

44. Руй Биндин. Корейское стратегическое исследование FTA / Руй Биндин // Университет Цзилинь. – 06.2013. – С. 152. (芮秉映, 韩国FTA战略研究, 吉林大学, 06.2013:152).

45. Коргун, И. А. Торговая политика Республики Корея как инструмент реализации национальных экономических интересов страны / И. А. Коргун, В. Н. Зуев // Вестник международных организаций. – 02.2020.

46. Ministry of Foreign Affairs Republic of Korea [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.mofa.go.kr/eng/index.do>. – Дата доступа: 16.12.2021.

(Дата подачи: 25.02.2022 г.)

А. Ю. Жевлакова

Белорусский национальный технический университет, Минск

A. Y. Zhaulakova

Belarusian National Technical University, Minsk

УДК 338.45

ОСОБЕННОСТИ РЕАЛИЗАЦИИ КОНЦЕПЦИИ ЦЕПОЧЕК СОЗДАНИЯ СТОИМОСТИ В ПРОМЫШЛЕННОСТИ

FEATURES OF IMPLEMENTING THE CONCEPT OF VALUE CHAINS IN THE INDUSTRY

Статья посвящена систематизации теоретических положений концепции цепочек создания стоимости. Автором раскрыта сущность понятий «цена», «стоимость» и «система создания стоимости», определена актуальность концепции для различных отраслей промышленности в условиях развития процесса глобализации. На основании приведенной автором классификации выделены транснациональные корпорации с вертикальной интеграцией и проведен анализ особенностей реализации концепции на примере фармацевтической отрасли. Выявлено, что требуется совершенствование методики расчета добавленной стоимости и механизма проведения интеграционных процессов.

Ключевые слова: стоимость; цепочка создания стоимости; система создания стоимости; транснациональные корпорации; стратегии интеграции.

The article is devoted to the systematization of the theoretical provisions of the concept of value chains. The author reveals the essence of the concepts of «price», «cost» and «value creation system», determines the relevance of the concept for various industries in the context of the development of the globalization process. Transnational corporations with vertical integration are singled out on the basis of the classification given by the author, and an analysis of the features of the implementation of the concept on the example of the pharmaceutical industry is carried out. It was revealed that it is necessary to improve the methodology for calculating the added value and the mechanism for carrying out integration processes.

Keywords: price; value chain; value creation system; transnational corporations; integration strategies.

В условиях динамичного развития мировой торговли формирование стоимости продукции представляет собой достаточно сложный и многоступенчатый процесс.

Первоначально обратимся к понятию «стоимости». В современных реалиях понятия цены и стоимости товаров являются взаимосвязанными, но не эквивалентными категориями. Цена непосредственно формируется под воздействием таких факторов, как финансовое состояние сторон сделки, мотивы и личные интересы участников, то есть цена есть результат оценки покупателем полезности товара.

Само понятие «цена» возникает в период перехода от натурального хозяйства к товарному производству. При этом цена товара определялась на основании сравнения его характеристик с эквивалентными товарами.

В отличие от цены стоимость товаров складывается из различных элементов при производстве товара.

Так, сторонники политэкономической теории Адам Смит, Давид Рикардо и Карл Маркс пришли к выводу, что стоимость товара зависит от количества труда, затраченного на его производство. Именно в трудах представителей данной концепции наиболее четко прослеживается определение полезности товара. Д. Рикардо вводит понятие меновой стоимости, которое, по его мнению, никоим образом не связано с природой товара или деньгами [1, с. 53–58]. К. Маркс опровергает эту теорию, утверждая, что меновая стоимость представляет собой лишь форму проявления в обмене стоимости товара, а именно, воплощенного в нем общественного труда.

Жан Батист Сэй, являясь последователем А. Смита, считал, что стоимость товара складывается исходя из труда человека, сил природы и капитала, а окончательно устанавливается на рынке под влиянием спроса и предложения.

