

Экономико-теоретические подходы к определению цепочки ценности и стоимости

© 2012 В.С. Осипов

кандидат экономических наук
старший научный сотрудник

Институт экономики Российской академии наук, г. Москва

E-mail: zeldner@inecon.ru

Проводится анализ понятий ценности и стоимости в работах дореволюционных и современных зарубежных и российских ученых, а также их соотношения в системе стратегического управления.

Ключевые слова: стоимость, ценность, цепочка ценности, цепочка стоимости, воспроизводственный процесс.

Инструментарий стратегического управления фирмой постоянно пополняется новыми идеями или вариациями старых идей, модифицированных современными учеными в соответствии с духом времени¹. Так, незаметно в научной литературе понятия “управление цепочкой стоимости” (в литературе встречается также термин “управление цепочкой добавленной стоимости”) и “управление цепочкой ценности” отождествились, а ряд авторов стали считать эти понятия синонимами, не вдаваясь в тонкости теоретизирования.

Выявление сущности и разграничение понятий цепочки ценности и стоимости позволяют более взвешенно и объективно подходить к использованию этих инструментов в практике стратегического управления воспроизводственным процессом. Рассмотрим содержание обоих инструментов и начнем с их определений.

Вообще, смешение понятий в некое эклектичное единство объясняется двумя основными причинами, первая из которых заключается в термине “цепочка”, присутствующем в обоих названиях инструментов (“*chain*”, англ.). Действительно, оба инструмента построены на идее пооперационного или поэтапного совершенствования воспроизводственного процесса в деятельности фирм – участников цепочки. Один из современных исследователей теории управления цепочками Р. Каплински отмечает, что “цепочка накопления стоимости охватывает полный спектр видов деятельности, необходимых для обеспечения прохождения продуктом или услугой полного цикла с момента их создания, через промежуточные стадии производства (включая сочетание физических преобразований и вклада различных служб производителя), до доставки конечному потребителю и утилизации после использования”². В данном определении, как мы

видим, отсутствует указание на сокращение издержек внутри цепочки. Фактически автор акцентирует внимание на идее пооперационного управления воспроизводственным процессом.

Вторая причина кроется в отождествлении двух понятий “*стоимость*” и “*ценность*” в экономической литературе, в содержательной сущности терминов в иностранной литературе при их переводе, а также в связи с идеологическими причинами. Так, в учебном пособии “Эволюция теории стоимости” оба термина прямо отождествляются³. В работах автора инструмента “управление цепочкой ценности”, американского ученого М. Портера, изданных на русском языке разными издательствами, используются термины как “ценность”, так и “стоимость”⁴.

Проблема состоит в неправильном, с точки зрения экономической теории, переводе термина “*value*” (а также термина “*cost*”) с английского языка на русский⁵. Причем эта проблема появилась не в последнее время.

Так, если обратиться к главному труду К.Маркса, то в изданиях периода до 1917 г. вместо понятия “стоимость” и “потребительная стоимость” используются термины “ценность” и “потребительная ценность”⁶, а в послереволюционных изданиях (изданных после 1917 г.) используются термины “стоимость” и “потребительная стоимость”.

Стоимость как экономическая категория является одной из самых ранних в экономической науке и, как мы отметили выше, самых важных; она вызвала интерес еще древних ученых, практически каждый ученый считал необходимым обратить внимание на проблему формирования стоимости (здесь и далее мы подразумеваем под стоимостью ее современное содержание), а именно “отношение, в котором одна вещь обменивается на другую, определенное ко-

личество одного продукта на определенное количество другого продукта”⁷).

Цепочка стоимости представляет собой такое сочетание видов и способов осуществления операций воспроизводственного процесса, при которых меньшее количество экономических благ (основных факторов производства, сырья, полуфабрикатов, комплектующих) позволяет получить большее количество экономического блага (готового продукта) для конечного потребителя. Идеологически цепочка стоимости выражается в сокращении затрат по всем операциям производственного цикла и в получении готового продукта с наименьшими издержками.

Цепочка стоимости охватывает все организации и виды деятельности, связанные с перемещением и преобразованием товаров, начиная со стадии сырья и исходных материалов и заканчивая доставкой готовых продуктов конечному потребителю. Основная задача управления цепочкой стоимости заключается в таком пооперационном улучшении воспроизводственного процесса, в котором происходит сокращение затрат производителей на всех этапах воспроизводственного процесса.

