала. М. Портер усложнил представление о цепочке формирования стоимости производимого фирмой товара (смотри рисунок 1).

ИНФРАСТРУКТУРА ОРГАНИЗАЦИИ			ЧЕЛОВЕЧЕСКИЕ РЕСУРСЫ		МАРЖА
ВХОДЯЩАЯ ЛОГИСТИКА	ОПЕРАЦИИ →	ИСХОДЯЩАЯ ЛОГИСТИКА →	МАРКЕТИНГ И ПРОДАЖА →	СЕРВИС →	
ТЕХНОЛОГИЯ		ЗАКУПКИ			

Рисунок 1 - Цепочка создания стоимости (согласно М. Портеру) [Портер, 2005]

В теории Портера цепочка создания стоимости преимущественным образом трактовалась в качестве средства, позволяющего проанализировать имеющиеся у компании способы достижения конкурентного преимущества в той или иной сфере деятельности с их последующим удержанием на перспективу [Sturgeon, 2008].

Чтобы выявить присущие компании конкурентные преимущества, по его мнению, необходимо экспертно проанализировать весь спектр осуществляемых ею видов деятельности, выявив в процессе исследования сопряженные с ними издержки. Победу в конкурентной борьбе может одержать предприятие, функционирующее эффективно и с наименьшим объемом затрат, в связи с тем, что начало последней четверти XX в. трансформировало мировую экономическую систему, реализовав значительный рост технологий информационного, коммуникационного и транспортного характера, а также либерализовав международную торговлю.

Всю совокупность видов деятельности, реализуемых компанией, М. Портер подразделил на операции основного и вспомогательного характера (рисунок 2).

В состав основных видов деятельности включается обеспечение производственного процесса всем комплексом требуемого сырья и расходных материалов, осуществление процесса их переработки и доставка готовой продукции конечному потребителю.

Вспомогательные виды деятельности	Функционирование инфраструктуры компании					МАРЖА
	Управление человеческими ресурсами					
	Разработка технологий					
	Снабжение					
Основные виды деятельности	Логистика на входе	Операции	Логистика на выходе	Маркетинг и продажи	Предоставление услуг / обслуживание	

Рисунок 2 - Виды деятельности, реализуемые компанией

В состав видов деятельности основного назначения могут быть включены:

-входящая логистика: набор действий, сопряженных с обеспечением производственного процесса требуемым сырьем, обеспечение процессов, связанных с его хранением и распределением;

-операционная деятельность: набор действий по трансформации товарно-материальных ценностей в готовую продукцию, пригодную для потребления и реализации;

-исходящая логистика: набор действия, направленных на производство готовой продукции, обеспечение процесса ее хранения и сбыта;

-маркетинг и реализация: набор действий, направленных на обеспечение конечного пользователя информацией, связанной с готовностью продукции компании, присущими ей конкурентными преимуществами, а также побуждающих конечного потребителя к ее приобретению.

-обслуживающая деятельность: набор действий, связанных с поддержанием продукции в функциональном состоянии, а также с послепродажным обслуживанием.

Виды деятельности сервисного (вспомогательного) характера сопряжены с вовлечением сотрудников компании и обучением относительно использования рабочих инструментов в процессах операционного плана для последующего предоставления клиентам услуг, связанных с сервисным обслуживанием. Видами деятельности вспомогательного характера является набор действий, имеющих прикладной характер по отношению к основному функционалу, включающий в себя:

-поддержание функционирования инфраструктурной составляющей компании – представляет собой комплекс действий, сопряженных с удовлетворением текущих потребностей компании общего характера, реализуемых в офисе (например, бухгалтерские, финансовые, юридические услуги, общее управление).

-управление человеческим капиталом: набор действия, связанных с процессами отбора персонала, его найма, дополнительной профессиональной подготовки, развития, а также с начислением вознаграждения и (в случае необходимости) использования мер дисциплинарного воздействия, вплоть до увольнения.

-использование программного обеспечения и реализация процессов, необходимых для функционирования видов деятельности основного назначения.

-осуществление деятельности по снабжению, включая набор действий, требующихся в процессе приобретения сырья и материалов для основного производства.

По мнению М. Портера виды деятельности технологического и закупочного характера целесообразно относить к разряду вспомогательных, однако в рамках практической деятельности обоснованно их относить как к основным, так и к вспомогательным видам.

Таким образом, с одной стороны, концепция цепочки создания стоимости представляет собой подход, позволяющий сформировать и впоследствии управлять издержками, обладающий комплексным характером и целостностью, направленный на учет затратнообразующих механизмов деятельности предприятия, начиная от поиска источников сырья и заканчивая готовой продукцией, направляемой на удовлетворение потребностей конечного потребителя. Но, с другой стороны, подразделение деятельности предприятия на обладающие стратегической значимостью элементы и процессные составляющие позволяет выявить элементы расходов, присущие каждому звену. Деление затрат и активов предприятия кратно звеньям цепочки ценности способствует оценке каждого из них в количественном формате, в связи с тем, что если присутствует взаимосвязь звеньев цепочки, то это влечет за собой взаимосвязь затрат [Волгина, 2008].