Огромный вклад в развитие понятия «стоимость» внесли ученые постсоветского пространства. Например, Т. И. Артемова исследовала стоимость как составляющую понятия ценности товара [2], А. Орлов провел исследование формирования стоимости продукции на примере энергосодержащих продуктов [3]. В свою очередь М. Ф. Гуськовой, П. Ф. Стерликовым и Ф. Ф. Стерликовым [4] была описана взаимозависимость теорий стоимости и предельной полезности, приведено понятие ценности как соотношения полезности и стоимости. Определение стоимости как основного элемента производственных отношений приводит в своих работах С. В. Кузнецов.

А. В. Репина в своих исследованиях приводит три аспекта понятия стоимости:

- стоимость есть эквивалент цены товара;
- стоимость представляет собой затраты денежных средств на приобретение товаров, выполнение работ и услуг, получение благ;

- стоимость выступает средством взаимного обмена и рыночного взаимодействия [5].

Российский ученый А. П. Тяпухин является сторонником теории, согласно которой стоимость совместно с ценностью формируют цену товара [6].

На сегодняшний день по-прежнему не существует общепризнанных определений понятий «цена» и «стоимость». Чаще всего стоимость рассматривается как способ выражения ценности товара и зависит от затрат от затрат на его производство. В свою очередь цена может определяться как форма денежного выражения факторов ценообразования или как сумма денежных средств, за которую потребитель готов купить товар, а продавец его продать.

Обобщение рассмотренных теорий позволяет установить следующую связь между понятиями. *Стоимость – это эквивалент объекта, товара, услуги в денежном выражении, используемый для планирования, анализа и обмена. Именно при обмене стоимость выступает как цена. То есть стоимость является первичной и более обширной категорией по сравнению с ценой товара.*

Так как цена и стоимость являются различными экономическими категориями, то и процессы формирования цены и стоимость диаметрально различаются.

Наиболее распространенной концепцией, описывающей процесс формирования стоимости, является концепция цепочек создания стоимости М. Портера.

Основные положения данной концепции были изложены в монографии, опубликованной автором в 1985 г. В книге М. Портер под цепочкой создания стоимости понимает «теорию фирмы, которая рассматривает ее как совокупность дискретных, но связанных производственных функций, если определить эти функции как виды деятельности. Тогда описание цепочек создания стоимости будет сосредоточено на том, как эти виды деятельности создают стоимость и от чего зависят издержки каждого из них» [7, с. 354].

Большой вклад в развитие концепции цепочек создания стоимости внес американский экономист Г. Джереффи, который в своей работе «Продуктовые цепочки и глобальный капитализм» ввел термин «глобальная цепь производства товаров», который предназначался для проведения анализа деятельности международных компаний [8].

Р. Каплински и М. Моррис в своих научных трудах «Методика анализа цепочек добавленной стоимости» и «Распространение положительного влияния глобализации. Какие выводы можно сделать на основе анализа цепочки накопления стоимости?» исследуют особенности реализации концепции при формировании стоимости [9, с. 41–44].

Отдельные аспекты применения концепции цепочек создания стоимости в антикризисном управлении и стратегическом анализе нашли отражение в работах таких белорусских ученых, как А. А. Быков, Т. Г. Авдеева, А. Е. Зезюлькина [10]. Особенности использования данной концепции при определении направлений повышения конкурентоспособности различных отраслей приводит в своей работе Ю. Г. Вайлунова [11].

Обобщив все приведенные авторами подходы, можно сделать вывод, что под цепочкой создания стоимости следует понимать процесс преобразования финансового и материального потока, результатом которого является создание конечного продукта.

Как и любой процесс, создание стоимости состоит из определенных этапов, на каждом из которых осуществляются необходимые виды деятельности.

В свою очередь все виды деятельности М. Портер делил на основные и вспомогательные.

Под основными видами деятельности понимались процессы, которые принимают непосредственное участие в формировании стоимости продукции. К ним относятся:

- внутренняя логистика – обеспечивает движение материального потока внутри предприятия и объединяет такие элементы, как транспорт и склад;
- производственный процесс – состоит из операций, которые позволяют из сырья, материалов, комплектующих получить готовую продукцию;
- внешняя логистика – организывает перевозку продукции с места производства или склада в места ее реализации;
- маркетинг и розничная торговля – включают действия по продвижению продукции на рынке, ее реализацию конечному потребителю;
- обслуживание – подразумевает услуги по послепродажному сервису, например, монтаж, послегарантийный ремонт.

