

УДК 339.9.012(045)

*Кравцова І. В.*  
*Національний авіаційний університет*

## ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ДОСЛІДЖЕННЯ СВІТОВОЇ ЕКОНОМІКИ НА ОСНОВІ ГЛОБАЛЬНИХ ЛАНЦЮГІВ СТВОРЕННЯ ВАРТОСТІ

*У статті розкривається сутність глобальних ланцюгів створення вартості, узагальнюються теоретичні підходи до дослідження світової економіки на їх основі. Розглянуто типи глобальних ланцюгів створення вартості, причини їх виникнення, форми управління, а також поняття економічної модернізації в даному контексті.*

**Ключові слова:** глобальні ланцюги створення вартості, світова економіка, додана вартість, економічна модернізація.

Прискорення темпів науково-технічного прогресу та технологічних змін, лібералізація торгівлі й інвестицій, зростаюча взаємопов'язаність економік зробили можливим виникнення глобальних ланцюгів створення вартості (ГЛСВ), які на сьогоднішній день відіграють провідну роль у світовій економіці. У сучасних умовах світова торгівля, інвестиції та виробництво тісно взаємопов'язані з глобальними ланцюгами створення вартості, що об'єднують покупців і постачальників з різних країн і забезпечують функціонування фрагментованого виробництва по всьому світі. З одного боку, країни можуть отримувати позитивні ефекти від участі у ГЛСВ, що полягають, зокрема, у розвитку національної економіки, залученні інвестицій, підвищенні технологічних можливостей і виробничих потужностей, створенні нових робочих місць тощо. У той же час ГЛСВ можуть нести в собі цілу низку ризиків для країн, що беруть у них участь, особливо для країн, що розвиваються. Таким чином, дослідження закономірностей функціонування ГЛСВ на сучасному етапі, а також розробка теоретичного підходу до їх аналізу є вкрай важливими для розуміння причинно-наслідкового зв'язку між особливостями розвитку країн та рівнем їх участі у ГЛСВ, а також для формування державної та міждержавної політики у відповідних сферах.

Ідею ціннісного, або вартісного, підходу у менеджменті було запроваджено М. Портером у 1985 р., який ввів поняття ланцюга створення вартості у контексті дослідження конкурентних переваг [8]. Методологію дослідження конкурентоспроможності на основі глобальних ланцюгів створення вартості вперше запропонував Г. Джереффі у 1994 р. [5]. У подальшому цей підхід розвивали та використовували у практичних дослідженнях такі іноземні вчені, як К. де Бекер, Р. Каплінські, Дж. Лі, О. Мемедовіч, К. П'єтробеллі, Т. Стеджен, Дж. Хамфрі та ін. Для вітчизняної літератури проблема вивчення глобальних ланцюгів створення вартості є відносно новою, тому недостатньо розробленою. Серед українських науковців варто виділити роботи І. Й. Гладія, Г. В. Дугінець, І. Я. Зварич, О. В. Підчоси, О. І. Рогача, С. Соколенко та ін. Проте більшість таких досліджень мають прикладний характер та є вузьконаправленими, в них розглядаються лише окремі галузі або країни. Також не існує єдиного теоретичного підходу до вивчення цього питання, оскільки погляди представників різних економічних шкіл часто не співпадають. Тому формування комплексного теоретичного підходу до аналізу глобальних ланцюгів створення

вартості є актуальним.

**Метою статті** є з'ясування сутності глобальних ланцюгів створення вартості та узагальнення теоретичних підходів до дослідження світової економіки на їх основі.

Виробництво будь-якого продукту можна представити як послідовність пов'язаних видів діяльності, у результаті яких створюються товари або послуги. Ланцюг створення вартості (*value chain*) представляє собою повний комплекс видів діяльності зі створення доданої вартості, необхідний для того, щоб донести певний продукт від моменту виникнення ідеї, шляхом розробки дизайну, постачання сировинних матеріалів і проміжних складових, виробництва, маркетингу, дистрибуції та післяпродажної підтримки безпосередньо до кінцевих споживачів [1, 4].