Данная концепция представляется инструментарием, позволяющим производить экспертную оценку процесса формирования стоимости продукции в рамках отдельно взятой отрасли и вырабатывать комплекс мер, способствующих росту конкурентных преимуществ компании, имеющих двоякое трактование (с позиции создания добавленной стоимости и с позиции перераспределения в среде участников, вовлеченных в создание конечной продукции

отрасли). Звено, осуществляющее процесс управления в рамках цепочки создания стоимости, пропорционально распределяет добавленную стоимость в среде ее участников. Вопросы перераспределения стоимости в среде субъектов, составляющих цепочку, исследовал Г. Джереффи в рамках своих работ, приводя обоснования дифференциации цепочек двух видов [Feenstra, 1998]: цепочек, управление в рамках которых осуществляет покупатель, и цепочек, управление в рамках которых осуществляет производитель.

Процесс снабжения в ряде видов деятельности зачастую не воспринимается в качестве деятельности основного характера, поскольку сопряжен с обеспечением сырьем и комплектующими. С полномасштабным развитием аутсорсинговых и офшоринговых технологий, начавшимся в 1990-е гг., позиция относительно данного вопроса трансформировалась – виды деятельности, сопряженные с закупками, могут превратиться в важнейшую составляющую операций и исходящей логистики и послепродажного обслуживания. Результатом явилось увеличение числа научных публикаций в 1990-е гг., содержащих исследования цепочек генерации стоимости как на уровне отдельно взятых транснациональных компаний, так и на примере комплексных процессов, протекающих в составе международных торговых операций. В 1994 году Гэри Джереффи (Gary Gereffi) и Мигель Корженевич (Miguel Korzeniewicz) опубликовали труд под названием «Товарные цепочки и глобальный капитализм» (Commodity chain and global capitalism) [Gereffi, Korzeniewicz, Korzeniewicz, 1994], являющийся сборником статей, посвященных исторической парадигме становления цепей создания стоимости, пониманию их сущности и принципов построения, а также географической рассредоточенности и характеристике конечного потребителя товаров систем производства.

Конец XX века сопряжен с глубинной трансформацией мировой экономической системы и системы отношений, объединяющих ряд процессов воедино. Для объяснения сущности указанных трансформаций, включая сферу производства и потребления, ученые прибегли к использованию термина «глобальная товарная цепочка» (global commodity chain). Таким образом, если товарная цепочка в соответствии с концепцией Валлерстайна трактуется как трудовая и производственная сеть организационного характера, конечным результатом которой выступает продукция, то в соответствии с концепцией глобальной товарной цепочки присутствует набор сетей межорганизационного характера, группировка которых осуществляется вокруг одного вида продукции, соединяя воедино домохозяйства, компании и государственные институты в пределах мировой экономики [там же].

По прошествии определенного временного периода ученые отказались от термина «глобальные товарные цепочки», заменив его на «глобальные цепочки стоимости (ценности)» в связи с тем, что товарные цепочки обладают «узостью», не позволяя охватить весь масштаб деятельности предприятия. Элементом глобальных цепочек создания стоимости выступает также система международного производства в глобальном масштабе.

Изучая товарные цепочки с позиции расширенного разделения общественного трудового потенциала, нельзя упустить из виду географический аспект. С точки зрения Валлерстайна, исторический капитализм фокусировал передвижение товарных цепей из области периферии к центру, с исторической точки зрения являвшегося местом перемещения продукции и аккумуляции капитальных ресурсов, способствующих усилению механизации производственных процессов, и, как следствие, созданию конкурентного преимущества в процессе производства существующих и новых видов продукции. Посредством данного инструментария государства центра аккумулировали силу, политически влияя на зону

периферии, побуждая находящиеся там государства к специализации на простейших звеньях цепи, обладающих низшим уровнем в иерархической составляющей и сопряженных с рабочей силой, характеризуемой низким уровнем заработной платы, что приводило к снижению уровня развития зон, относящихся к периферии [Волгина, 2008].

Экономист Роберт Финстр (Robert C. Feenstra) высказывал мнение, что рост торговли в мировом масштабе способствовал дезинтеграции производственных процессов с позиции географии [Feenstra, 1998], выступающей в качестве фрагментации производственного процесса в международном масштабе. Фрагментация – это специализация в международном формате в рамках отдельно взятой сферы и разделения процесса производства; ключевой характеристикой фрагментации в международном формате выступает иностранных производителей, характеризующихся дешевизной, в процесс создания добавленной стоимости, то есть производство разделяется в рамках цепочки создания стоимости. Итогом фрагментации производственного процесса является торговля продукцией промежуточной стадии производства. Таким образом, наблюдается противоречие имеющейся теории концепции, разработанной Давидом Рикардо о наличии сравнительных преимуществ, позволяющих отдать преимущественное положение государственному органу в сфере создания конечной продукции.