Основной целью реализации вспомогательных видов деятельности является поддержка основных. Можно выделить такие вспомогательные виды деятельности, как:

- инфраструктура компании – включает в себя подразделения социального назначения;
- управление кадрами – состоит из трудоустройства, обучения, переподготовки кадров;
- технологическое развитие – направлено на усовершенствование конечного продукта производства;
- материально-техническое обеспечение – подразумевает обеспечение основной деятельности необходимыми ресурсами и оборудованием.

Следует также отметить, что состав видов деятельности непосредственно зависит от отраслей, в которых функционируют предприятия.

Использование цепочки формирования стоимости направлено на выявление у конкретного товара или услуги конкурентного преимущества, которые создают ценность для потребителя.

Благодаря синхронизированному взаимодействию цепочек формирования стоимости на различных уровнях формируются системы создания стоимости. Данная система позволяет отслеживать, как меняется стоимость товаров на различных этапах, выявлять наиболее затратные стадии и искать пути их минимизации.

Система создания стоимости состоит из трех уровней, представленных на рис. 1. При этом данная система включает в себя все этапы жизненного цикла продукции и используется предприятиями для оценки эффективности выбранной бизнес-модели или поиска новой.

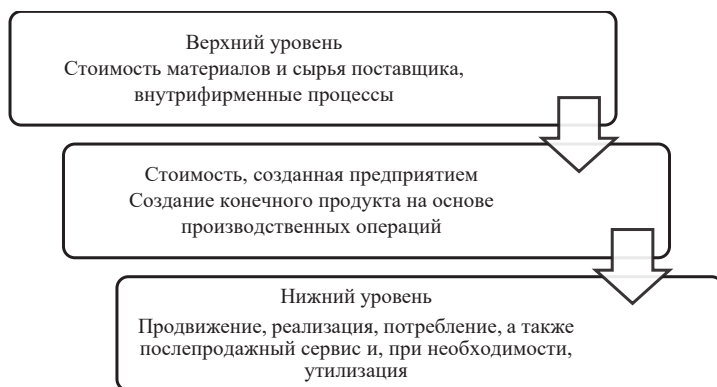


Рис. 1. Система создания стоимости

На сегодняшний день наибольшую актуальность приобретают процессы интеграции на различных уровнях системы создания стоимости. Выделяют два типа интеграции: прямую и обратную. При прямой интеграции предприятие развивает каналы распределения продукции, а при обратной – производственную базу.

При этом при выборе стратегии интеграции предприятие должно первоначально провести анализ своей деятельности, который включает:

- определение места предприятия в цепочке создания стоимости и направлений возможной интеграции;
- оценку экономической эффективности интеграции;
- расчет показателей эффективности для интегрированной структуры.

Наиболее ярким примером интеграции являются транснациональные корпорации. Данный вид объединений характерен для нефтегазовой, фармацевтической отраслей, электротехники и отдельных видов продовольственных товаров.

В целом все транснациональные корпорации могут быть классифицированы в соответствии с таблицей 1.

Таблица 1

Классификация транснациональных корпораций

Классификационный признак	Виды транснациональных корпораций
Форма собственности	Частные
	Государственные
	Смешанные
Охват рынка	Региональные
	Мировые
Место в цепочке создания стоимости	Добывающие сырье
	Перерабатывающие
	Имеющие прямую интеграцию
	Имеющие обратную интеграцию
	Вертикально интегрированные
	Торговые сети

Источник: составлено на основе [11].

Для примера рассмотрим фармацевтическую отрасль. Самая простая цепочка создания стоимости в данной сфере состоит из трех звеньев:

- научно-исследовательская деятельность, которая включает в себя разработку лекарственных средств, их клинические испытания;
- массовое производство;
- розничная продажа.

Однако такие цепочки встречаются крайне редко, так как большинство производителей в данной отрасли представляют собой вертикально интегрированные транснациональные корпорации. В таблице 2 приведен рейтинг корпораций за 2020 г. Что касается цепочек формирования стоимости, то их конфигурации весьма разнообразны и зависят непосредственно от характера производимого лекарственного средства.

