

УДК: 330.1

JEL: F000

К. С. Неведов, А. Ю. Панибратов

ГЛОБАЛЬНЫЕ ЦЕПОЧКИ ЦЕННОСТИ: ОСНОВНЫЕ АСПЕКТЫ И АКТУАЛЬНЫЕ НАПРАВЛЕНИЯ ИССЛЕДОВАНИЙ

Санкт-Петербургский государственный университет, Российская Федерация, 199034,
Санкт-Петербург, Университетская наб., 7/9

В статье рассматриваются особенности становления и развития концепции глобальных цепочек ценности и проводится систематизация существующих исследований по различным аспектам анализа данного феномена с целью выявления актуальных направлений дальнейших исследований. Особое внимание уделяется институциональному аспекту в его взаимосвязи с другими аспектами анализа в контексте включения в глобальные цепочки ценности компаний из стран с развивающимися рынками. На основе систематизации и изучения научных статей выделяются два наиболее перспективных направления дальнейших исследований: влияние институциональной дистанции между странами — участниками глобальных цепочек ценности на параметры конфигурации этих цепочек и роль различных видов контрактных отношений между компаниями в конфигурации и совершенствовании операций внутри глобальных цепочек ценности. Влияние институтов, а также развитие в глобальных цепочках ценности применительно к компаниям из стран с развивающимися рынками представляются наиболее перспективными аспектами для расширения имеющегося спектра работ по проблемам анализа глобальных цепочек ценности.

Ключевые слова: глобальные цепочки ценности, глобальные производственные цепочки, многонациональные компании из стран с развивающимися рынками, институциональный аспект анализа глобальных цепочек ценности.

GLOBAL VALUE CHAIN ANALYSIS: MAIN DIMENSIONS AND FURTHER RESEARCH AGENDA

K. S. Nefedov, A. Yu. Panibratov

St. Petersburg State University, 7/9, Universitetskaya nab., St. Petersburg, 199034, Russian Federation

In this paper we provide an overview of the origins and development of the global value chain (GVC) concept and group extant research in the field according to different aspects of the GVC analysis in order to identify promising areas for further research. Institutional dimension of the GVC analysis is emphasized in terms of the specifics of emerging-market multinational enterprises (EMNEs). Based on a detailed review and systematization of the extant research in the field two main areas for further research are identified. Firstly, the influence of institutional distance

© Санкт-Петербургский государственный университет, 2017

between different countries taking part in GVCs on GVC configuration parameters (governance type, geographical distribution of GVC operations and GVC upgrading type) and secondly, the role of various contracting methods (outsourcing, offshoring, franchizing, etc., as opposed to traditional foreign direct investment) in the configuration and improvement of GVC operations. Thus institutional and geographical aspects of the GVC analysis as well as upgrading in GVCs in the context of EMNEs are identified to be the most promising areas for future research in the field.

Keywords: global value chains, global commodity chains, emerging-market multinational enterprises, institutional dimension of the GVC analysis.

ВВЕДЕНИЕ

Интернационализация компаний, отраслей и целых стран в течение последних десятилетий существенно преобразовала международные рынки. По оценкам ЮНКТАД [World Investment Report, 2014], 80% международной торговли осуществляется через сложносоставные глобальные цепочки ценности многонациональных компаний (МНК), которые подвергаются воздействию постоянно меняющейся внешней среды и интенсивной конкуренции, что стимулирует процессы оптимизации и реструктуризации в цепочках ценности МНК [Mirza, 2015]. Компании как из развитых стран, так и из стран с развивающимися рынками активно интегрируют свои операции в тех или иных звеньях глобальных цепочек ценности, что изменяет сложноорганизованные процессы создания ценности в различных типах глобальных цепочек. Корпоративные и отраслевые цепочки приобретают все более распыленную структуру вследствие постоянно углубляющейся специализации [Sturgeon, 2002; Dean, Fung, Wang, 2007; Cattaneo, Gereffi, Staritz, 2010], а также растущей ценности кооперации и межфирменных отношений [Coe, Hess, 2007; Contractor, Reuer, 2014]. Формирование такой структуры ведет к объединению взаимосвязанных операций на отдельных стадиях производства внутри единой глобальной цепочки ценности.

Наряду с тем, что мировое производство становится все более фрагментированным и географически рассредоточенным, компании из стран с развивающимися рынками нередко включаются в глобальные цепочки ценности, что помогает им реализовывать свой потенциал и добиваться повышения уровня прибыльности операций. Изучение вопросов развития в глобальных цепочках ценности применительно к МНК из стран с развивающимися рынками является особенно актуальным. Компании данного типа вынуждены искать новые пути и стратегии для развития и улучшения своих позиций в глобальных цепочках ценности [Fleury, Fleury, Borini, 2013; Pananond, 2015], что представляет интерес с точки зрения актуализации теоретических вопросов международного бизнеса и стратегического менеджмента, созданных на материале и для анализа компаний из развитых стран и не учитывающих особенности компаний из стран с развивающимися рынками [Narula, Dunning, 2010; Ramamurti, 2012; Panibratov, 2017].

Развитие в глобальных цепочках ценности (*GVC upgrading*) все чаще находится в центре внимания научных исследований, в которых рассматривается пере-

ход производителей на процессы генерирования максимальных объемов ценности наиболее эффективным способом [Humphrey, Schmitz, 2002; Milberg, Winkler, 2011; Bernhardt, 2013; Lee, Gereffi, 2015]. В то же время внимание исследователей направлено не только на рассмотрение проблемы перехода на более выгодные позиции в рамках глобальных цепочек ценности, но и на другие взаимосвязанные аспекты анализа глобальных цепочек ценности на материале компаний из стран с развивающимися рынками. Например, в рамках географического и институционального аспектов исследуется бэкшоринг (*backshoring*) — перенос операций из стран с развивающимися рынками обратно в развитые [Mudambi, Venzin, 2010]. Число научных конференций и специальных выпусков высокорейтинговых журналов, посвященных как этому феномену, так и анализу глобальных цепочек ценности в целом, постоянно растет, а результаты исследований требуют анализа и обобщения для дальнейшего развития области.

Основная цель данной работы — систематизация существующих исследований и выявление актуальных направлений для дальнейшего развития анализа глобальных цепочек ценности применительно к контексту компаний из стран с развивающимися рынками.

Статья имеет следующую структуру. Первый раздел содержит краткое описание истоков концепции глобальных цепочек ценности и ее дальнейшего теоретического развития. Во втором разделе рассматриваются важнейшие аспекты анализа глобальных цепочек ценности, в том числе применительно к странам с развивающимися рынками. В третьем — проводится систематизация существующих исследований для выявления наименее изученных проблем. В четвертом разделе обсуждаются актуальные направления будущих исследований в контексте особенностей стран с развивающимися рынками. В заключении подводятся итоги проделанной работы.