Отже, **ланцюг створення вартості (ЛСВ)** – це послідовність взаємопов'язаних і взаємозалежних видів діяльності, які необхідні для створення товару чи послуги, починаючи із задуму, включаючи різні стадії виробництва, і, закінчуючи доставкою до кінцевого споживача та післяпродажним обслуговуванням із подальшою утилізацією або переробкою [7, 5]. Спрощену схему функціонування ланок ЛСВ зображено на рис. 1.

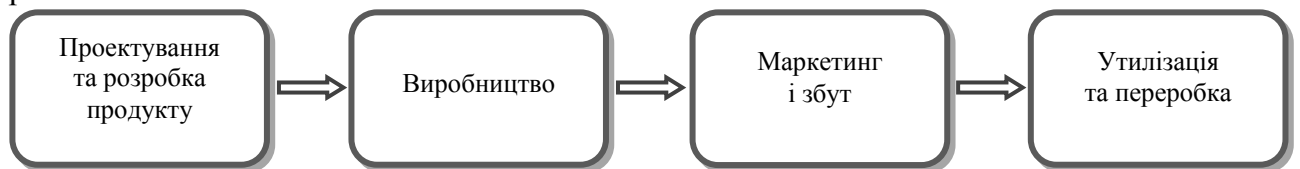


Рис. 1. Спрощена схема ланцюга створення вартості

Джерело: побудовано автором.

ЛСВ можуть охоплювати підприємства місцевої (на рівні міста, області), національної економіки, субрегіональних і регіональних груп економік (наприклад, субрегіону Великого Меконгу або Східної Азії) та глобальної економіки. На думку Дж. Абоні, ЛСВ стають “глобальними” тоді, коли види діяльності, які входять до їх складу, географічно розпоршені та розташовані у багатьох країнах [1, 5]. Т. Стеджен вважає, що у глобальних ланцюгах створення вартості актори координують свої дії як мінімум на двох континентах або у межах двох торгових блоків [9, 6].

Отже, на нашу думку, **глобальний ланцюг створення вартості (ГЛСВ)** – це послідовність взаємопов'язаних видів діяльності зі створення доданої вартості, розташованих як мінімум на двох континентах або у межах двох торгових блоків, що забезпечують виробництво товару чи послуги, починаючи з ідеї щодо їх створення та закінчуючи доставкою до кінцевого споживача.

Фрагментація виробництва по різних країнах не є новим явищем, але раніше воно не було настільки масштабним. Сьогодні ж компанії мають можливість розсосереджувати власне виробництво по всьому світі, оскільки значно скоротилися комерційні витрати, переважно завдяки технічному прогресу. Більш дешеві та надійні телекомунікації, програмне забезпечення для управління інформацією, потужніші персональні комп'ютери, – усе це дозволило відчутно зменшити витрати на координацію складного комплексу взаємопов'язаних видів діяльності всередині та між компаніями. Контейнерні перевезення, стандартизація, автоматизація посилили рух товарів у ГЛСВ і дещо зменшили значення фактору відстані, хоча й не усунули його

повністю.

Результатом лібералізації торгівлі стало зниження торгових бар'єрів, зокрема мит, що також зменшує витрати для підприємств. Лібералізація в інвестиційній сфері дозволила компаніям географічно розсосередити свою діяльність, а також розширити межі ГЛСВ завдяки більш сприятливій політиці країн, що розвиваються. Крім того, зниженню витрат компаній сприяли регулятивні реформи у ключових секторах транспорту й інфраструктури.

Ще однією рушійною силою поширення ГЛСВ є отримання доступу до знань. Компанії все більше інвестують за кордон з метою отримання цього стратегічного активу, або у формі кваліфікованих робітників, дослідних центрів та університетів, або у вигляді технологій. Важливим фактором зростання ГЛСВ також є близькість до конкурентів та постачальників, оскільки це дозволяє компанії перебирати досвід та посилює співробітництво.

Виділяють **два типи ГЛСВ** – ГЛСВ з домінуючим покупцем (*buyer-driven global value chains*) і ГЛСВ з домінуючим виробником (*producer-driven global value chains*) [7, 8]. Такий розподіл є важливим, оскільки динаміка відносин та взаємодії всередині таких ланцюгів є різною. Крім того, можливості щодо використання нового знання та технологій у кожному випадку також відрізняються. Зазвичай “прості” технології дають початок формуванню ланцюгів із домінуючим покупцем, у той час як “складні” технології, що потребують тісної координації, зумовлюють виникнення ланцюгів із домінуючим продавцем.