Таблица 2

Наиболее крупные транснациональные корпорации фармацевтической отрасли

Наименование корпорации	Объем прибыли за 2020 год, млн долларов	Число сотрудников, человек
BAYER	19 767	99 538
MERCK & CO	17 534	68 000
GLAXOSMITHKLINE	17 056	110 000
SANOFI	16 800	110 000
ROCHE	15 068	94 442
AMGEN	14 850	22 000
JOHNSON & JOHNSON	14 714	136 400
ABBOTT LABORATORIES	11 726	94 000

Наименование корпорации	Объем прибыли за 2020 год, млн долларов	Число сотрудников, человек
PFIZER	11 684	78 500
NOVARTIS	11 347	110 000

Источник: составлено на основе [12].

Данные корпорации представлены по всему миру. Так, например, BAYER имеет более 350 компаний, PFIZER и NOVARTIS – более 100 компаний.

С учетом особенностей фармацевтической индустрии все действующие транснациональные корпорации можно также разделить на две категории.

Крупнейшие интегрированные транснациональные корпорации имеют оригинальные лекарственные средства, их продукция поставляется во все страны мира, за пределами страны принадлежности производится более 50 % продукции, в том числе в различных мировых регионах. Объем продаж у таких компаний составляет от 2 до 60 млрд долл. в год, компании контролируют до 2/3 мирового фармацевтического рынка.

Крупнейшие дублирующие транснациональные корпорации не имеют мощных исследовательских подразделений и не производят собственных инновационных лекарственных средств. Объем продаж составляет от 1 до 20 млрд долл. в год. Под контролем данных корпораций находится не более 10 % мирового фармацевтического рынка, они также имеют предприятия по всему миру, но доля производственного потенциала, расположенного на территории страны принадлежности, выше, чем у интегрированных корпораций.

К основным отличительным признакам формирования цепочек создания стоимости в фармацевтической отрасли можно отнести:

- большое количество стадий производства и звеньев цепочки, отражающих сложный и нелинейный характер производства;
- комплексность этапа научно-исследовательской деятельности;
- непосредственную зависимость от типа производимого лекарства (при производстве нового лекарства и отсутствии патента цепочка усложняется на несколько звеньев);
- зависимость от места расположения производства и рынка сбыта [13].

В свою очередь вертикальная интеграция позволяет объединить все стадии в единый процесс и дает компаниям следующие преимущества:

- возможность повышения эффективности производства за счет оптимизации деятельности участников на различных стадиях;
- повышение уровня конкурентоспособности как корпорации в целом, так и ее структурных единиц;
- снижение издержек на поиск партнеров для осуществления деятельности на различных стадиях производства и заключение сделок с ними.

В целом интегрированную цепочку создания стоимости в фармацевтической отрасли можно представить, как на рис. 2.

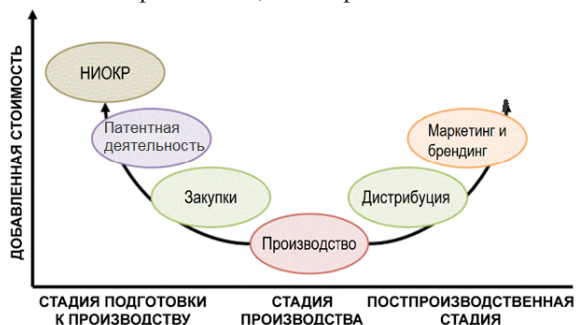


Рис. 2. Интегрированная цепочка создания стоимости

Следует также отметить, что популярность на сегодняшний день приобретают аутсорсинговые компании, которые предлагают свои услуги на всех этапах создания лекарственных средств. Причиной роста спроса на аутсорсинговые услуги является постоянный рост затрат на проведение научно-исследовательской деятельности, а также возможность для стран с развивающимися рынками лекарственных средств снизить затраты на проведение испытаний и получить конечный продукт надлежащего качества.