КОНЦЕПЦИЯ ГЛОБАЛЬНЫХ ЦЕПОЧЕК ЦЕННОСТИ: СТАНОВЛЕНИЕ И РАЗВИТИЕ

Истоки концепции глобальных цепочек ценности. В основе концепции глобальных цепочек ценности лежат идеи концепции глобальных производственных цепочек (*Global Commodity Chains*) [Bair, 2005], которая возникла на базе на мир-системного подхода (*World-systems analysis*) И. Валлерстайна. В рамках данного подхода мировая экономика и мировое геополитическое устройство описываются как единая система государств и экономик (*nation states*) [Wallerstein, 1974; Hopkins, Wallerstein, 1986]. Г. Джереффи в своем исследовании [Gereffi, 1994], которое считается основополагающим для становления и развития концепции глобальных цепочек ценности, переместил фокус анализа с мир-системы на уровень отдельных единиц и разработал концепцию глобальных производственных цепочек. В отличие от мир-системного подхода в ней подчеркивается важность стратегических альтернатив и решений транснациональных компаний, а не ре-

гулятивная сила национальных государств [Gereffi, 1994; Gereffi, Korzeniewicz, 1994]. Сочетая в качестве теоретической основы рассмотрение процессов распределения создаваемой ценности и влияния между ключевыми игроками, Джереффи описывает концептуальную модель глобальной продуктовой цепочки, анализируя феномен сетевой организации глобальной экономики наряду с фрагментированной структурой производственных процессов. Поскольку понятие «глобальные производственные цепочки» было введено прежде всего для анализа систем глобального производства и распределения товаров, то оно определялось как «группа скоплений межфирменных сетей, кластеризованных вокруг отдельного *товара* как части мировой экономики», а его возникновение было обусловлено необходимостью «формулирования вопросов, относящихся к современным реалиям развития мир-систем, которые довольно сложно объяснить с помощью предыдущих парадигм...», особенно вопросам анализа «...связей между микро- и макроуровнями тех процессов, которые по умолчанию пронизывают глобальные, национальные и локальные объекты исследований» [Gereffi, Korzeniewicz, 1994, p. 2].

Рассматривая концепции глобальных цепочек ценности и глобальных продуктовых цепочек, Джереффи сформулировал основное отличие между ними: концепция глобальных цепочек ценности возникла с определенной целью — избежать узкой трактовки термина «продукт» (*commodity*) [Gereffi, Humphrey, Sturgeon, 2005]. Выбор более широкого подхода позволил уйти от ограниченности понятия «глобальные производственные цепочки», определяемого как «сеть трудовых и производственных процессов, конечный результат которых представляет собой готовый к потреблению товарно-сырьевой ресурс» [Hopkins, Wallershtein, 1986, p. 159].

Изучая истоки концепции глобальных цепочек ценности, нельзя не отметить, что она основывается на центральной для областей стратегического менеджмента и международного бизнеса концепции цепочки создания ценности, или просто цепочки ценности (*value chain*), которая также описывает создание ценности в цепочках взаимосвязанных операций по производству продукта или услуги. Эта концепция впервые была представлена М. Портером в 1985 г. как «способ систематического изучения всех операций и действий, осуществляемых компанией, и их взаимовлияния друг на друга... Цепочка ценности дезагрегирует компанию в отдельные стратегически значимые операции с целью отслеживания динамики структуры затрат и потенциальных источников для дифференциации» [Porter, 1985, p. 33]. Данная концепция позволяет сравнивать цепочки ценности компаний-конкурентов и анализировать лежащее в основе их конфигурации конкурентное преимущество¹. Изначально появившись в рамках ресурсного подхода в

¹ В большинстве случаев стадии производства продукта — от поставки сырья до момента его доставки конечному потребителю — распределены между различными компаниями, каждая из которых имеет свое конкурентное преимущество. Цепочка ценности, таким образом, схематически отображает все операции компании как компоненты ее общей стратегии, а также указывает на способ достижения фирмой конкурентного преимущества.

области стратегического менеджмента, концепция цепочки ценности может быть использована на различных уровнях анализа, но центральным, как правило, является уровень фирмы.

В то время как анализ корпоративной цепочки ценности (на уровне фирмы) широко используется для рассмотрения стратегии компании и ее конкурентного преимущества (см., напр.: [Gereffi, 1999; Mitsuhashi, Yamaga, 2006; Mudambi, 2007] и др.), анализ цепочек ценности компаний, осуществляющих международные операции (особенно если различные стадии производства расположены в разных странах), связан с концепцией глобальных цепочек ценности [Sako, 2006; Sturgeon, 2008; Frederick, Gereffi, 2011; Fleury, Fleury, Borini, 2013; Pananond, 2015].

Необходимо отметить, что концепция глобальных цепочек ценности также сопряжена с областью управления цепями поставок (*supply chain management*), но прежде всего фокусируется на международной экспансии и географической фрагментации в рамках цепей поставок и в масштабах отдельной отрасли, затрагивая всю группу операций, направленных на создание ценности [Gereffi, Fernandez-Stark, 2011]. Главное отличие научных работ в области управления цепями поставок — детальное изучение механизмов управления цепями поставок, ориентированное в основном на практический вклад исследования [Satiriano, Burrows, 2011].

В современной литературе концепция глобальных цепочек ценности применяется для анализа разнообразных явлений, включая стратегии компаний, межфирменную конкуренцию и кооперацию в глобальных отраслях.

Развитие концепции глобальных цепочек ценности. Интенсивная глобализация в 1990–2000-е гг. привела к необходимости исследования процессов, протекающих в рамках цепочек ценности, с учетом исходных ресурсов и институциональных особенностей отдельных стран. В частности, возникла необходимость систематизации механизмов раздела сфер влияния и создания конкурентных преимуществ для удержания наиболее выгодных позиций внутри глобальных цепочек ценности.

Начиная с 2000-х гг. концепция глобальных цепочек ценности стала все чаще применяться в качестве инструмента анализа в различных научных областях (рис. 1), в том числе для рассмотрения проблем международной экспансии и локальной фрагментации продуктовых цепочек [Gereffi, 1999; Humphrey, Schmitz, 2002; Sturgeon, 2008; Frederick, Gereffi, 2011; Pananond, 2015]. Глобальные цепочки ценности позволяют описать мировую экономику в виде комплекса производственных цепочек продуктов, включающих в себя внутри- и межфирменные связи [Lee, Gereffi, 2015]. В совокупности с международной фрагментацией производственных процессов и растущей интеграцией мировой торговли интернационализация МНК из стран с развивающимися рынками все более отчетливо проявляется и реализуется посредством использования этими компаниями различных контрактных стратегий (аутсорсинг, лизинг, франчайзинг) [Panibratov, 2017].

