

АЛГОРИТМ ФОРМИРОВАНИЯ ЭФФЕКТИВНОЙ ЦЕПОЧКИ СОЗДАНИЯ СТОИМОСТИ ПРОДУКТА

П.Е. Резкин

Полоцкий государственный университет, resky@tut.by

В настоящее время концепция цепочек создания стоимости (ЦСС) – одно из перспективных и динамично развивающихся направлений мировой теории и практики управления. Не смотря на это, современный уровень ее изученности и адаптированности к условиям нашей страны значительно отстает от требований практики хозяйственной деятельности.

В настоящее время белорусскими учеными–экономистами данная концепция все чаще применяется в целях выявления направлений повышения конкурентоспособности отраслей экономики [1, с. 162–172], стратегического анализа хозяйствующих субъектов как звеньев цепочек создания стоимости [2, с. 127–138], в антикризисном управлении бизнес–процессами в распределенных производственных системах [3, с. 32–45].

Первые исследования в данной области провел профессор Гарвардской школы бизнеса Майкл Портер [4], которые были изложены в его монографии «Competitive advantage: creating and sustaining superior performance» (Porter, 1985). В данной книге автор определяет цепочку создания

стоимости (value chain) как «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» [4, с. 74].

Дальнейшее развитие концепции связано с именами таких ученых, как Г. Джереффи, Р. Каплински и М. Моррис, Т. В. Андреева, П. Дойль, П. Друкер, Р. Кох, Дж. Лайкер, Г. Минцберг, Б. Альстренд, Дж. Лэмпел, А. Томпсон и А. Стрикленд, Р. Хэндфилд и Л. Эрнест, Дж. Шанк и В. Говиндараджан и др.

Обобщая исследования различных аспектов концепции ЦСС можно сделать следующее умозаключение: в рыночной среде актуализируется проблема формирования такой ЦСС продукта, которая, с одной стороны, позволила бы хозяйствующему субъекту повысить собственную экономическую эффективность, а с другой – не обременяет его выполнением не свойственных видов деятельности и не снижает эффекта специализации. Данный процесс осложняется необходимостью создания ЦСС, которая будет способна удовлетворить экономические интересы как внутренних (собственников, работников и др.), так и внешних ее участников (поставщиков, покупателей, государства и др.).

Итак, построение эффективной цепочки создания стоимости – основа формирования долгосрочных конкурентных преимуществ любого хозяйствующего субъекта.

Научной основой формирования любой ЦСС является анализ межотраслевой стоимостной цепочки, которая включает взаимосвязанные виды экономической деятельности, начиная от входящей логистики и заканчивая готовой продукцией, доставленной конечному потребителю.

Преобразование любой действующей ЦСС всегда требует значительных финансовых вложений, поэтому важно с самого начала деятельности построить правильную, эффективно функционирующую стоимостную цепочку.

В этой связи автором предложен алгоритм построения эффективной ЦСС, представленный на рисунке.

