

Ю.А. Трич, асп. (БрГТУ, г. Брест)

## **ЦЕПОЧКИ СОЗДАНИЯ СТОИМОСТИ НА ПРЕДПРИЯТИЯХ СТЕКЛЬНОЙ ПРОМЫШЛЕННОСТИ**

Основной целью развития промышленного производства Республики Беларусь на период до 2020 года является формирование конкурентоспособного инновационного промышленного комплекса, ориентированного на создание высокопроизводительных рабочих мест и рост производительности труда по добавленной стоимости не ниже 50 процентов от европейского уровня, увеличение выпуска соответствующей мировым стандартам продукции, наращивание экспортного потенциала и увеличение доли добавленной стоимости в объеме промышленной продукции в 2020 году до 35-37 процентов.

Основы концепции цепочки создания стоимости были разработаны М. Портером в 1985 году. Конкурентоспособность предприятий рассматривается в рамках концепции цепочки создания стоимости. Глобальный характер изучаемого явления отмечен в трудах Г. Джереффи, Р. Каплински, К. Фернандез-Старк.

В книге "Конкурентное преимущество" М. Портер описывает цепочки создания стоимости (далее - ЦСС) как совокупность различных видов деятельности предприятия, которые направлены на разработку, производство, маркетинг, доставку и обслуживание своих продуктов. [1].

Г. Джереффи обосновал различие между двумя видами ЦСС: цепочки, управляемые покупателями, и цепочки, управляемые производителями. Кроме того, он определил следующие измерения ЦСС: структуру, географию, управление и институциональную среду [2].

Для эффективного стратегического управления предприятием стекольной промышленности нужно четко представлять ЦСС выпускаемой продукции, которая выходит на рынок сбыта. ЦСС в деятельности предприятий стекольной промышленности состоят из нескольких взаимовлияющих друг на друга звеньев. На этапе производства в качестве производственной составляющей рассматриваются основные этапы технологического процесса, другими словами, производство продукции осуществляется по технологии, при соблюдении которой и формируется ЦСС, реализуемая в производственном цикле предприятия. В ЦСС включается весь процесс выпуска продукции, что в результате позволит оценивать производственные издержки по всем этапам создания стоимости, анализировать процесс ее создания по-

этапно, что в последствии создаст предпосылки для разработки стратегического плана развития предприятия.

ЦСС начинается с исследования рынка сбыта готовой продукции, определения спроса на нее, оценки конкурентоспособности и заканчивается реализацией на рынке сбыта.

ЦСС □ это система взаимосвязанных видов деятельности, классифицированных по определенным (актуальным) признакам для структуризации стоимостных процессов, связанных с производством и реализацией конкурентоспособности продукции (услуг) и выработки стратегий ее роста. ЦСС в среде природопользования представляет собой систему технически и организационно связанных видов деятельности, основанных на максимизации добавленной стоимости и чистой прибыли с учетом всех стадий жизненного цикла конкурентоспособного продукта и его экологической эффективности существования.

Вертикально-интегрированная структура – способ увеличения добавленной стоимости при создании продукта и продвижений его до конечного потребителя, основанных на единстве разных стадий технологического процесса (цепочки), включающей этапы добычи ресурсов, производства сырья, материалов и реализацию изготовления готовой продукции.

Рассматривая классификацию типов вертикальной интеграции с позиции ЦСС, особый интерес представляет интеграция, основанная на взаимосвязанных стадиях технологической цепочки, так называемой интеграции "вверх" (объединение с предприятиями предыдущих технологических операций) и интеграции "вниз" (объединение с предприятиями предыдущих технологических операций). Эффективное функционирование мировой экономики некоторые ученые видят в скоординированном международном регулировании глобальных цепочек создания добавленной стоимости с учетом социальных и экологических факторов.

## ЛИТЕРАТУРА

1. Портер, М. Конкурентное преимущество: как достичь высокого результата и обеспечить его устойчивость : пер. с англ. / М. Портер - Изд. 2-е. - М. : АльпинаБизнесБукс, 2005, - 715 с.
2. Gereffi G. The Organization of Buyer-Driven Global Commodity Chains and Global Capitalism. L.: Praeger, 1994.