В зарубежной литературе инструмент управления стоимостью активно рассматривается как инструмент бюджетирования, контроллинга и управленческого учета (*cost management*⁸, англ.). Основная задача, которая решается в рамках управления стоимостью, заключается в жестком контроле над затратами всех участников цепочки, максимально возможное сокращение таких затрат, осуществление действий, направленных на обоюдное сокращение затрат всеми участниками цепочки стоимости на всех этапах воспроизводственного процесса, по всем операциям производственного цикла. По времени формирования концепция управления стоимостью является более ранней, чем концепция управления цепочкой ценности. Стратегия лидерства в издержках названа родовой и является первой по значимости стратегией развития бизнеса в современной теории менеджмента. Идею стратегии лидерства в издержках (как результат управления стоимостью) изложил М. Портер, назвав ее одной из трех базовых (родовых) стратегий: “...чтобы обеспечить лидерство в издержках, необходимо активно создавать производственные мощности экономически эффективного масштаба, энергично добиваться снижения издержек на основе накопления опыта, жестко контролировать производственные и накладные расходы, избегать мелких операций с клиентами, минимизировать затраты в таких областях, как исследования и разработки, обслуживание, система сбыта, реклама

и т.п. Все это требует огромного внимания к контролю издержек со стороны менеджмента”⁹.

Выдающиеся российские дореволюционные ученые в своих работах использовали термины “ценность” и “потребительная ценность”. Так, П.Б. Струве отмечает, что “ценность есть понятие идеального, или должного соотношения между благами в процессе обмена”¹⁰. Другой выдающийся российский ученый А.А. Мануилов указывает со ссылкой на своего австрийского коллегу Е. Бем-Баверка: “...почти все важные и сложные проблемы, в особенности крупные вопросы о распределении доходов - о поземельной ренте, о заработной плате, о проценте на капитал - имеют свои корни в теории ценности”¹¹. У австрийского ученого дано определение ценности в таком виде: “Ценностью в субъективном смысле мы называем то значение, какое имеет известное материальное благо или совокупность известного рода материальных благ для благополучия субъекта”¹².

Выдающийся русский ученый В.Я. Железнов в своем объемном труде поясняет понятие ценности так: “Хозяйственные блага имеют для людей значение, ценятся ими, с точки зрения зависимости от них материального благосостояния”¹³. Как мы отмечали ранее, сразу после октябрьской революции 1917 г. понятие “ценность” полностью ушло из политэкономической литературы и было заменено (вероятнее всего, по идеологическим причинам) термином “стоимость”, и только в наше время “ценность” как термин начинает появляться, делает первые робкие шаги, возвращаясь в экономическую науку. “Цепочка ценности” возвращается в экономическую науку как новый инструмент стратегического управления воспроизводственным процессом, сущность которого выражается в следующем. Удовлетворение потребностей потребителя является основой процветания бизнеса и его конкурентоспособности в современных условиях. Взаимодействие власти и бизнеса становится условием формирования эффективной экономики¹⁴. На первый план выходит качество удовлетворения или степень удовлетворения потребностей потребителя. Чем выше качество или степень удовлетворения потребностей последнего, тем выше оказывается конкурентоспособность бизнеса. В 1980 г. американский ученый М. Портер выдвинул идею управления цепочкой ценности¹⁵. Управление цепочкой ценности как концепция стратегического управления бизнесом состоит в формировании и выполнении операций таким образом, чтобы максимально удовлетворить потребности потребителя. Моделирование, проектирование и выполнение операций

осуществляется с условием, что эти операции принесут ценность потребителю, т.е. они направлены на удовлетворение его потребностей. “Цепочка ценности представляет собой систему взаимозависимых видов деятельности, между которыми существуют взаимосвязи. Способность компании дифференцировать свою деятельность отражает вклад каждого создающего ценность вида деятельности в удовлетворение потребностей покупателя”¹⁶.

Мы видим, что сравнение двух концепций дает совершенно очевидное различие в их ключевых идеологиях. Управление цепочкой ценности направлено на максимально возможное удовлетворение потребности потребителя, на включение потребителя в процесс совместного формирования продукта, в то время как управление цепочкой стоимости направлено на максимальное возможное сокращение издержек и получение конкурентного преимущества за счет низкой цены конечного продукта.