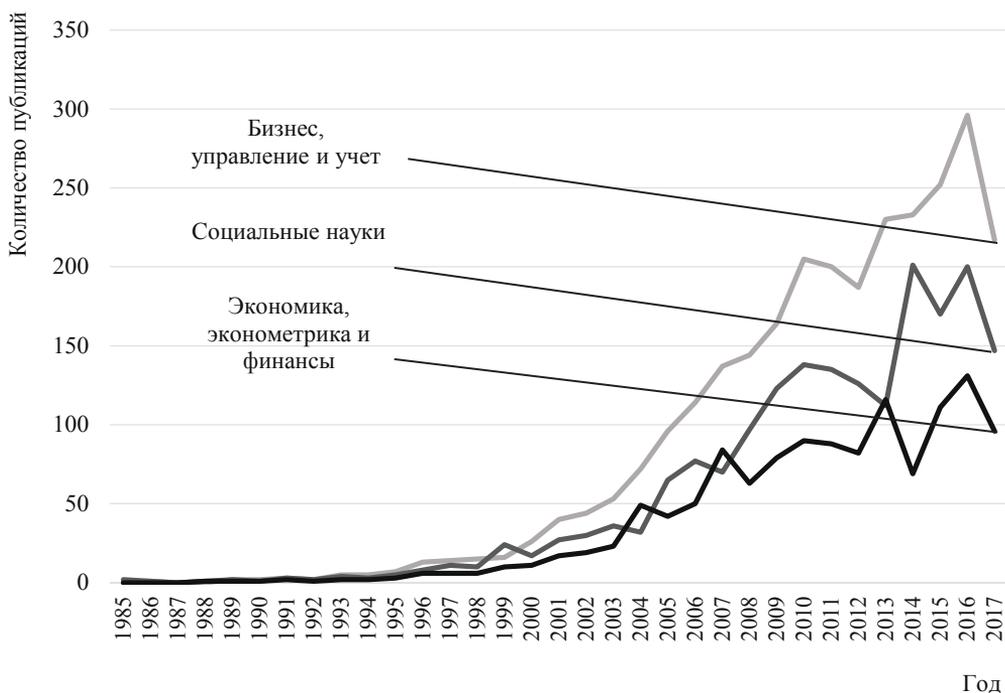


Рис. 1. Динамика публикационной активности по тематике глобальных цепочек ценности в различных областях знаний по классификации Scopus

С о с т а в л е н о п о: Scopus database (www.scopus.com).

Все более подвижные границы компаний акцентируют стратегическое значение межфирменного взаимодействия и важность его координирования [Narula, Dunning, 2010; Gui, 2010; Gammeltoft, Barnard, Madhok, 2010]. С одной стороны, компании перемещают в страны с развивающимися рынками как стандартизированные производства, так и наукоемкие функции (*knowledge intensive functions*) [Pisano, Shih, 2012; Berry, 2014]. С другой — отдельные компании все чаще возвращают свои производства в страну происхождения [Alcacer, Delgado, 2016]. Анализ глобальных цепочек ценности позволяет учесть не только основные операции фирмы, контролируемые напрямую, но и аутсорсинг и офшоринг (*offshoring*), и даже ситуации, при которых активы берутся во временное пользование, что дает детальное представление о процессах, происходящих на протяжении всей цепочки взаимосвязанных стадий производства [Bazan, Navas-Aleman, 2001; Humphrey, Schmitz, 2002; Pietrobelli, Rabellotti, 2007; Pananond, 2013].

В своей ранней работе Джереффи описал три аспекта анализа глобальных производственных цепочек: структуру затрат и выпуска (*input-output structure*); географический аспект (*geographical distribution*) и структуру управления и рас-

пределение влияния (*governance in global value chains*) [Gereffi, 1994]. Однако уже в следующей статье для лучшего понимания процессов взаимного влияния национальных и международных политико-экономических условий ведения бизнеса и процессов глобализации в каждом из звеньев глобальных цепочек ценности он добавил четвертый аспект — институциональный (*institutional dimension*) [Gereffi, 1995]. Позднее был предложен еще один аспект — развитие в глобальных цепочках ценности (*global value chain upgrading*), который охватывает исследование процессов перехода между различными уровнями генерирования добавленной ценности отдельным производителем [Humphrey, Schmitz, 2002]. Такой набор аспектов анализа глобальных цепочек ценности подразумевает использование различных, но в значительной степени связанных между собой теоретических конструктов.

В рамках анализа глобальных цепочек ценности можно выделить две группы в значительной степени взаимосвязанных работ, каждая из которых обладает собственной спецификой. В первой из них исследования проводятся в основном международными правительственными объединениями, например UNCTAD, UNECA, OECD, ECB, WTO, USITC и другими, и посвящены вопросам в области экономики развития (*development economics*) (см., напр.: [Cattaneo, Gereffi, Staritz, 2010; The Economic Effects, 2011; Zhu, Yamano, Cimper, 2011; Making the Most of Africa's Commodities, 2013; Shepard, Stone, 2013; Elms, Low, 2013; Amador, Cabral, 2014; De Backer, Miroudot, 2014]). Эти работы дали изначальный импульс исследованиям глобальных цепочек ценности, описав терминологию их анализа, включающую как аспекты концепции цепочки ценности, так и основы мир-системного подхода. Главный объект внимания исследований в области экономики развития сводится к описанию различных глобальных процессов и их влияния на социальные группы с целью создания основы для выработки общих руководств и принципов управления в глобальных системах [Shepard, Stone, 2013; Amador, Cabral, 2014; De Backer, Miroudot, 2014]. В большинстве случаев исследования носят описательный характер, затрагивая социальные или отраслевые особенности отдельных стран или регионов [Gereffi, Fernandez-Stark, 2011; Kaplinsky, Terheggen, Tijaja, 2011].

Вторая группа работ — это статьи, публикуемые в научных реферируемых журналах в области экономики и менеджмента, таких как *Strategic Management Journal*, *Global Strategy Journal*, *Journal of Management Studies*, *Economy and Society*, *Journal of International Management*, *Multinational Business Review* и др. (см., напр.: [Bair, 2008; Gammeltoft, Filatotchev, Hobdari, 2010; Ambos, Nell, Pedersen, 2013; Srari, Alinaghian, 2013; Heide, Kumar, Wathne, 2015; Mirza, 2015]). В этой области анализ глобальных цепочек ценности применяется в качестве инструмента, который позволяет обнаружить новые теоретические проблемы, а также комбинировать и совершенствовать существующие научные теории [Coe, Hess, 2007; Sturgeon, 2008; Brandt, Thun, 2011; Alcacer, Delgado, 2016]. Как правило, такие исследования фокусируются на определенном аспекте анализа глобальных цепочек ценности и основываются на эмпирических наблюдениях, не ограничиваясь исключительно описательной составляющей.