У **ГЛСВ з домінуючим покупцем** рушійною силою створення такого ланцюга є великі покупці, ключові компетенції яких полягають у брендингу (просуванні торгової марки) та маркетингу. Вони організують, координують та контролюють виробництво, відповідаючи за планування та збут продукції, з метою задоволення потреб споживчого ринку у розвинених країнах, країнах, що розвиваються, та країнах з перехідною економікою. Такі ГЛСВ найбільш характерні для працевітких галузей промисловості (наприклад, харчова, текстильна промисловість, виготовлення одягу, взуття, іграшок, меблів тощо) та найчастіше розміщуються у країнах, що розвиваються.

У **ГЛСВ з домінуючим виробником** ключові виробники контролюють найважливіші технології у ланцюгу, які по суті і визначають місце кінцевої продукції на ринку. Вони координують ці ГЛСВ та допомагають власним постачальникам і клієнтам у підвищенні ефективності їх діяльності. Такі ГЛСВ є типовими для наукомітких галузей промисловості, наприклад, автомобільної, електронної, телекомунікаційної тощо.

Виробники з країн, що розвиваються, зазвичай, намагаються стати частиною працевітких ГЛСВ з домінуючим покупцем. Виняток становлять нові індустріальні країни Східної Азії, які в процесі свого розвитку переорієнтувалися на участь у ГЛСВ з домінуючим виробником.

Аналіз **управлінських зв'язків** дозволяє з'ясувати, як контролюється та координується ЛСВ, коли деякі його учасники мають більшу владу, ніж інші. За визначенням Г. Джереффі, управління – це владні відносини, які визначають, як фінансові, матеріальні та людські ресурси розміщуються та рухаються всередині ЛСВ [2, 8]. Розуміння того, як функціонують управлінські зв'язки у ГЛСВ у певній галузі, може допомогти компаніям вибрати правильну стратегію входу та розвитку на

глобальному ринку.

У науковій літературі виділяють такі **форми управління ГЛСВ** [2, с. 8-10; 4, с. 86-87; 7, с. 17-18]:

**Ринкова (*market*)**. Ринкова форма управління не вимагає від компаній-учасників ГЛСВ здійснення складних управлінських операцій. Інформація щодо технічних характеристик продукції передається легко та безперешкодно, а постачальники можуть здійснювати виробництво з мінімальними вказівками з боку покупців. Такі відносини “на відстані витягнутої руки” передбачають мінімальну формальну взаємодію між учасниками ланцюга або взагалі її не потребують, а витрати при зміні партнерів є невисокими як для покупців, так і для виробників.

**Модульна (*modular*)**. Модульна форма управління має місце тоді, коли складні операції відносно просто систематизувати. Зазвичай, постачальники у модульних ГЛСВ виробляють продукцію відповідно до технічних вимог замовника та беруть на себе повну відповідальність за технологічні процеси, використовуючи універсальне обладнання, що дозволяє розподіляти витрати між широкою базою клієнтів. Взаємозв'язки між учасниками таких ГЛСВ є більш тісними, ніж у простих ринкових структурах, передусім через обмін великими обсягами інформації між ланками ланцюга.

**“Споріднена” (*relational*)**. При “спорідненій” формі управління діяльність покупців та продавців покладається на складне знання, яке не можна легко передати або опанувати ним. Результатом цього є часта взаємодія й обмін інформацією та знанням між учасниками ГЛСВ. Такі зв'язки вимагають взаємної довіри між компаніями, що забезпечується за рахунок репутації, соціальної та територіальної близькості, сімейних та етнічних зв'язків тощо. Незважаючи на цю взаємозалежність, саме провідні компанії визначають загальний напрямок роботи ГЛСВ і, таким чином, мають здатність деякою мірою здійснювати контроль над постачальниками. У “споріднених” ГЛСВ виробники намагаються постачати диференційовані товари, які вирізняються якістю, географічним походженням або іншими унікальними характеристиками.

