

ГЕНЕЗА Й ЕВОЛЮЦІЯ КОНЦЕПЦІЇ ЛАНЦЮГІВ СТВОРЕННЯ ВАРТОСТІ У КОНТЕКСТІ ФОРМУВАННЯ МІЖНАРОДНОЇ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ

Метою статті є визначення шляхів і напрямів генези й еволюції концепції ланцюгів створення вартості у контексті формування міжнародної конкурентоспроможності підприємств.

Аналіз наукових досліджень з цього питання дозволи визначити, що концепція ланцюгів створення вартості має витoki з вчення фізіократів, набула активного розвитку з 1940-х років, в теперішній час посідає чільне місце на передньому краї управлінської думки та набору аналітичних засобів, та формує потужний інструментарій стратегічного планування для аналізу бізнес-середовища та прийняття управлінських рішень щодо підвищення конкурентних переваг підприємства на ринку.

У дослідженні визначено, що концепція ланцюгів створення вартості базується на процесному підході, адаптивному та стратегічному управлінні підприємством, це системи, що трансформують наявні ресурси підприємства, та забезпечує зворотній зв'язок між всіма ланками управління, для забезпечення конкурентних переваг підприємства на ринку. Функціонування ланцюгів створення вартості визначає також формування прибутку підприємства.

Концепція ланцюгів створення вартості є необхідним інструментом як макроекономічного аналізу, для визначення трендів світової торгівлі, її впливу на розвинені та транзитивні економіки, для розуміння напрямів державної політики розвитку країн, поєднання окремих виробництв у галузеві комплекси, так і мікроекономічного аналізу, для формування стратегії диференціації та диверсифікації розвитку підприємств.

Концепція ланцюгів створення вартості має враховувати та поєднувати цілі протилежного спрямування для клієнтів (задоволення їх потреб, технічний супровід і підтримка), власників й акціонерів (прибуток, рентабельність і розвиток), трудового колективу (гідні умови праці, професійне зростання), громади (відповідальна соціальна й екологічна політика, участь у житті громади, сприяння здоровому способу життя), контрагентів тощо (співробітництво на базі стабільних, довготривалих, ефективних бізнес-відносин).

Ланцюги створення вартості на підприємстві включають послідовні взаємозв'язані процеси та дії, спрямовані на виготовлення товарів і послуг, які набувають доданої вартості шляхом задоволення потреб споживачів, за рахунок чого відбувається формування його конкурентних переваг. Аналіз елементів ланцюга вартості як управлінський інструмент збільшує прибутковість бізнесу, а також є невід'ємною складовою формалізованих бізнес-моделей стратегічного управління (місія, стратегія, корпоративна культура, показники ефективності), і операційного менеджменту. Аналіз елементів ланцюга створення вартості є складовою частиною управлінського обліку, маркетингу та логістики. Він забезпечує системний підхід при прийнятті управлінських рішень щодо функціонування ланцюгів створення вартості, які можуть порушувати статус-кво між ланками, виконавцями та набувачами вигоди в системі економічних відносин, які охоплюють ланцюги створення вартості на підприємстві.

Ключові слова: міжнародні економічні відносини, світова торгівля, ланцюги створення вартості, міжнародна конкурентоспроможність підприємств, портфель бізнеса підприємства, збалансована система показників.