В книге М. Портера “Конкурентное преимущество” имеется глава “Цепочка создания стоимости и анализ издержек”¹⁷. Мы уже упоминали, что перевод терминов (“*value*” и “*cost*”) нанес серьезный ущерб содержательной части обеих концепций - неправильным применением инструментов стратегического управления воспроизводственным процессом. В указанном издании также имеет место неверный перевод, и из названия главы в оригинале “*The Value Chain and Cost Analysis*”¹⁸ становится понятна идея М. Портера о необходимости совмещения двух концепций для получения устойчивого конкурентного преимущества в воспроизводственном процессе на современном этапе развития экономики - удовлетворение потребности потребителя с минимальными затратами. Как оказывается, Портер далеко не первый, кто догадался о тесном взаимодействии стоимости и ценности в воспроизводственном процессе.

К. Маркс также указал на раздвоение терминов “*стоимость*”¹⁹ и “*ценность*”²⁰ в духе открытого им закона двойственности экономических явлений и обозначил второй смысл в виде терминов “*естественная стоимость*” или “*естественная ценность*”. Далее К. Маркс уже не возвращался к явлению “*естественная ценность*” и оперировал понятиями “*ценность*” и “*потребительная ценность*” (в дореволюционных изданиях), “*стоимость*” и “*потребительная стоимость*” (в послереволюционных изданиях).

Выдающийся русский ученый М.И. Туган-Барановский разграничил понятия “*стоимость*” и “*ценность*”. По М.И. Туган-Барановскому, “всякая хозяйственная деятельность стремится

согласоваться с обоими требованиями хозяйственного принципа, в котором находят себе отражение две основных логических категории хозяйства - стоимости (затраты) и ценности (получки)”²¹. Он пришел к выводу о том, что стоимость - это затраты организации, а ценность - удовлетворение потребностей потребителя (“*получки*”). М.И. Туган-Барановский определил, что ценность имеет непосредственное отношение к способности предметов удовлетворять потребности, т.е. к полезности предметов. Под стоимостью какого-либо хозяйственного предмета нужно понимать хозяйственную затрату, совершенную для приобретения этого хозяйственного предмета²². Идею органического синтеза трудовой теории стоимости и теории предельной полезности с использованием экономико-математических методов реализовал другой русский ученый В.К. Дмитриев. В частности, он отмечал, что, хотя А. Смит и определил разницу между меновой ценностью и потребительной ценностью, но он “не сумел дать столь же точного определения “потребительной ценности или полезности”. Первое вполне правильное определение понятия “полезность” мы находим у итальянского экономиста прошлого века Ф. Галиани: “Полезностью я называю способность вещи доставлять счастье” (*Galiani F. Trattato della moneta. Napoli, 1750. С. II. P. 59*)”²³. Несмотря на терминологические отличия, совершенно очевидно, что как Галиани, так и Дмитриев обнаруживал двойственность понятия ценности. “Источник стоимости товара Галиани пытался вывести и из его полезности, и из затрат труда на его производство”²⁴.

Выдающийся ученый и политический деятель Российской империи Н.Х. Бунге писал, что “улучшение в качестве и уменьшение количества труда, потребного для производства какого бы то ни было произведения, уменьшает ценность последнего, выраженную трудом, и увеличивает ценность труда, выраженную произведениями... чтобы предмет имел ценность, он должен быть полезен”²⁵. Здесь следует отметить взгляд современных ученых на проблему формирования отношений собственности на средства производства как фактора развития экономических отношений. Необходимо учитывать при формировании таких отношений, как отмечают, например, российские ученые А.Г. Зельднер и Р.И. Ширяева, “реальную эффективность”²⁶.

Интересным также представляется фрагмент трудов выдающегося ученого Дж.С. Милля: “... скрытая сила, заставляющая стоимости вещей согласовываться в конечном счете с издержками производства, заключается в том, что иначе бы изменилось бы предложение товара”²⁷. Следует

отметить, что в связи с ранее упоминавшейся идеологической “обработкой” термина “ценность” в послереволюционной политэкономической литературе в оригинале трудов Милля также использован термин “value”¹. Следует подчеркнуть мудрость и прозорливость М.И. Туган-Барановского, который практически на век опередил современных ученых в части формирования стратегических механизмов управления воспроизводственным процессом для получения устойчивых конкурентных преимуществ в контексте совмещения двух идей - управления цепочкой ценности и управления цепочкой стоимости. Великий русский экономист точно описал проблему “стоимость-ценность”, указав, что это двойственная проблема, равно как и многие другие в экономической теории. Проблема “стоимость-ценность” ко всему прочему носит идеологический характер и кроется в противоречии трудовой теории стоимости (классическая школа экономической теории) и теории предельной полезности (австрийская школа экономической теории), которое гениально разрешено М.И. Туган-Барановским путем совмещения интересов производителя и потребителя товара. Тем не менее, с сожалением отмечаем также и большое наложение идеологии на термин “ценность”, и его предание забвению в период советского прошлого. По нашему мнению, именно идеология невозможности использования “капиталистического” термина “ценность” помешала развитию идей М.И. Туган-Барановского и разработке концепции удовлетворения потребностей потребителя как одной из граней процесса воспроизводства производственных отношений.

