

Література

1. *Гребиньяк Лоуренс Дж.* Как заставить работать вашу стратегию / пер. с англ. — М. : Баланс Бизнес Букс, 2006. — 352 с.
2. *Шейн Э. Х.* Организационная культура и лидерство / Пер. с англ. под ред. В.А. Спивака. — СПб: Питер, 2002. — 336 с.
3. *Martin, J. M. and C. Siehl.* Organization Culture and Counterculture: An Uneasy Symbiosis. — *Organizational Dynamics*, 1983, V01.12, no.2, 52-64. — in *Ogbonna Emmanuel.* Managing Organisational Culture: Fantasy or Reality? *Human Resource Management Journal*, Volume 3, Issue 2, December 1992, Pages: 42—54, Article first published online: 30 JAN 2007, DOI: 10.1111/j.1748-8583.1992.tb00309.x
4. *Камерон К., Куинн Р.* Диагностика и изменение организационной культуры / Пер. с англ. под ред. И.В. Андреевой. — СПб.: Питер, 2001. — 320 с.
5. *Silverzweig, S. and R.F. Allen.* Changing the Corporate Culture. *Sloan Management Review*, 1976, Vo1.17, no.3, 33-49. — in *Ogbonna Emmanuel.* Managing Organisational Culture: Fantasy or Reality? *Human Resource Management Journal*, Volume 3, Issue 2, December 1992, Pages: 42—54, Article first published online: 30 JAN 2007, DOI: 10.1111/j.1748-8583.1992.tb00309.x

Н. В. Ревуцька, к.е.н., доцент,
доцент кафедри економіки підприємства,
Київський національний університет імені Тараса Шевченка,
e-mail: natali_ucela@ukr.net
О. О. Гришкова,
студентка 1-го курсу магістратури
спеціальності «Економіка підприємства»,
Київський національний університет імені Тараса Шевченка,
e-mail: grishkova_elena@mail.ru

ДОСЛІДЖЕННЯ ЛАНЦЮГА СТВОРЕННЯ ЦІННОСТІ НА ПІДПРИЄМСТВІ

**Ревуцькая Наталия,
Гришкова Елена**
Исследование цепи создания
ценности на предприятии

**Revutska Nataliia,
Grishkova Olena**
Research of enterprise values
chain

В українських реаліях виробничі підприємства зіштовхуються з великою кількістю проблем, а саме неефективним менеджментом, неготовністю вищого керівництва пристосуватись до ринкових умов функціонування економіки, недоліками правової системи, нездатністю вітчизняних підприємств конкурувати з іноземними товарови-

робниками. Останнє особливо загострюється в умовах підписання Україною та Європейським Союзом угоди про зону вільної торгівлі. Вітчизняним виробникам у своїй господарській діяльності слід визначити стійкі конкурентні переваги і здійснювати виробничу діяльність із меншими витратами або більш ефективно, ніж конкуренти. Цього можна досягти, досліджуючи ланцюг створення цінності, що дозволяє виділити стратегічні види діяльності, і таким чином, оптимізувати витрати на виробництво продукції.

Ланцюг створення цінності (Value Chain) — це інструмент аналізу потенційних джерел створення вищої цінності для споживачів і виявлення ефекту синергізму. Ціннісний ланцюг включає в себе всі види діяльності підприємства, спрямовані на створення додаткової вигоди для споживача. У традиційній бізнес-моделі компанії ці види діяльності включають розробку, виробництво, маркетинг, збут і підтримку нею своїх продуктів.

У більшості випадків, ланцюг створення цінності навіть для підприємств однієї галузі є різним і може варіюватися залежно від асортименту продукції, ринкових сегментів, географічного розташування та каналів збуту. Це обумовлюється історією створення кожного підприємства, його стратегією, а також ефективністю його функціонування. Загалом для будь-якого підприємства можна виділити такі основні види діяльності [3, с. 72—81]:

1. Внутрішня логістика — включає в себе отримання, зберігання та трансфер ресурсів у виробництво (організація складського господарства, контроль за матеріально-технічними запасами, вантажно-розвантажувальні роботи, організація транспорту тощо).

2. Виробництво — полягає у перетворенні вхідних ресурсів у готову продукцію (робота устаткування, упаковка, ремонт тощо).

3. Зовнішня логістика — включає види діяльності, які пов'язані зі зберіганням та доставкою готової продукції споживачу (вантажно-розвантажувальні роботи, транспортування, обробка та визначення часу виконання замовлень тощо).

4. Маркетинг — ця діяльність спрямована на організацію та стимулювання продажу продукції підприємства (реклама, просування продукту на ринок, робота торгового персоналу, вибір каналів збуту, цінова політика тощо).