В трудах ученых-экономистов присутствует разнообразная трактовка назначения процесса фрагментации. Так, с позиции Джонса и Кьержковски (Jones и Kierzkowski) выгода фрагментации заключается в том, что она способствует росту прибыли от реализации [Jones, Kierzkowski, 2004], с позиции Пола Кругмана она выступает фактором сокращения уровня заработной платы рабочих индустриальных страна, обладающих низким уровнем квалификации [Krugman, 1991], что впоследствии доказали Финстра и Хэнсон [Kohler, 2003]. Процесс фрагментации часто может быть реализован в формате аутсорсинга либо офшоринга. Согласно исследованиям ряда ученых, применение технологии первого типа будет способствовать сокращению затрат, росту уровня доходности, внедрению модернизационных процессов [Cattaneo, Gereffi, Staritz, 2010].

Проведение первых по хронологическому признаку научных исследований в Российской Федерации, посвященных вопросам разработки цепочек создания стоимости, ознаменовано началом 2000-х гг. Тот факт, что интерес к цепочкам стоимости возник в стране с опозданием, обусловлен функционированием командно-административной экономической системы СССР, приводящим к недостатку комплексно функционирующих внешнеторговых связей страны с иными мировыми странами. В 1990-х годах Российская Федерация на мировом торговом рынке характеризовалась как страна, обладающая низким уровнем конкурентоспособности, слабо вовлеченная в глобальные цепочки создания стоимости. К числу первопроходцев научной сферы по данной тематике относятся С.Б. Авдашева, И.А. Буданова, В.В. Голикова и А.А. Яковлева, опубликовавшие научную статью на тему: «Модернизация российских предприятий в цепочках создания стоимости (на примере трубной и мебельной промышленности России)» [Авдашева и др., 2005]; впоследствии данная публикация явилась основой для статьи Т.В. Андреевой и Ж.А. Ермаковой «Формирование цепочек создания стоимости продукта в пищевой промышленности» [Андреева, Ермакова, 2011] и монографии Н.А. Волгиной на тему «Международное производство: особенности, тенденции, перспективы» [Волгина, 2008].

2013 год обусловлен ростом интереса к данной тематике со стороны экономистов-практиков и ученых-исследователей Российской Федерации в связи с тем, что международные компании выказали заинтересованность в формировании глобальных цепочек стоимости, а страны,

обладающие развивающимся потенциалом, расширили свою вовлеченность в проект. Ряд работ было опубликовано научными сотрудниками университета «Высшая Школа Экономики» – например, в 2014 г. были опубликованы статьи, во-первых, В.Н. Зуева, Е.А. Островской, М.С. Дунаевой «Включение национальных экономик в глобальные цепочки стоимости: изменение парадигмы организации внешнеэкономических связей» [Зуев, Островская, Дунаева, 2014] и, во-вторых, А.Н. Пономаренко, К.Ю. Мурадова «Новая статистика движения добавленной стоимости в международной торговле» [Пономаренко, Мурадов, 2014].

В.Н. Зуев, Е.А. Островская, М.С. Дунаева в качестве цепочек создания стоимости рассматривали «полный цикл всех видов деятельности, которые ведут компании внутри страны и за ее пределами, с целью производства и поставки товара на рынок для конечного потребления. Они могут быть выполнены одной и той же компанией или распределены между несколькими фирмами» [Зуев, Островская, Дунаева, 2014].

Расширение масштабов производственных цепочек за пределами одной страны привело к тому, что в XXI веке они привели глобальный формат, трансформировав наименование в сторону глобальных цепочек создания стоимости (ГЦСС). Существенное воздействие на цепочки формирования стоимости в 1990-е и 2000-е было оказано со стороны развивающихся технологий информационного и коммуникационного характера (ИКТ), способствующих существенным трансформациям в процессе производства вещей. Предприятия, связанные с производственными этапами, дезагрегировали их, осуществив разделение кратно составным этапам и передавая ряд из них на аутсорсинг. Сокращение величины издержек на связь и внедрение новых форматов программного обеспечения и платформ цифрового плана способствовало тому, что предприятия получили заказы от широкого перечня лиц, наладили координацию сложноорганизованных процессов и получили возможность проследить цепь поставки, осуществимую из любой точки мира в режиме реального времени.

В 1999 году был выпущен научный труд Синции Паролини, профессора университета Боккони, под названием «Стоимостная сеть: инструмент конкурентной стратегии», предоставляющий обоснование сетевой модели создания стоимости. Возможность трансформации цепной модели стоимости в сетевой формат С. Паролини связал с важностью изыскания обновленного инструментария, позволяющего производить стратегический анализ. «Развитие инструментов стратегического анализа в условиях изменений, происходящих в окружающем мире, может быть обеспечено только тогда, когда будут определены такие объекты анализа, которые более точно характеризуют новую реальность. Первым шагом в этом направлении является расширение нашего поля зрения с узкого, ограниченного рамками отдельного предприятия, до широкого представления системы формирования стоимости» [Krugman, 1991]. Идея системного подхода к анализу процесса формирования стоимости высказывалась и до С. Паролини. В 1985 году М. Портер (смотри рисунок 3) писал, что «стоимостная цепочка фирмы включается в более крупный поток видов деятельности, который я называю стоимостной системой ... Поставщики имеют свои стоимостные цепочки (входящие потоки стоимости), которыми создаются и доставляются производителю приобретаемые им товары и услуги, используемые в его стоимостной цепочке. Пройдя стоимостную цепочку производителя, товары и услуги далее попадают в стоимостные цепочки покупателя» [Gereffi, Korzeniewicz, Korzeniewicz, 1994, 34].