Одна из примечательных особенностей исследований, использующих концепцию глобальных цепочек ценности (*chain studies*), — их междисциплинарность [Bair, 2008]. Опираясь на взаимосвязанные, но различные по теоретическому наполнению основы (экономическую теорию, экономическую географию и экономическую социологию), анализ фирм — участников глобальных цепочек ценности используется в различных научных областях организационной теории (рис. 2).



Рис. 2. Глобальные цепочки ценности: смежные области научных исследований
Составлено по: [Frederick, 2014, p. 5; Hernández, Pedersen, 2017].

В работе [Frederick, 2014] исследования концепции глобальных цепочек ценности представлены на стыке трех направлений теории организации: стратегического менеджмента, экономической географии и экономической социологии. В то же время, учитывая разнообразие уровней и объектов анализа, которые охваты-

вает концепция глобальных цепочек ценности, нельзя не отметить ее широкое применение в работах по международному бизнесу [Gammeltoft, Barnard, Madhok, 2010; Jensen, Petersen, 2013; Elia et al., 2014; Pananond, 2015]².

В зависимости от природы исследуемых взаимосвязей в процессе изучения глобальных цепочек ценности используются различные теории организации, в частности теория транзакционных издержек [Dahlstrom, Ekins, 2005; Dedrick, Kraemer, Linden, 2008], теория управления знаниями [Reitzig, Wagner, 2010; Ambos, Nell, Pedersen, 2013], теория сетевого взаимодействия [Hudson, 2004; Сое, Hess, 2007; Zhu, Yamano, Cimper, 2011]. Представления о природе феномена глобальных цепочек ценности постоянно обновляются. Так, параметры измерения долей участия в вертикально специализированной торговле были впервые рассмотрены почти 20 лет назад [Hummels, Ishii, Yi, 2001] и усовершенствованы совсем недавно [Johnson, Noguera, 2012; Koopman, Wang, Wei, 2014].

На сегодняшний день значительное число научных исследований посвящено анализу глобальных производств с применением аппарата концепции глобальных цепочек ценности. На специализированном ресурсе The Global Value Chains Initiative³ по состоянию на июнь 2017 г. представлены 778 авторов и 1 064 публикаций. База данных научных реферируемых журналов Scopus за период с 1985 по июнь 2017 г. включает 5 957 статей, в которых рассматриваются глобальные цепочки ценности и связанные с ними концепции. Большинство публикаций по данной проблематике (24%) относится к области менеджмента. Быстрый рост количества работ начиная с 2000-х гг. объясняется знаменательными изменениями в мировой экономике, произошедшими в предшествующие годы, что обусловило необходимость проведения новых исследований.

Исследовательские вопросы, соответствующие каждому из аспектов анализа глобальных цепочек ценности, рассмотрены в следующем разделе.

АНАЛИЗ ГЛОБАЛЬНЫХ ЦЕПОЧЕК ЦЕННОСТИ: ОСНОВНЫЕ АСПЕКТЫ

В настоящее время существуют два подхода к исследованию глобальных цепочек ценности: 1) «сверху вниз» (*top-down approach*), в центре внимания которого находятся главные игроки и их роли в моделях управления глобальными цепочками ценности (*governance in global value chains*), в частности распределение влияния и способностей претендовать на наиболее высокую отдачу при создании ценности; 2) «снизу вверх» (*bottom-up approach*), рассматривающий структуру затрат и выпуска (*input-output structure*) и траектории выхода на более прибыльные

² В отличие от стратегического менеджмента, традиционно рассматривающего в качестве основного объекта анализа фирму, объекты исследований международного бизнеса, как правило, более глобальны и охватывают уровень страны и отрасли [Медведев, 2009], что позволяет применять концепцию глобальных цепочек ценности для более детального изучения взаимосвязей в любом масштабе, не ограничиваясь уровнем фирмы [Gereffi, Lee, 2012; Cuervo-Cazurra, Mudambi, Pedersen, 2017; Hernández, Pedersen, 2017].

³ См.: <http://www.globalvaluechains.org>

уровни внутри глобальных цепочек ценности [Gereffi, 2014]. Каждый из этих подходов предполагает построение отдельно взятой глобальной цепочки ценности, что позволяет впоследствии выбрать основной фокус исследования.

Традиционно выделяется пять аспектов анализа глобальных цепочек ценности с учетом анализируемых в них компонентов [Gereffi, 1995; Humphrey, Schmitz, 2002]:

- 1) структура затрат и выпуска в глобальных цепочках ценности, в которой отражаются процессы трансформации сырья в конечный продукт;
- 2) географический аспект, т. е. размещение производственных процессов и функций компании и оптимизация взаимодействия между ними;
- 3) структура управления и распределение влияния в глобальных цепочках ценности, в рамках которой рассматривается уровень влияния и распределение ролей между основными участниками этих цепочек;
- 4) институциональный аспект, который подразумевает исследование влияния институциональных особенностей стран и/или отраслей на различные звенья глобальных цепочек ценности;
- 5) развитие в глобальных цепочках ценности с изучением процесса движения участников цепочки к более высоким уровням генерирования добавленной стоимости.

Анализ каждого из аспектов опирается на собственную теоретическую и методологическую основу и включает прямое или косвенное рассмотрение ролей и особенностей лидирующих фирм, занимающих самые выгодные позиции с точки зрения создаваемой ценности, а также изучение стратегий и способов выхода на более прибыльные уровни внутри глобальных цепочек ценности [Bernhardt, 2013; Barrientos, Gereffi, Rossi, 2011].

Перечисленные выше аспекты анализа глобальных цепочек ценности в значительной степени взаимосвязаны, поэтому при рассмотрении каждого из них кратко обсуждаются существующие между ними связи.

Структура затрат и выпуска в глобальных цепочках ценности. Как правило, структура затрат и выпуска в глобальных цепочках ценности включает все звенья цепи поставок фирмы (входящая логистика, операции, исходящая логистика, маркетинг и продажи, обслуживание), а также сопутствующие операции генерирования добавленной стоимости (снабжение, развитие технологий, управление человеческими ресурсами и т. п.) и представляет собой совокупность взаимосвязанных процессов производства, критически важных для составления схемы генерирования добавленной стоимости в различных звеньях цепочки [Gereffi, Fernandez-Stark, 2011]. Составление карты затрат-выпуска базируется на данных об объекте исследования (отрасль, компания, страна), которые собираются из открытых источников, а также при помощи интервью и опросных анкет. Получаемая цепочка ценности отражает характеристики отдельных сегментов в глобальных цепочках ценности, а также связи между ними. Данная процедура особенно важна для формирования представления о наиболее влиятельных компаниях,

занимающих самые выгодные позиции с точки зрения объемов генерирования добавленной стоимости в глобальных цепочках ценности.