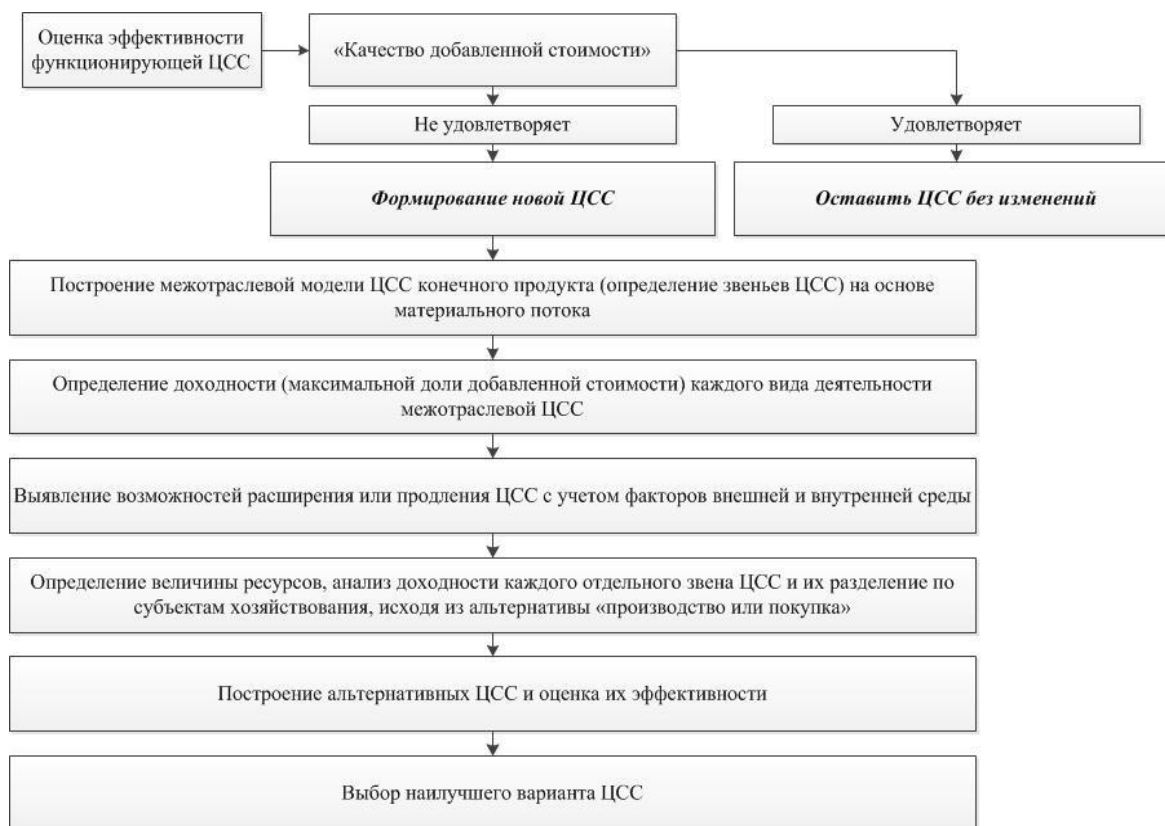


Рисунок – Алгоритм формирования эффективной ЦСС

Источник: составлено автором

Процесс формирования эффективной ЦСС представляет собой набор логически завершенных этапов. Первоначально проводится оценка эффективности действующей ЦСС, включая всесторонний анализ. Конечным результатом анализа является определение «качества добавленной сто-

имости». Впервые данная категория была введена русскими экономистами Ж. А. Ермаковой и Т. В. Андреевой, под которой следует понимать «содержание и структуру добавленной стоимости, характер ее формирования, изменения и распределения между основными участниками цепочки создания стоимости продукта под влиянием различных факторов» [5, с. 276].

По итогам анализа принимается решение о необходимости построения новой (перепостроения действующей) ЦСС, согласно алгоритма, представленного на рисунке 1.

Последовательность этапов была определена автором на основе индуктивного метода, переходя от общего к частному и наоборот.

По итогам проведенных мероприятий формируется максимально эффективная ЦСС продукта, способная создать конкурентные преимущества для хозяйствующего субъекта, отрасли, экономики в целом.

Важным моментом при построении ЦСС является выявление возможности расширения и (или) продления стоимостной цепочки на основе анализа внешней и внутренней среды.

Изменение цепочки создания стоимости путем ее продления представляет собой процесс формирования взаимодействий, общих интересов, ресурсов между отделами хозяйствующего субъекта; отдельными звеньями ЦСС по технологической цепи, в целях развития связей по разработке, производству и формированию стоимости, а также реализации и доставке потребителю конечного продукта (ценности).

Развитие ЦСС – это процесс формирования взаимодействий, общих интересов и ресурсов между субъектами хозяйствования, которые косвенно участвуют в ЦСС – конкуренты, учебные заведения, маркетинговые агентства и др.

Только учитывая все возможные варианты развития можно построить наиболее широкий спектр альтернативных цепочек стоимости, в целях дальнейшего их анализа и выбора наиболее эффективной.

Таким образом, предложенный автором алгоритм построения ЦСС, основанной на анализе межотраслевых стоимостных цепочек, определении звеньев ЦСС, построении альтернативных цепочек и оценке их эффективности, позволит сформировать наиболее экономически выгодную ЦСС для хозяйствующего субъекта.

Список использованных источников:

1. Вайлунова, Ю. Г. Обоснование направлений повышения конкурентоспособности текстильного и швейного производства в Беларуси на основе развития концепции цепочки ценностей / Ю.Г. Вайлунова // Вестн. Витебск. гос. технолог. ун-та. – 2015. – № 28. – С. 162–172.

2. Быков, А. А. Стратегический анализ предприятий легкой промышленности как звеньев цепочек создания стоимости / А. А. Быков, Т. Г. Авдеева, А. Е. Зезюлькина // Вестн. Витебск. Гос. технолог. ун-та. – 2013. – № 24. – С. 127–138.

3. Быков А. А. Концепция цепочек создания стоимости и ее применение в антикризисном управлении / А. А. Быков, Т. Г. Авдеева, А. Е. Зезюлькина // Белор. эконом. журнал. – 2013. – № 1. – С. 32–45.

4. Портер, М. Э. Конкуренция / М. Э. Портер ; пер. с англ. – М. : Вильямс, 2006. – 608 с.

5. Ермакова, Ж. А. Технологическая модернизация промышленности России: стратегия и организационно-экономические факторы (региональный аспект) / Ж. А. Ермакова. – Екатеринбург : Институт экономики УрО РАН, 2007. – 360 с.