В 1993 году Р. Норман и Р. Рамirez трансформировали подход к процессу аккумуляции стоимости товара, рассматривая его в качестве процесс создания принципиально новой сущности. Они писали: «Примечательно, что успешные компании не просто добавляют

стоимость, они изобретают ее заново. Их фокус стратегического анализа нацелен не на компании и даже не на отрасли, а на саму систему формирования стоимости, в рамках которой различные экономические субъекты – поставщики, партнеры по бизнесу, союзники, потребители – работают вместе над созданием стоимости» [Kohler, 2003].

Отличием стоимостной цепочки от сетевой модели стоимости является участие экономических субъектов в качестве ее функциональных звеньев (в сетевой модели стоимости узловыми элементами выступают виды деятельности, генерирующие ее).

Бизнес-цепочки являются операционно-технологическими структурами устойчивого типа, их функционирование осуществляется согласно схемам группового управления (как правило, они справедливы для концернов, синдикатов, холдинговых структур и финансово-промышленных групп). Бизнес-сети – это структурные элементы функционально-производственного типа, образование которых осуществляется независимыми в юридическом плане и структурно партнерами. Участники бизнес-сетей не вовлечены в иные отношения, за исключением договорных. Деятельность структур подобного типа тесно связана также с качественными характеристиками результата от исполнения определенного функционала, а не только с самим достигнутым результатом. Как только качественные характеристики выполнения определенного функционала сокращаются, вся система бизнес-отношений движется и самоорганизуется на достижение требуемой качественной характеристики. Для бизнес-сетей наиболее характерными являются такие форматы управления, как программно-целевой и проектный.

Реализация конкурентного преимущества максимально возможного типа побуждает к рассмотрению цепочки стоимости (ценности) в качестве системы, а не в качестве набора отдельных составляющих. Составляющие системы конкретно-ситуационного конкурентного преимущества первичного типа заключены в составе каждой операции цепочки стоимости конкретного продукта конкретного рынка. В этой связи к числу ключевых задач ситуационного стратегического анализа относится поиск всех первичных элементов соответствующего типа, позволяющих осмысленным образом выстроить систему создания и (или) усиления каждого конкретного конкурентного преимущества данной компании. Стоимостная цепочка предприятия, функционирующего в условиях конкурентной борьбы, является составным элементом более крупной системы деятельности – системы стоимости (ценности), изображенной на схеме (рисунок 4).

На рынке современного типа достижение реального конкурентного преимущества зависит от того, в какой степени грамотно и эффективно с практической точки зрения компания может построить всю систему стоимости (ценности), являющуюся составным элементом конкретной общей стратегии. Цель компании – создание и удержание максимума компонентов конкурентного преимущества по звеньям цепочки и по элементам системы стоимости (ценности).

Компании-лидеры, которым на протяжении многих лет удастся сохранять высокую конкурентоспособность, умели в прошлом и постоянно стремятся на будущее обеспечить себе как можно больше преимуществ во всех звеньях цепочки стоимости (ценности), а также во всех элементах системы стоимости (ценности).

При этом, как показывает практика, в качестве основы эффективных стратегических решений по оптимизации как цепочек стоимости (ценности), так и систем стоимости (ценности), выступают данные соответствующего ситуационного стратегического анализа.

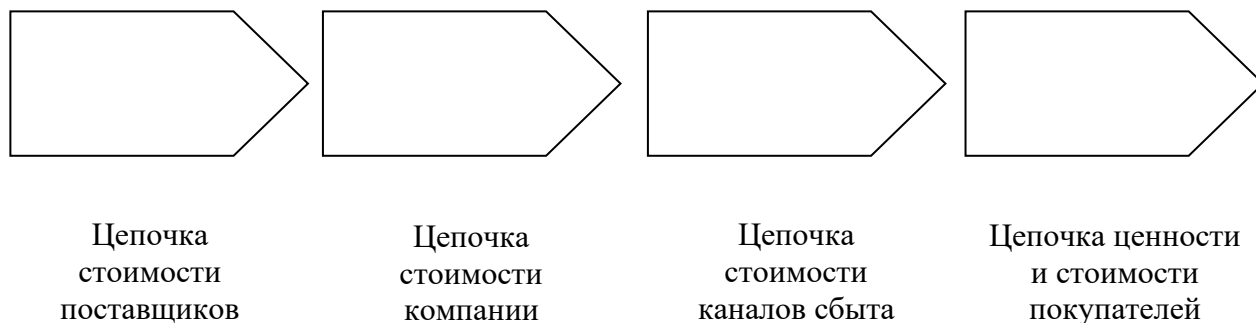


Рисунок 4 - Система создания стоимости

Эволюция понятийного аппарата концепции управления стоимостью от термина «товарная цепочка» до термина «система создания стоимости» представлена в таблице 1.