**“Залежна” (*captive*)**. У таких ГЛСВ невеликі постачальники є залежними від одного або декількох покупців, які є досить впливовими. Такі ланцюги характеризуються високим ступенем контролю з боку провідної компанії. Асиметрія влади у “залежних” ГЛСВ змушує постачальників “прив'язуватися” до власного покупця на його умовах, що часто є специфічними та притаманними лише йому. Це призводить до утворення дуже міцних зв'язків між учасниками ланцюга та високих витрат на переорієнтацію на іншого партнера як для постачальників, так і для покупців.

**Ієрархічна (*hierarchy*)**. Ієрархічна форма управління притаманна ГЛСВ, що характеризуються вертикальною інтеграцією, у яких провідна компанія самостійно розробляє та виробляє продукцію. Така управлінська структура, зазвичай, має місце, коли технічні характеристики продукції важко систематизувати, або, коли неможливо знайти компетентних постачальників. Рушійною силою утворення цих ГЛСВ є необхідність обміну знанням між ланками ланцюга, а також потреба в ефективному управлінні складними виробничими мережами та контролі за ресурсами, особливо інтелектуальною власністю. І хоча такий тип вертикальної інтеграції сьогодні

зустрічається набагато рідше, ніж у минулому, все ж він залишається важливою рисою, притаманною сучасній глобальній економіці.

Форма управління ГЛСВ може змінюватися по мірі розвитку галузі, а управлінські моделі всередині галузі можуть набувати різного вигляду на кожній окремій ланці ланцюга. Крім того, у деяких сучасних ГЛСВ можуть поєднуватися риси різних форм управління.

Ще одним важливим для аналізу ГЛСВ поняттям є **економічна модернізація** (*economic upgrading*) – просування країн, регіонів або компаній глобальним ланцюгом створення вартості до ланок із вищою вартістю з метою збільшення виграшу (зокрема, прибутків, доданої вартості, можливостей, надійності тощо) від участі у глобальному виробництві [3, с. 171]. Таким чином, економічна модернізація передбачає послідовну зміну економічних ролей і можливостей, пов'язаних з виробництвом та експортом.

У науковій літературі розрізняють чотири **типи економічної модернізації** [6, с. 1021]: 1) модернізація процесу – підвищення ефективності виробництва шляхом реорганізації виробничих систем або впровадження новітніх технологій; 2) модернізація продукту – переорієнтація на більш складні продуктові лінії; 3) функціональна модернізація – освоєння нових видів діяльності (або відмова від існуючих) з метою підвищення загального рівня навичок, необхідних для економічної діяльності; 4) ланцюгова або міжгалузева модернізація – переорієнтація економічних суб'єктів на участь в інших ГЛСВ або галузях, які, втім, часто пов'язані з попередніми.

Практичне здійснення економічної модернізації в кожному окремому випадку має свої особливості в залежності від галузі та країни, в її основі лежить організаційна структура ГЛСВ та інституційне середовище країни. Так, для деяких галузей (зокрема, легкої промисловості) характерна **лінійна модернізація**, коли країни мають досягти певного рівня кваліфікації в одній ланці ланцюга, перш ніж просуватися до наступної ланки. Інші ж галузі (зокрема, офшорні послуги або туризм) передбачають **нелінійну модернізацію**, за якої країни можуть змінювати свою позицію у ГЛСВ у будь-яких напрямках, причому різного роду зрушення можуть відбуватися одночасно.

**Висновки.** Теоретичний підхід на основі ГЛСВ дозволяє аналізувати світову економіку у двох напрямках: “зверху вниз” і “знизу вгору”. Для першого напрямку характерним є поняття управління ГЛСВ із акцентом переважно на організаційній структурі міжнародних галузей і, зокрема, на провідних компаніях. Для підходу “знизу вгору” ключовим поняттям є модернізація, що зосереджує увагу на стратегіях, які використовуються країнами, регіонами та іншими економічними суб'єктами для підтримання або покращення своїх позицій у світовій економіці.