Таким образом, стоимость является мало изученной экономической категорией и непосредственно взаимосвязана с такими понятиями, как «ценность» и «цена». Процесс формирования стоимости продукции наиболее полно раскрывается посредством рассмотрения концепции цепочек создания стоимости М. Портера. В своей концепции М. Портер разделяет все виды деятельности предприятия на основные и вспомогательные, а также приводит понятие системы формирования стоимости. Под системой формирования стоимости автор понимает результат синхронизированного взаимодействия различных предприятий в рамках одной цепочки. С учетом развития процессов глобализации и регионализации наибольшую популярность сегодня приобретают интегрированные цепочки создания стоимости. При этом от выбора той или иной стратегии зависит как эффективность деятельности предприятия, так и развитие региона, в котором он находится. Одним из наиболее эффективных способов интеграции, объединяющих все этапы создания стоимости, является вертикальная интеграция. Данный тип интеграции характерен для транснациональных корпораций в фармацевтической отрасли промышленности. На сегодняшний день устойчивое функционирование интегрированных структур требует совершенствования методики расчета добавленной стоимости и механизма проведения интеграционных процессов.

Список использованных источников

1. *Кравчук, Ю. Б.* История экономических учений: учеб. пособие для студентов экон. специальностей всех форм обучения / Ю. Б. Кравчук. – Харьков: ХНУВД, 2014. – 159 с.
2. *Артёмова, Т. И.* Стоимость и цена: логико-исторический процесс формообразования / Т. И. Артёмова. – К.: Основа, 2006. – 448 с.
3. *Орлов, А.* О реальной теории стоимости и ценности / А. Орлов // Общество и экономика. – 2008. – № 8. – С. 49–71.
4. *Гуськова, М. Ф.* От стоимости к ценности и от ценности к стоимости? / М. Ф. Гуськова, П. Ф. Стреликов, Ф. Ф. Стреликов // Экон. науки. – 2014. – № 9. – С. 17–20.
5. *Репина, А. В.* Разработка концепции бренд-маркетинга, ориентированного на ценности: автореф. дис. ... канд. экон. наук: 08.00.05 / А. В. Репина; С.-Петербург. гос. экон. ун-т. – СПб., 2013. – 19 с.
6. *Тяпухин, А. П.* Логистика: учебник для бакалавров / А. П. Тяпухин. – М.: Юрайт-Издат, 2012. – 568 с.
7. *Gereffi, G.* The Organization of Buyer-Driven Global Commodity Chains: How U.S. Retailers Shape Overseas Production Networks / G. Gereffi, M. Korzeniewicz // Commodity Chains and Global Capitalism / ed. by G. Gereffi, M. Korzeniewicz. – L.: Praeger. – 1994. – P. 95–122.
8. *Kaplinsky, R.* Handbook for Value Chain Research / R. Kaplinsky, M. Morris. – Ottawa: Institute of Development Studies. – 2000. – 113 p.
9. *Быков, А. А.* Стратегический анализ предприятий легкой промышленности как звеньев цепочек создания стоимости / А. А. Быков, Т. Г. Авдеева, А. Е. Зезюлькина // Вестн. Витеб. гос. техн. ун-та. – 2013. – № 24. – С. 127–138.
10. *Вайлунова, Ю. Г.* Обоснование направлений повышения конкурентоспособности текстильного и швейного производства в Беларуси на основе развития концепции цепочки ценностей / Ю. Г. Вайлунова // Вестн. Витеб. гос. техн. ун-та. – 2015. – № 28. – С. 162–172.
11. *Резкин, П. Е.* Концепция цепочек создания стоимости: состояние и перспективы развития / П. Е. Резкин // Актуал. проблемы науки XXI века. – 2016. – № 5. – С. 45–51.
12. Фармацевтическая промышленность мира – крупнейшие фармацевтические компании [Электронный ресурс] // Поставщики машин и оборудования. – Режим доступа: <https://www.oborudunion.ru/largest/farmaceuticheskaya-promyshlennost>. – Дата доступа: 14.01.2022.
13. *Волгина, Н. А.* Фармацевтическая цепочка создания стоимости: возможности для аутсорсинга / Н. А. Волгина // Вестн. Рос. ун-та дружбы народов. Сер. Экономика. – 2021. – № 1. – С. 150–163.

(Дата подачи: 23.02.2022 г.)