Данная таблица может быть дополнена. Так, по мере усложнения отношений контрагентов возникла потребность в расширении понятия глобальной цепочки создания стоимости и Н. Коу предложил термин «глобальные производственные сети», отличимые от глобальной цепочки создания стоимости своим нелинейным характером, а также несколько иным составом участников – например, государства, международных организаций. Впоследствии данные термины стали синонимами.

Таблица 1 - Эволюция понятийного аппарата концепции управления стоимостью

Термин	Особенности понятия	Автор подхода	Основные труды автора либо ключевые идеи
Товарная цепочка	В экономической литературе также встречается термин «продуктовая цепочка»	Г. Хопкинс, И. Валлерстайн [Hopkins, Wallerstein, 1977; Кукушкина, 2016]	Продуктовая цепочка представляет собой взаимосвязанный процесс, ведущий к созданию добавленной стоимости товара на каждой из стадий процесса его производства
		Доктор Жан-Поль Родриг [Rodrigue, 2013]	Товарная цепочка представляет собой процесс, реализуемый предприятием для аккумуляции средств, трансформации их в товарный формат для последующего распределения в потребительской среде. Товарные цепочки могут обладать уникальными чертами в зависимости от типа выпускаемой продукции либо рынка. На различных этапах функционирования товарной цепочки в ее состав могут быть вовлечены различные экономические сектора либо сегменты, обслуживание которых находится в зоне ответственности предприятия
		Ли, Джунку [Ли, 2017]	«Глобальные товарные цепочки и глобальные цепочки создания стоимости» Товарная цепочка отражает тот факт, что посредством каждого звена расширенной цепочки производства и потребления взаи-

Термин	Особенности понятия	Автор подхода	Основные труды автора либо ключевые идеи
			мосвязаны товаропроизводители и собственники ресурсов, оптовые и розничные продавцы и грузоотправители
Глобальная товарная цепочка	Глобальная товарная цепочка состоит из наборов межорганизационных сетей, сгруппированных вокруг одного товара или продукта, связывающая домашние хозяйства, предприятия и государства друг с другом в пределах мировой экономики [Porter, 1985] Но товарные цепочки не охватывают в полной мере все сферы деятельности компании	Герреффи и Корженевич [Gereffi, Korzeniewicz, 1994; Содействие созданию..., 2015]	Является основой для концепции цепочки создания стоимости. Представляет собой сочетание элементов ранее созданных концепций и понятие, сопряженное с управлением цепочкой (способ координации деятельность различных компаний на всем ее протяжении для достижения большего уровня конкурентоспособности и максимизации стоимости). Координация подобного рода определяется глобальными покупателями, относящимися к крупному бизнесу. Согласно концепции побуждающими факторами развития ПСЦ выступают характеристики конечного рынка потребителя и процесс глобализации.
Цепочка создания стоимости	Полный цикл всех видов деятельности, которые ведут компании внутри страны и за ее пределами, с целью производства и поставки товара на рынок для конечного потребления	Т. Хопкинс, И. Валлерстайн [Hopkins, Wallerstein, 1977; Гудкова, 2020]	Концепция цепочки создания стоимости охватывает процессы, способствующие созданию добавленной стоимости продукции на каждой из стадий производственного процесса
		М. Портер [Porter, 1985]	В 80-х гг. 20 века концепция, предложенная Т. Хопкинсом и И. Валлерстайном была расширена – так , вся совокупность процессов, протекающих внутри цепочки, была подразделена на процессы основного плана (материально-техническое обеспечение, производственный процесс, маркетинговая деятельность), увеличивающих стоимость конечной продукции, и процессы вспомогательного плана (проведение исследований и разработок, управление человеческим капиталом), обслуживающие основные
		Эксперты ОЭСР [OECD. Interconnected Economies..., 2013; Малыгин, 2015]	Стоимостная цепочка – это комплекс видов деятельности, осуществимых в рамках экономики компаниями и их трудовым коллективом на всех стадиях жизненного цикла продукции, начиная от идеи продукта и заканчивая конечным потреблением и постпродажным обслуживанием
		Джон Свиокла и Джеффри Рэйпорт	Расширили концепцию в условиях информационной среды, добавив в ее состав информационную инфраструктуру
Глобальная цепочка	Глобальные цепочки создания стоимости включают в себя	Г. Дерреффи [Gereffi, 1994; Гудкова, 2020; Малыгин, 2015]	Концепция Г. Джереффи занимает промежуточное положение между понятиями