#### **Використані джерела:**

1. *Гладій І. Й.* Міжнародні виробничі мережі в Європі : [монографія] / І. Й. Гладій, І. Я. Зварич. – Тернопіль : Економічна думка, 2011. – 292 с.
2. *Дугінець Г. В.* Особливості формування міжнародних виробничих мереж в сучасних умовах / Г. В. Дугінець // Теоретичні і практичні аспекти економіки та інтелектуальної власності. – 2013. – Т. 1, № 1. – С. 243-247.
3. *Рогач О. І.* Характерні риси розвитку міжнародного виробництва ТНК в посткризовий період / О. І. Рогач // Актуальні проблеми міжнародних відносин. – 2013. – № 112 (ч. 2). – С. 276-280.
4. *Abonyi G.* Linking Greater Mekong Subregion Enterprises to International Markets: The Role of Global Value Chains, International Production Networks and Enterprise Clusters / G. Abonyi. – New York : The United Nations Economic and Social Commission for Asia and the Pacific, 2007. – 89 p.

5. Gereffi G. Global Value Chain Analysis: A Primer / G. Gereffi, K. Fernandez-Stark. – Durham : Center on Globalization, Governance & Competitiveness, Duke University, 2011. – 40 p.
6. Gereffi G. The Global Economy: Organization, Governance, and Development / G. Gereffi // The Handbook of Economic Sociology. – Princeton and Oxford : Princeton University Press, 2005. – Ch. 8. – P. 160-182.
7. Gereffi G. The governance of global value chains / G. Gereffi, J. Humphrey, T. Sturgeon // Review of International Political Economy. – February 2005. – No. 12. – P. 78-104.
8. Gereffi G. The organization of buyer-driven global commodity chains: How US retailers shape overseas production networks / G. Gereffi // Commodity Chains and Global Capitalism. – Westport, CT : Greenwood Press, 1994. – P. 95-122.
9. Humphrey J. How Does Insertion in Global Value Chains Affect Upgrading in Industrial Clusters? / J. Humphrey, H. Schmitz // Regional Studies. – 2002. – Vol. 36(9). – P. 1017-1027.
10. Inserting Local Industries into Global Value Chains and Global Production Networks: Opportunities and Challenges for Upgrading / [G. Gereffi, J. Humphrey, R. Kaplinsky et al.] ; ed. by O. Memedovic. – Vienna : UNIDO, 2004. – 74 p.
11. Porter M. Competitive Advantage: Creating and Sustaining Superior Performance / M. Porter. – New York : The Free Press, 1985. – 580 p.
12. Sturgeon T. J. How Do We Define Value Chains and Production Networks / T. J. Sturgeon // Institute of Development Studies Bulletin. – April 2001. – Vol. 32, No. 3. – P. 9-18.

**Кравцова И. В. Теоретические основы исследования мировой экономики на базе глобальных цепочек создания стоимости.**

*В статье раскрывается сущность глобальных цепочек создания стоимости, обобщаются теоретические подходы к исследованию мировой экономики на их основе. Рассмотрены типы глобальных цепочек создания стоимости, причины их возникновения, формы управления, а также понятие экономической модернизации в данном контексте.*

**Ключевые слова:** глобальные цепочки создания стоимости, мировая экономика, добавленная стоимость, экономическая модернизация.

**Kravtsova I. V. Theoretical grounds of investigating the world economy on the basis of global value chains.**

*The article discovers the essence of global value chains, generalizes theoretical approaches to investigating the world economy within this framework. The types of global value chains, their origins, types of governance, as well as the concept of economic upgrading are considered.*

**Keywords:** global value chains, world economy, value added, economic upgrading.

УДК 330.8

**Манжула Є. В.**  
**Національний педагогічний університет**  
**імені М. П. Драгоманова**

## **КООПЕРАЦІЯ ЯК ФАКТОР ЕКОНОМІЧНОГО ТА СОЦІАЛЬНОГО РОЗВИТКУ**

*В статті здійснено аналіз поглядів науковців на суть і значення процесів кооперації, а також розглянуто основні напрямки їх впливу на економічний розвиток країни.*

**Ключові слова:** кооперація, сільськогосподарська кооперація, кооператив, виробничий кооператив, обслуговуючий кооператив, споживчий кооператив, акціонерне товариство, спілка.