5. Сервіс та обслуговування — вид діяльності, який пов'язаний із послугами підтримки товару, що збільшують цінність від його споживання (установка, ремонт, налагодження продукту, консультування тощо).

Допоміжні види діяльності також являються складовими ланцюга створення цінності на підприємстві [1, с. 13]:

1) інфраструктура: організаційна структура, системи контролю, корпоративна культура і т.п.;

2) управління персоналом: пошук і найм персоналу, його навчання, розвиток і мотивація;

3) розробка технологій (інноваційна діяльність): створення технології для забезпечення створення доданої вартості;

4) матеріально-технічне забезпечення: купівля сировини, матеріалів, устаткування тощо.

Об'єднуючись, основні та допоміжні види діяльності характеризують комплексний характер функціонування підприємства та забезпечують максимізацію його прибутку. Проте, всі види діяльності, без виключення, потребують здійснення витрат.

У сучасних умовах підприємству не достатньо мати стартовий капітал та нове устаткування для виробництва продукції. Необхідно достатню увагу також приділити таким аспектам, як матеріально-технічне забезпечення та збут готової продукції, оскільки саме через неефективно налагоджене функціонування цих напрямків рентабельність господарської діяльності підприємства знижується.

Практика показує, що у процесах постачання приховано до 70 % можливостей збільшення прибутку підприємства за рахунок скорочення витрат. Але для реалізації цих можливостей потрібні спеціальні інструменти.

Так, дослідження ланцюга створення цінності в розрізі логістичного ланцюга свідчить, що у процесі функціонування вітчизняних підприємств витрати на логістичний ланцюг складають до 50 % вартості продукції, тоді як у Європі вони складають 14 %, у США — 9 %. Ці дані свідчать, що виробники продукції несуть необумовлено високі витрати у частині ланцюга зовнішньої логістики, тобто доставці виготовленої продукції споживачу. Наслідком цього є скорочення масштабів збуту продукції, тобто зменшення обсягів виготовлення продукції, що зумовлює зниження рентабельності підприємства.

Сучасними рішеннями щодо оптимізації цього напрямку діяльності є застосування на підприємстві таких широковживаних програмних продуктів, як SAP, Oracle та 1 С, які дозволять оптимізувати витрати на збут продукції.

При дослідженні ланцюга створення цінності підприємства обов'язково необхідно оцінювати власний ланцюг у порівнянні з аналогічними ціннісними ланцюгами конкурентів. Сьогодні у розвинених країнах дуже широко застосовується бенчмаркінг, що дозволяє порівнювати аналіз ефективності власної компанії з більш успішними. Бенчмаркінг застосовується у всіх сферах діяльності підприємства. Також необхідно акцентувати увагу на то-

му, що підприємство має застосовувати досвід досвідченіших компаній, корегуючи його під власні реалії.

Підсумовуючи зазначене, можна зробити висновок, що для ефективної діяльності виробничих підприємств слід керуватися управлінням ланцюгом створення цінності, оскільки він допомагає визначити джерела формування витрат і прибутку підприємства та визначити його сильні і слабкі сторони. До управління ланцюгом створення цінності слід підходити комплексно, застосовуючи досвід успішних компаній і постійно удосконалювати його структуру.

Література

1. *Кревенс Д. В.* Стратегический маркетинг / пер. с англ. — М.: Издат. дом «Вильямс», 2003. — 576 с.
2. *Криворучко Я. Ю.* Концепція цінності у маркетингу / Я. Ю. Криворучко // Вісник Національного університету «Львівська політехніка». — 2007. — № 4. — С. 100—106.
3. *Портер М.* Конкурентное преимущество: как достичь высокого результата и обеспечить его устойчивость / пер. с англ. — М.: Альпина Бизнес Букс, 2005. — 715 с.

Є. М. Рудніченко, к.е.н., доцент,
доцент кафедри менеджменту,
Хмельницький національний університет,
e-mail: boretsmagistr@rambler.ru

ВИБІР ІНСТРУМЕНТІВ МОДЕЛЮВАННЯ ВПЛИВУ ФІСКАЛЬНИХ ОРГАНІВ НА СИСТЕМУ ЕКОНОМІЧНОЇ БЕЗПЕКИ ПІДПРИЄМСТВА

Рудніченко Євгеній
Вибор инструментов моделирования
влияния фискальных органов
на экономическую безопасность
предприятия

Rudnichenko Yevgeniy
Selection of simulation tools
for fiscal system of economic
security of enterprise

Поглиблення сучасних досліджень у сфері взаємодії суб'єктів господарювання з зовнішнім середовищем дозволяє певним чином удосконалити класичні підходи до трактування економічних явищ та процесів, сформувані корисну для формування управлінських рішень як на мікро-, так і на макрорівні інформацію. Аналізуючи існуючі методики оцінювання економічної безпеки