Термин	Особенности понятия	Автор подхода	Основные труды автора либо ключевые идеи
почка создания стоимости	международное производство, т.е. глобальную производственную систему.		«цепочка создания стоимости» и «глобальная цепочка создания стоимости». В процессе реализации рамках цепочки осуществляется функционал следующего типа: проведение исследований и разработок, предложение дизайнерских решений для продукции, производственный процесс, маркетинговая деятельность, сбыт и последующее сервисное обслуживание. Г. Джереффи обосновал различие между цепочками, управляемым со стороны производителя и со стороны потребителя, и подчеркнул возможность участия в производственном процессе ряда стран
		Хуммельс, Ишии [Йи, 2003], Йи, Кей-Му [Хуммельс и др., 2001]	Первая попытка формализации данной концепции в экономической системе. Глобальная цепочка создания стоимости в качестве иностранного компонента ресурсов импортируемого характера, применяемых в процессе выпуска продукции, частично продукция отправляется на экспорт
		Р. Болдуин, Р. Каплински [Kaplinsk, Morris, 2016], М. Моррис, Т. Стерджен [Sturgeon, 2008]	Исследования подобного рода явились стимулом к росту научных работ, результатом которых выступило определение роли ЦСС как ключевого инструментария, позволяющего проанализировать процессы, происходящие в рамках мировой торговли и международных экономических отношениях
Система создания стоимости		М. Портер	Цепочка добавленной стоимости компании входит в состав системы ценностей. Система создания стоимости или, иными словами, отраслевая цепочка создания стоимости состоит из поставщиков требуемых ресурсов и собственно самой цепочки. После производства продукции она попадает в состав цепочки создания стоимости дистрибьюторов, процесс продолжается до этапа потребления.

Заключение

Цепочка создания стоимости – это комплекс операций компании, сопряженных с формированием стоимости в процессе производства и потребления продукции – начиная от момента проработки идеи до реализации послепродажного сервисного обслуживания. Наиболее целесообразным выступает использование понятия цепочки создания ценности (value chain) в более широком смысле, чем предложенное М. Портером в 1985 году.

Под системой создания стоимости мы будем понимать структуру взаимодействия разных участников рынка, которые создают ценность, необходимую для удовлетворения конечного

спроса. При этом компании могут встраиваться в систему (цепочку) создания стоимости различными способами.

Библиография

1. Авдашева С.Б. и др. Модернизация российских предприятия в цепочках создания стоимости (на примере трубной и мебельной промышленности России) // Экономический журнал ВШЭ. 2005. № 3. С. 361-377.
2. Андреева Т.В., Ермакова Ж.А. Формирование цепочек создания стоимости продукта в пищевой промышленности // Вестник ОГУ. 2011. № 1 (120). С. 118-123.
3. Валлерстайн И. Исторический капитализм. Капиталистическая цивилизация. М., 2008. С. 79.
4. Волгина Н.Л. Международное производство: особенности, тенденции, перспективы. М.: РУДН, 2008. С. 103.
5. Гудкова Т.В. Глобальные цепочки создания добавленной стоимости в условиях цифровизации экономики // Журнал экономической теории. 2020. Т. 17. № 1. С. 53-64.
6. Зуев В.Н., Островская Е.А., Дунаева М.С. Включение национальных экономик в глобальные цепочки стоимости: изменение парадигмы организации внешнеэкономических связей // Современная Россия. 2014. № 2. С. 37-54.
7. Йи Кей-Му. Может ли вертикальная специализация объяснить рост мировой торговли? // Журнал политической экономии. 2003. 111 (1). С. 52-102.
8. Кукушкина Ю.М. Глобальные цепочки создания стоимости и корпоративные интересы транснациональных корпораций // Современная конкуренция. 2016. Том 10. № 2 (56). С. 107-117.
9. Ли Джунку. Глобальные товарные цепочки и глобальные цепочки создания стоимости. 2017. doi: 10.1093/акр/9780190846626.013.201
10. Мальгин В.Е. Феномен глобальных стоимостных цепочек: понятие, формы, эволюция // Вестник ИЭ РАН. 2015. № 6. С. 113-124.
11. Пономаренко А.Н., Мурадов К.Ю. Новая статистика движения добавленной стоимости в международной торговле // Экономический журнал ВШЭ. 2014. № 1. С. 43-79.
12. Портер М. Конкурентное преимущество: как достичь высокого результата и обеспечить его устойчивость. М.: Альпина Бизнес Букс, 2005. 715 с.
13. ФАО. Содействие созданию устойчивых производственно-сбытовых цепочек в сфере продовольствия. Рим, 2015. 114 с.
14. Хуммельс Д. и др. Природа и рост вертикальной специализации в мировой торговле // Журнал международной экономики. 2001. 54 (1). С. 75-96.
15. Cattaneo O., Gereffi G., Staritz C. Global value chains in a post-crisis world: a development perspective // The International Bank for Reconstruction and Development. Washington, 2010. P. 81.
16. Feenstra R.C. Integration of trade and disintegration of production in the globaleconomy // The journal of economic perspectives. 1998. № 12. P. 31-50.
17. Gereffi G. The Organization of Buyer-Driven Global Commodity Chains: How U.S. Retailers Shape Overseas Production Networks // Commodity Chains and Global Capitalism. L.: Praeger, 1994. 331 p.
18. Gereffi G., Korzeniewicz M. (eds). Commodity chains and global capitalism. Praeger, 1994. P. 95-122.
19. Gereffi G., Korzeniewicz M., Korzeniewicz R. Commodity chains and global capitalism. Praeger Publishers, 1994. 354 p.
20. Hopkins T., Wallerstein I. Patterns of Development of the Modern World-System // Review. 1977. Vol. 1. № 2. P. 128.
21. Jones R.W., Kierzkowski H. International Fragmentation and the New Economic Geography // North American Journal of Economics and Finance. 2004. Vol. 16 (1). P. 1-10.
22. Kaplinsky R., Morris M. Thinning and Thickening: Productive Sector Policies in The Era of Global Value Chains // The European Journal of Development Research. 2016. Vol. 28. Issue 4. P. 625-645.
23. Kohler W. Aspects of International Fragmentation. Linz, 2003. P. 2.
24. Krugman P. Increasing Returns and Economic Geography // Journal of Political Economy. 1991. Vol. 99. Issue 3. P. 483-499.
25. OECD. Interconnected Economies: Benefiting from Global Value Chains. Paris: OECD Publishing, 2013. URL: <https://www.oecd.org/publications/interconnected-economies-9789264189560-en.htm>
26. Porter M.E. Competitive Advantage. New York, 1985. 557 p.
27. Rodrigue J.-P. The geography of transport systems. New York: Routledge, 2013. 416 p.
28. Sturgeon T., Van Biesebroeck J., Gereff G. Valuechains, networks and clusters: Reframing the global automotive industry // Journal of Economic Geography. 2008. 8 (3). P. 297-321.
29. Sturgeon T. From commodity chains to Value Chains: Interdisciplinary theory building in an age of Globalization. Massachusetts Institute of Technology, 2008. P. 6.