В целом анализ глобальных цепочек ценности опирается на универсальный перечень стадий производства, который может быть использован для описания практически любой компании/продукта/услуги по принципу классификации основных видов деятельности: затраты (входящая логистика); производство (операции); упаковка и хранение (исходящая логистика); маркетинг и продажи; гарантийное обслуживание и сервис [Porter, 1985, p. 33].

При этом структура затрат и выпуска может варьироваться от отрасли к отрасли в силу специализации отдельных задач и процессов. На рис. 3 приводится схематичная иллюстрация цепочки ценности iPod (рис. 3).

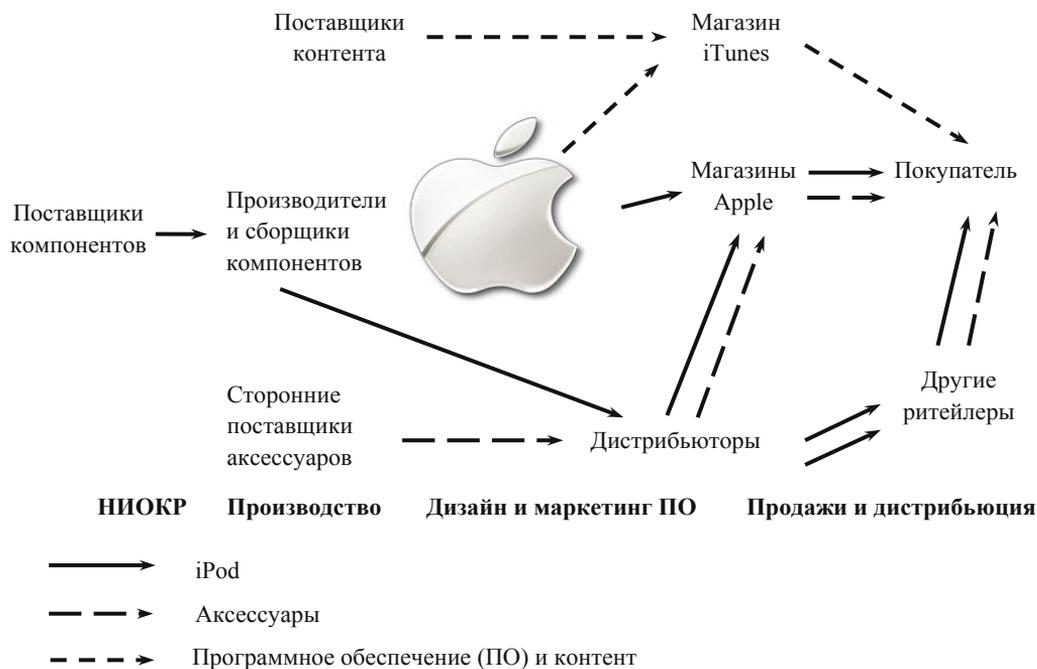


Рис. 3. Цепочка ценности iPod

Источники: [Dedrick, Kraemer, Linden, 2008, p. 8].

Помимо категоризации стадий производственного процесса при анализе глобальных цепочек ценности часто выделяются восходящие и нисходящие типы операций отдельной цепочки [Porter, 1985]. Глобальные цепочки ценности практически любой отрасли могут быть условно разделены на области нисходящих и восходящих операций. Например, в нефтяной отрасли восходящими операциями являются геологоразведка, добыча и доставка нефти на перерабатывающий

завод, а нисходящими — процессы от переработки сырой нефти до дальнейшей доставки продукта конечному потребителю. Такое разделение часто учитывается во всех аспектах анализа глобальных цепочек ценности, поскольку является принципом распределения объемов добавленной ценности в разных звеньях.

Факторы, влияющие на объемы издержек по операциям внутри глобальных цепочек ценности — экономия от масштаба, накопление опыта, связи между операциями, скорость проникновения на рынок [Porter, 1985], — актуальны для каждого звена цепочки. Однако в научных работах они чаще всего не принимаются во внимание, являясь приоритетными для консультантов и представителей бизнеса.

В целях экономии издержек компании из стран с развитой экономикой открывают производства в странах с развивающимися рынками. В этой связи в последние десятилетия особенностью компаний из стран с развивающейся экономикой (по сравнению с компаниями из Западной Европы и Северной Америки) является интенсивный рост их участия в глобальных цепочках ценности, а также уровня технологического усовершенствования процессов и функций производства [Pietrobelli, Rabellotti, 2007; Bass, 2016; Sun, Grimes, 2016].

Исследовательские вопросы, относящиеся к анализу структуры затрат и выпуска в глобальных цепочках ценности, можно сформулировать следующим образом:

- ◆ какие факторы влияют на конфигурацию операций в глобальных цепочках ценности;
- ◆ в чем состоит специфика влияния отдельного фактора на нисходящие и восходящие операции внутри отдельной глобальной цепочки ценности;
- ◆ какие компании имеют достаточный потенциал и влияние в рамках глобальных цепочек ценности для совершенствования процессов производства, самого продукта и технологии;
- ◆ чем определяется уровень участия конкретной страны в глобальных отраслях, а также роль, которую компании из этой страны играют в соответствующих глобальных цепочках ценности?

Географический аспект анализа глобальных цепочек ценности. Совокупность производственных процессов в глобальных цепочках ценности интернациональна в силу возрастающей мобильности и расширяющихся транспортных возможностей ее участников. С целью вхождения в глобальные отрасли различные страны и компании используют доступные им конкурентные преимущества. Как правило, страны с развивающимися рынками привлекательны низкой стоимостью труда и базовых ресурсов, в то время как страны с развитой экономикой располагают более совершенной системой образования и высокой отдачей от исследований и разработок, что в совокупности с высоким уровнем развития институтов обеспечивает соответствующий уровень конкуренции, а следовательно, барьеров для входа на рынок [Gereffi, Fernandez-Stark, 2011]. Однако устоявшееся деление стран по степени развитости относительно недавно столкнулось с но-

выми реалиями ведения бизнеса. Так, неотъемлемой частью анализа глобальных цепочек ценности стали бэкшоринг и аутсорсинг интеллектуально насыщенных процессов в странах с развивающимися рынками [Berry, 2014; Alcacer, Delgado, 2016]. Данные стратегии являют собой яркий контраст традиционному устройству мировой экономики, что ставит перед исследователями новые вопросы о причинах выбора местоположения отдельных производственных процессов и мотивах их перемещения в другие страны.

В рамках стратегического менеджмента и международного бизнеса существует несколько направлений исследований, в которых предпринимаются попытки теоретического обоснования феноменов глобальной фрагментации производства (*global production fragmentation*), офшоринга, аутсорсинга и бэкшоринга. В работах в области глобальной системы снабжения (*global sourcing*) также используются различные подходы к данным явлениям, например, с позиций экономики агломераций (*agglomeration economies*) и других теорий экономической географии. В данном аспекте анализа глобальных цепочек ценности широко употребляется термин «координация» (*GVC coordination*), обозначающий сочетание двух компонентов: вертикального охвата и географического охвата операций МНК, изменяющихся в зависимости от страны, отрасли либо компании [Медведев, 2014].