¹ Зельднер А.Г. Место стратегирования в понятийно-категориальной системе прогнозирования // Экономические науки. 2012. □ 8 (93). С. 7.

² Каплински Р. Распространение положительного влияния глобализации. Какие выводы можно сделать на основании анализа цепочки накопления стоимости. М., 2002. С. 14.

³ Эволюция теории стоимости: учеб. пособие / под ред. проф. Я.С. Ядгарова. М., 2010. С. 9.

⁴ См.: Портер М. Конкуренция. СПб.; М., 2003. С. 87; Его же. Конкурентное преимущество. Как достичь высокого результата и обеспечить его устойчивость. М., 2005. С. 70.

⁵ “Ценность, стоимость, цена” (Мюллер В.К. Новый англо-русский словарь. М., 2003. С. 862).

⁶ Маркс К. Капитал. Т. I. СПб., 1899. С. 1. (в изд. 1907 г. термины сохранились).

⁷ Маркс К. Капитал. Т. I. М., 1963. С. 44.

⁸ См., например: Shim J.K., Siegel J.G. Modern Cost Management & Analysis. N.Y., 2000. Или: Bea F.X., Dichtl E., Schweitzer M. Allgemeine Betriebswirtschaftslehre. Bd.2. Stuttgart, 2001.

⁹ Портер М. Конкурентная стратегия. Методика анализа отраслей и конкурентов. М., 2007. С. 73.

¹⁰ Струве П.Б. Хозяйство и цена. Критические исследования по теории и истории хозяйственной жизни. Ч.1. Хозяйство и общество. Цена-ценность. СПб.; М., 1913. С. 88.

¹¹ Мануилов А. Понятие ценности по учению экономистов классической школы. М., 1900. С. 3. Со ссылкой: Бем-Баверк Е. Основы теории ценности хозяйственных благ. СПб.; М., 1900. С. 13. См. также: Орженцкий Р. Учение об экономическом явлении. Введение в теорию ценности. Одесса, 1903.

¹² Бем-Баверк Е. Указ. соч. С. 7.

¹³ Железнов В.Я. Очерки политической экономии. М., 1912. С. 359.

¹⁴ Халтурин Р.А. Развитие инфраструктуры и возможности государственно-частного партнерства // Экономические науки. 2012. □ 5 (90). С. 29.

¹⁵ М.Е. Porter. Competitive Strategy. N.Y., 1980.

¹⁶ Портер М. Конкуренция. СПб.; М., 2003. С. 87-88.

¹⁷ Портер М. Конкурентное преимущество. Как достичь высокого результата и обеспечить его устойчивость. М., 2005. С. 107.

¹⁸ Porter M.E. Competitive Advantage. Creating and Sustaining Superior Performance. N.Y., 2004. P. 64.

¹⁹ Маркс К. Капитал. Т. I. М., 1963. С. 44. Естественная стоимость [natural worth] какой-либо вещи состоит в ее способности удовлетворять потребности или служить удобствам человеческой жизни (Locke J. Some considerations of the consequences of the lowering of interest, 1691).

²⁰ Маркс К. Капитал. Т. I. СПб., 1899. С. 2. Естественная ценность (Worth) какой-либо вещи состоит в способности удовлетворять жизненным потребностям или удобствам (Locke J. “Some considerations of the consequences of the lowering of interest”, 1691).

²¹ Туган-Барановский М.И. Основы политической экономии. Пг., 1915. С. 43.

²² Там же. С. 59.

²³ Дмитриев В.К. Экономические очерки. (Серия I-ая: Опыт органического синтеза трудовой теории ценности и теории предельной полезности). М., 1904.

²⁴ URL: <http://dic.academic.ru>.

²⁵ Бунге Н.Х. Очерки политико-экономической литературы. СПб., 1895. С. 236-237.

²⁶ Зельднер А.Г., Ширяева Р.И. Приватизация в стратегии решения проблем бюджетного дефицита // Экономические науки. 2011. □ 1 (74). С. 11.

²⁷ Милль Дж.С. Основы политической экономии. Т. 2. М., 1980. С. 192.

²⁸ Mill J.S. Principles of Political Economy. Part 2. Toronto, 1965. P. 473.

Поступила в редакцию 01.11.2012 г.