Theoretical aspects of the formation of a value creation system

Ekaterina A. Velikorodnaya

Postgraduate,
Peoples' Friendship University of Russia,
117198, 10, Miklukho-Maklaya str., Moscow, Russian Federation;
e-mail: 1042210378@rudn.ru

Abstract

The last few years of the development of the Russian economic system are associated with the introduction of a modern concept of management, the theory of value management, based on value chains. The fundamental basis of its understanding is the aspect that for the owner of the company, the priority is maximizing his income due to the effect of the operation of his objects. The measure of the growth of the owner's welfare is not the volume of commissioned capacities, the number of personnel employed in production or the turnover of the company, but its market value. The purpose of the article is to consider the essential foundations of the theory of formation of the company's value creation system, as well as to analyze the evolutionary development of the conceptual apparatus of the value management concept, starting from the term "commodity chain" and ending with the concept of "value creation system". The value chain is a set of company operations associated with the formation of value in the process of production and consumption of products, from the moment the idea is developed to the implementation of after-sales service. The most appropriate is the use of the value chain concept in a broader sense. Under the value creation system, we will understand the structure of interaction between different market participants that create the value necessary to satisfy the final demand. At the same time, companies can integrate into the system (chain) of value creation in various ways.

For citation

Velikorodnaya E.A. (2023) Teoreticheskie aspekty formirovaniya sistemy sozdaniya stoimosti [Theoretical aspects of the formation of a value creation system]. *Ekonomika: vchera, segodnya, zavtra* [Economics: Yesterday, Today and Tomorrow], 13 (3A), pp. 762-775. DOI: 10.34670/AR.2023.59.59.061

Keywords

Value creation system, value chain, global value chain, commodity chain, value.

References

1. Andreeva T.V., Ermakova Zh.A. (2011) Formirovanie tsepohek sozdaniya stoimosti produkta v pishchevoi promyshlennosti [Formation of product value chains in the food industry]. *Vestnik OGU* [OSU Bulletin], 1 (120), pp. 118-123.
2. Avdasheva S.B. et al. (2005) Modernizatsiya rossiiskikh predpriyatii v tsepokkakh sozdaniya stoimosti (na primere trubnoi i mebel'noi promyshlennosti Rossii) [Modernization of Russian enterprises in value chains (on the example of the pipe and furniture industry in Russia)]. *Ekonomicheskii zhurnal VshE* [Higher School of Economics Economic Journal], 3, pp. 361-377.
3. Cattaneo O., Gereffi G., Staritz S. (2010) Global value chains in a post-crisis world: a development perspective. In: *The International Bank for Reconstruction and Development*. Washington.