Компании из стран с развивающимися рынками чаще всего используют территории со сходным или более низким уровнем экономического развития при конфигурации своих операций в рамках глобальных цепочек ценности, отдавая предпочтение странам с относительно небольшой географической и институциональной дистанцией [Ramasamy, Yeung, Laforet, 2012; Elia et al., 2014]. География участия компаний из стран с развивающимися рынками в большинстве случаев сводится к близлежащим странам или странам с похожим или более низким уровнем развития [World Investment Report, 2014]. Российские МНК наглядно иллюстрируют данный тезис, направляя свои зарубежные инвестиции в страны с похожим уровнем институционального развития и расположенные в сравнительной близости от домашнего рынка [Dikova et al., 2016].

Работы по географическому аспекту хорошо комбинируются со всеми другими аспектами анализа глобальных цепочек ценности в силу высокого уровня глобализации мировых производственных процессов. Для изучения в рамках географического аспекта актуальны следующие исследовательские вопросы:

- ◆ какие факторы влияют на выбор страны размещения операций и каково влияние этих факторов на конфигурацию глобальных цепочек ценности;
- ◆ какой эффект оказывает вертикальная и горизонтальная интеграция на географию операций в глобальных цепочках ценности;
- ◆ в какой степени текущее местоположение операций определяет выбор нового места размещения операций в глобальных цепочках ценности;
- ◆ каково влияние внешней агломерации на выбор нового местоположения операций с учетом эффектов внутренней агломерации?

Структура управления и распределение влияния в глобальных цепочках ценности. В зависимости от значимости тех или иных участников изначально было выделено два типа глобальных цепочек ценности: управляемых производителем (*producer-driven*) и управляемых покупателем (*buyer-driven*). Глобальные цепочки ценности, управляемые производителем, как правило, состоят из компаний капиталоемких и технологических секторов экономики, таких как автомобиль- или электроприборостроение, а управляемые покупателем — актуальны для больших розничных сетей и других торговых компаний из таких трудоемких отраслей, как швейная промышленность или потребительская электроника [Gereffi, 1994].

Дальнейшее развитие данного аспекта анализа привело к формированию более детального понимания различных структур управления (*governance modes*) в глобальных цепочках ценности. Согласно классификации, включающей пять типов структур управления в глобальных цепочках ценности, степень явного контроля и асимметрии влияния последовательно возрастает от рыночной к иерархической. *Рыночная структура управления (market)*, отличаясь открытостью и высокой степенью специализации и стандартизации при производстве компонентов продукта, характеризуется равноправием и коммерческой самостоятельностью сторон (*arm's length relationships*), а *иерархическая (hierarchy)* — прямым владением и контролем над процессами производства. Контроль основан на вертикальной интеграции и осуществляется менеджментом компаний, лидирующих в глобальных цепочках ценности, при этом продукт производится внутри одной организации. Эта форма управления обычно обусловлена необходимостью обмена неявными знаниями в цепочке ценности, а также необходимостью эффективно управлять сложной структурой затрат и выпуска и контролировать ресурсы, особенно связанные с интеллектуальной собственностью.

Между этими двумя полюсами находятся *модульная (modular)* структура, характеризующаяся наличием сложносоставных, но не полностью поддающихся стандартизации транзакций между участниками процесса производства; *отношенческая (relational)*, подразумевающая, что потоки информации и знаний между покупателями и поставщиками основываются на взаимной поддержке и управляются механизмами, основанными на репутации, социальной и территориальной близости, семейных и этнических связях; и *кэптивная структура (captive)*, представляющая собой ряд мелких зависимых поставщиков, управляемых несколькими крупными покупателями с высокой степенью мониторинга и контроля со стороны компаний — лидеров в глобальных цепочках ценности [Gereffi, Humphrey, Sturgeon, 2005].

Изучение распределения влияния и ролей между основными производителями в глобальных цепочках ценности сводится к рассмотрению факторов и взаимосвязей, определяющих то, каким образом в них будут распределены финансовые, материальные и человеческие ресурсы [Gereffi, 1994]. В данном аспекте анализа глобальных цепочек ценности изучаются такие параметры, как степень

асимметрии влияния и способность компании осуществлять контроль в звеньях глобальных цепочек ценности, посредством чего устанавливаются правила игры для остальных участников глобальных цепочек ценности [Frederick, 2014]. Управление фирмами в цепочках осуществляется в соответствии с параметрами, заданными более сильными игроками, на которые ориентируются менее влиятельные фирмы [Humphrey, Schmitz, 2008]. Компании, способные устанавливать такие параметры и влиять на спрос и предложение внутри глобальных цепочек ценности, называются лидерами цепи (*lead firms*), а способность компаний управлять (*governance*) описывается с позиций их конкретных ролей в цепочке [Gereffi, 1994].

Указанные виды структур управления в глобальных цепочках ценности могут быть описаны в виде комбинаций трех характеристик: сложности трансакций (*complexity of transactions*) — насколько технически сложна информация, которой обмениваются фирмы — участники глобальных цепочек ценности и степень специфичности активов производственного оборудования; способности к кодификации трансакций (*ability to codify transactions*) — может ли информация, которой обмениваются компании, быть кодифицирована и упрощена путем установления стандартов производства, а также служить основой для специализации и создания конкурентного преимущества с последующей фрагментацией процесса производства между различными фирмами; и компетентности поставщиков (*capabilities on the supply-base*) — степени соответствия навыков и способностей поставщиков требованиям фирм-покупателей.

Если значение одной из трех характеристик изменяется, то меняется степень явного контроля в глобальных цепочках ценности, что предсказуемым образом влияет и на степень асимметрии влияния [Gereffi, 2014, p. 13]. Каждый вид распределения влияния в глобальных цепочках ценности характеризуется преимуществами и недостатками, обобщенными в табл. 1.

Таблица 1. Ключевые характеристики разновидностей структуры управления и влияния в глобальных цепочках ценности

| Тип структуры управления | Сложность трансакций | Способность к кодификации трансакций | Компетентность поставщиков | Степень явного контроля и асимметрии влияния |
|--------------------------|----------------------|--------------------------------------|----------------------------|--|
| Рыночная | Низкая | Высокая | Высокая | Низкая  Высокая |
| Модульная | Высокая | Высокая | Высокая | |
| Отношенческая | Высокая | Низкая | Высокая | |
| Кэптивная | Высокая | Высокая | Низкая | |
| Иерархическая | Высокая | Низкая | Низкая | |

Источники: [Gereffi, Humphrey, Sturgeon, 2005, p. 87].

В случае если новые технологии трансформируют установленную схему кодификации, модульная глобальная цепочка ценности, скорее всего, изменится в сторону отношенческой. Если же компетентные поставщики не будут найдены, то структура изменится в сторону кэптивной глобальной цепочки ценности [Gereffi, 2014]. Представленная выше классификация структур управления не предлагает четкого способа операционализации вводимых понятий для их последующего измерения, поэтому эмпирические интерпретации у различных авторов приводятся только на вербальном уровне [Humphrey, Schmitz, 2008; Shin, Kraemer, Dedrick, 2009; Elia et al., 2014; Heide, Kumar, Wathne, 2015]. Количественные исследования этой проблемы на сегодняшний день отсутствуют.

МНК из стран с развивающимися рынками, как правило, играют роль поставщиков, а не лидеров глобальной отрасли. Они занимают различные звенья в глобальных цепочках ценности, но обычно с наименьшим уровнем добавляемой стоимости, что зависит от вида самой цепочки в отдельной отрасли и от схемы распределения влияния в ней [Kaplinsky, 2005; Sturgeon, Memedovic, 2011; Elms, Low, 2013; Frederick, 2014]. Российские МНК представлены в пяти глобальных отраслях (нефть и газ, химическая промышленность, металлургия, транспорт и логистика, телекоммуникации)⁴, однако анализ ролей и взаимосвязи этих компаний внутри глобальных цепочек ценности практически отсутствует — он содержится лишь в нескольких работах [Berman, 2011; Meshkova, Moiseichev, 2016]. Следует отметить, что негативное влияние политических и экономических санкций на результаты деятельности российских компаний ведет к более интенсивным преобразованиям операций внутри глобальных цепочек ценности, управляемых производителями, чем в глобальных цепочках, управляемых покупателями. Это обусловлено более интенсивным влиянием институциональной среды в месте расположения процессов производства компонентов продукта. Описанные выше взаимовлияния являются одним из перспективных направлений будущих исследований для обнаружения взаимосвязи между институциональной средой и структурой управления в глобальных цепочках ценности.

Рассмотренный аспект анализа позволяет выявить общие взаимозависимости и сущностные причины возникновения тех или иных видов распределения влияния и соответствующих им структур управления в глобальных цепочках ценности. Чаще всего он комбинируется с изучением развития в глобальных цепочках ценности и институциональным аспектом. Научные результаты при этом могут быть достигнуты за счет ответа на следующие вопросы:

- ◆ какие механизмы контроля используются компаниями — лидерами глобальных цепочек ценности;
- ◆ что составляет основу влияния лидеров в глобальных цепочках ценности и в чем природа их конкурентного преимущества;

⁴ База данных Центра исследований российских многонациональных компаний и растущих рынков ВШМ СПбГУ (<http://gsom.spbu.ru/gsom/centers/csem/>).

- ◆ какова роль лидеров в производственном процессе и какое влияние они оказывают на внешних участников глобальных цепочек ценности;
- ◆ как взаимосвязаны компании-лидеры и другие участники производственного процесса, имеющие прямое или косвенное отношение к глобальным цепочкам ценности?

Институциональный аспект анализа глобальных цепочек ценности. В рамках институционального аспекта рассматривается воздействие локальных, национальных и международных условий ведения бизнеса на каждое звено цепочки. Включение в сложноорганизованную систему экономических, социальных и политических связей определяет роль и влияние отдельных компаний в глобальных цепочках ценности. Локальные институциональные особенности бизнес-среды имеют важное значение в позиционировании компаний и распределении ролей в глобальных цепочках ценности, поскольку уровень развития технологий производства определяется в том числе наличием знаний и способностей, которые компании накапливают благодаря институциональным факторам, включая уровень государственного стимулирования и поддержки, а также контроль частных структур [Humphrey, Schmitz, 2008; Berry, 2014]. Создание преимуществ, связанных с получением новых знаний и экономией от масштаба, возможно только на основе сочетания глобального масштаба операций и развития технологий [Guilén, Garcia-Canal, 2009].

Данная проблематика интенсивно исследуется. При этом компании условно разделяются на два типа в соответствии с их происхождением: компании из развитых стран и из стран с развивающимися рынками [Cuervo-Cazurra, 2012; Meyer, 2015; Mirza, 2015]. Большинство теоретических моделей в области международного бизнеса, в том числе модель жизненного цикла товара в международной торговле [Vernon, 1966], эклектическая парадигма [Dunning, 1989], модель постепенной интернационализации [Johanson, Vahlne, 1977] и многие другие, были изначально разработаны на материале компаний из развитых стран. Переход к контексту стран с развивающимися рынками ведет к необходимости определенной (иногда существенной) адаптации таких моделей с учетом особенностей (в том числе и институциональных) компаний из этих стран.

МНК из стран с развивающейся экономикой требуют особого внимания исследователей. Это обусловлено не только их растущим влиянием в международной торговле и увеличивающимся объемом исходящих прямых зарубежных инвестиций, но и в большей степени уникальностью условий, в которых эти компании находятся с точки зрения поиска конкурентных преимуществ и соперничества с компаниями из развитых стран. Поэтому исследовательский подход, основанный на анализе глобальных цепочек ценности, особенно актуален, позволяя выбрать оптимальный уровень детализации исследуемых взаимосвязей.

В большинстве случаев компании, лидирующие в глобальных цепочках ценности, ведут свое происхождение из развитых стран, в то время как компании из

стран с развивающимися рынками в силу нехватки конкурентоспособных технологий производства и институциональных особенностей, сдерживающих их развитие, выполняют стандартизованные операции (контрактная сборка, производство компонентов) [Mudambi, 2007]. Стоимость таких операций, как правило, незначительна по сравнению с восходящим и нисходящим движением в глобальных цепочках ценности, где доминирующее положение занимают МНК из развитых стран. МНК из стран с развивающейся экономикой обычно выступают в роли поставщиков. При этом они все чаще предпринимают успешные попытки преодоления своего «подчиненного» положения, переходя на более высокие уровни создания добавленной стоимости в глобальных цепочках ценности, что подтверждается рядом работ [Sim, Pandian, 2007; Humphrey, Schmitz, 2008; Ramamurti, 2012; Fleury, Fleury, Borini, 2013; Pananond, 2013].

Иными словами, недостаточно развитая инфраструктура наукоемких отраслей в стране происхождения во многом предопределяет степень влияния и роль, которую компания может играть в глобальных цепочках ценности. Слабое развитие технологий производства и научной базы ключевых отраслей экономики отдельной страны заставляет полагаться на дешевизну рабочей силы и других факторов производства, чтобы получить конкурентное преимущество в глобальных цепочках. Без дальнейшего накопления знаний и последующего развития конкурентных преимуществ такие компании могут быть полностью ограничены ролью поставщика во взаимодействии с МНК из развитых стран либо благодаря имеющимся преимуществам занимать более влиятельное положение в еще менее развитых странах и в странах со сходными институциональными чертами [Humphrey, Schmitz, 2002].