4. (2015) FAO. *Sodeistvie sozdaniyu ustoichivyykh proizvodstvenno-sbytovyykh tsepochek v sfere prodovol'stviya* [FAO. Promoting sustainable food value chains]. Rome.
5. Feenstra R.C. (1998) Integration of trade and disintegration of production in the globaleconomy. *The journal of economic perspectives*, 12, pp. 31-50.
6. Gereffi G. (1994) The Organization of Buyer-Driven Global Commodity Chains: How U.S. Retailers Shape Overseas Production Networks. In: *Commodity Chains and Global Capitalism*. L.: Praeger.
7. Gereffi G., Korzeniewicz M. (eds.) (1994) *Commodity chains and global capitalism*. Praeger.
8. Gereffi G., Korzeniewicz M., Korzeniewicz R. (1994) *Commodity chains and global capitalism*. Praeger Publishers.
9. Gudkova T.V. (2020) Global'nye tsepochniki sozdaniya dobavlennoi stoimosti v usloviyakh tsifrovizatsii ekonomiki [Global value chains in the context of digitalization of the economy]. *Zhurnal ekonomicheskoi teorii* [Journal of Economic Theory], 17, 1, pp. 53-64.
10. Hopkins T., Wallerstein I. (1977) Patterns of Development of the Modern World-System. *Review*, 1, 2, p. 128.
11. Hummels D. et al. (2001) Priroda i rost vertikal'noi spetsializatsii v mirovoi trgovle [The nature and growth of vertical specialization in world trade]. *Zhurnal mezhdunarodnoi ekonomiki* [Journal of International Economics], 54 (1), pp. 75-96.
12. Jones R.W., Kierzkowski N. (2004) International Fragmentation and the New Economic Geography. *North American Journal of Economics and Finance*, 16 (1), pp. 1-10.
13. Kaplinsky R., Morris M. (2016) Thinning and Thickening: Productive Sector Policies in The Era of Global Value Chains. *The European Journal of Development Research*, 28, 4, pp. 625-645.
14. Kohler W. (2003) *Aspects of International Fragmentation*. Linz.
15. Krugman P. (1991) Increasing Returns and Economic Geography. *Journal of Political Economy*, 99, 3, pp. 483-499.
16. Kukushkina Yu.M. (2016) Global'nye tsepochniki sozdaniya stoimosti i korporativnye interesy transnatsional'nykh korporatsii [Global value chains and corporate interests of transnational corporations]. *Sovremennaya konkurentsia* [Modern competition], 10, 2 (56), pp. 107-117.
17. Lee Junku (2017) *Global'nye tovarnye tsepochniki i global'nye tsepochniki sozdaniya stoimosti* [Global commodity chains and global value chains]. doi: 10.1093/akr/9780190846626.013.201
18. Malygin V.E. (2015) Fenomen global'nykh stoimostnykh tsepochek: ponyatie, formy, evolyutsiya [Phenomenon of global value chains: concept, forms, evolution]. *Vestnik IE RAN* [Bulletin of IE RAS], 6, pp. 113-124.
19. (2013) *OECD. Interconnected Economies: Benefiting from Global Value Chains*. Paris: OECD Publishing. Available at: <https://www.oecd.org/publications/interconnected-economies-9789264189560-en.htm> [Accessed 03/03/2023]
20. Ponomarenko A.N., Muradov K.Yu. (2005) Novaya statistika dvizheniya dobavlennoi stoimosti v mezhdunarodnoi trgovle [New statistics on the movement of value added in international trade]. *Ekonomicheskii zhurnal VshE* [Economic Journal of the Higher School of Economics], 1, pp. 43-79.
21. Porter M. (2005) *Konkurentnoe preimushchestvo: kak dostich' vysokogo rezul'tata i obespechit' ego ustoichivost'* [Competitive Advantage]. Moscow: Al'pina Biznes Buks Publ.
22. Porter M.E. (1985) *Competitive Advantage*. New York.
23. Rodrigue J.-P. (2013) *The geography of transport systems*. New York: Routledge.
24. Sturgeon T. (2008) *From commodity chains to Value Chains: Interdisciplinary theory building in an age of Globalization*. Massachusetts Institute of Technology.
25. Sturgeon T., Van Biesebroeck J., Gereff G. (2008) Valuechains, networks and clusters: Reframing the global automotive industry. *Journal of Economic Geography*, 8 (3), pp. 297-321.
26. Volgina N.L. (2008) *Mezhdunarodnoe proizvodstvo: osobennosti, tendentsii, perspektivy* [International production: features, trends, prospects]. Moscow: PFUR.
27. Wallerstein I. (2008) *Istoricheskii kapitalizm. Kapitalisticheskaya tsvivilizatsiya* [Historical capitalism. capitalist civilization]. Moscow.
28. Yi Kei-Mu. (2003) Mozhet li vertikal'naya spetsializatsiya ob'yasnit' rost mirovoi trgovli? [Can vertical specialization explain the rise in global trade?]. *Zhurnal politicheskoi ekonomii* [Journal of political economy], 111 (1), pp. 52-102.
29. Zuev V.N., Ostrovskaya E.A., Dunaeva M.S. (2014) Vkluyuchenie natsional'nykh ekonomik v global'nye tsepochniki stoimosti: izmenenie paradigmy organizatsii vneshneekonomicheskikh svyazei [Inclusion of national economies in global value chains: changing the paradigm of organizing foreign economic relations]. *Sovremennaya Rossiya* [Modern Russia], 2, pp. 37-54.