Исследования в данной области рассматривают еще один спектр проблем на стыке социальных и других вопросов, связанных с внешними аспектами деятельности МНК. Изначально внимание фокусировалось на проблемах, имеющих отношение к институциональным особенностям стран (конкурентоспособность, роль в глобальных отраслях и т. д.). Впоследствии исследования пополнились такими темами, как трудовое законодательство в разных странах, обучение рабочей силы и воспитание талантов, экологические проблемы, а также гендерные особенности в глобальных цепочках ценности [Frederik, Gereffi, 2011; Kaplinsky, Terheggen, Tijaja, 2011; Latukha, 2016].

Страны с развивающимися рынками обладают схожими институциональными характеристиками, что формирует общие свойства образуемой ими среды, в значительной степени отличающейся от стран с развитыми рынками. Что касается институциональных особенностей России как представителя группы стран с развивающимися рынками, то их рассмотрению в контексте глобальных цепочек ценности посвящено весьма ограниченное число работ (см., напр.: [Kalotay, 2006; Panibratov, 2012]). Такие характеристики России, как ярко выраженная ресурсная зависимость экономики, сравнительно невысокий уровень технологической интенсивности отраслей промышленности, отчасти являются следствием менее совершенных институтов в сравнении с развитыми странами [Panibratov, 2012],

предопределяют место российских компаний в глобальных цепочках ценности в качестве поставщиков [Avdasheva, 2007; Global Value Chains, 2010; Thomsen, 2016; Amed et al., 2017]. Вместе с тем динамика зарубежной инвестиционной активности российских компаний косвенно отражает растущие объемы трансакций внутри глобальных цепочек ценности.

Дальнейшее развитие институционального аспекта анализа глобальных цепочек ценности представляется перспективным по ряду направлений:

- ◆ исследование стратегических особенностей и конкурентных преимуществ российских компаний и их вклада в операции внутри отраслевой глобальной цепочки ценности за рубежом в сравнении с МНК из стран с развитой экономикой с целью создания новых или модификации существующих теорий с учетом особенностей компаний из стран с развивающимися рынками;
- ◆ изучение процессов изменения конфигурации глобальных цепочек ценности для определения наиболее распространенных и действенных стратегий выживания на международных рынках, так как экономические потрясения и геополитические конфликты последних лет остро ставят этот вопрос;
- ◆ анализ институциональных особенностей принимающих стран в контексте динамически изменяющихся свойств институциональных барьеров для отслеживания системных изменений с течением времени и во взаимосвязи с видами операций подразделений фирм — участников глобальной цепочки ценности.

Развитие в глобальных цепочках ценности. Развитие в глобальных цепочках ценности представляет собой переход компании на более выгодные позиции в цепочке ценности. Выделяется два вида развития внутри глобальных цепочек ценности — экономическое и социальное. Экономическое развитие, часто называемое «промышленное развитие» (*industrial upgrading*), или просто «развитие» (*upgrading*) [Milberg, Winkler, 2011], определяется как способность производить более качественно и эффективно, используя продвинутые технологии и экспертные навыки [Pietrobelli, Rabellotti, 2007]. В центре внимания большинства научных работ по проблематике развития внутри глобальных цепочек ценности находится степень технологического усложнения процессов производства, в особенности уровня генерирования добавленной стоимости. Для производителей из стран с развивающимися рынками развитие трактуется либо как перемещение вверх по глобальным цепочкам ценности, либо как переключение на более рентабельные производственные процессы, либо как переход на производство продукта с более высокими уровнями генерирования добавленной стоимости [Gibbon, 2008]. Различные типы экономического развития внутри глобальных цепочек ценности происходят за счет улучшения: процессов производства (*process upgrading*); продукта производства (*product upgrading*); изменения вида функциональной специализации (*functional upgrading; intra-chain upgrading*); применения полученных навыков в другой глобальной цепочке ценности (*intersectoral upgrading; inter-chain upgrading*) [Humphrey, Schmitz, 2002].

Социальное развитие внутри глобальных цепочек ценности означает процессы обновления и расширения прав, а также рост уровня оплаты труда работников, что в целом отражает повышение качества их трудоустройства [Barrientos, Gereffi, Rossi, 2011]. Многие работы по проблематике развития в глобальных цепочках ценности исходят из предположения, что экономическое развитие в цепочке непременно приводит к социальному развитию, т. е. к улучшению социальной и материальной обеспеченности работников. Вместе с тем авторы более поздних исследований утверждают, что развитие внутри глобальных цепочек ценности приводит к противоположному эффекту и фактически ухудшает социальные условия [Lee, Gereffi, Barrientos, 2011; Lee, Gereffi, 2015]⁵.

В ряде исследований описывается взаимосвязь между типами развития в глобальных цепочках ценности [Kaplinsky, Morris, 2001; Humphrey, Schmitz, 2008]. Стандартная траектория развития обычно начинается с изменения процессов производства (например, вместо сборки из готовых деталей — собственное производство деталей и сборка), что приводит к развитию за счет продукта (например, создание собственного продукта). Это открывает возможности для последующего роста в глобальных цепочках ценности благодаря переходу на другой функциональный уровень (например, формирование собственного бренда) и способствует дальнейшему развитию самой компании, т. е. поэтапному перемещению на более выгодные позиции в глобальной цепочке с точки зрения уровня генерирования добавленной стоимости при производстве продукта.

Однако описанная логика подвергается сомнению со стороны ряда авторов, которые полагают, что МНК из стран с развивающимися рынками становятся все более независимыми и находят другие способы успешного развития и изменения первоначального распределения ролей в глобальных цепочках ценности [Sim, Pandian, 2007; Humphrey, Schmitz, 2008; Ramamurti, 2012; Fleury, Fleury, Borini, 2013; Pananond, 2013; 2015]. Компании, которые ориентированы на разных конечных потребителей производимой продукции, имеют различные возможности для развития в силу большого влияния изначально занимаемой ими позиции и роли в глобальной цепочке ценности [Gibbon, 2008; Brandt, Thun, 2011; Kaplinsky, Terheggen, Tijaja, 2011; Gereffi, 2014].

Успешность перехода на процессы с более высокими уровнями генерирования добавленной стоимости для компаний из стран с развивающимися рынками

⁵ Данное противоречие можно пояснить на примере уровня оплаты труда. Существуют два теоретических взгляда на проблему установления уровня оплаты труда [Milberg, Winkler, 2011]. В соответствии с неоклассической экономической теорией спрос на рабочую силу так же, как и оплата труда, определяется главным образом технологией, которая является связующим звеном между экономическим и социальным развитием в глобальных цепочках ценности. Согласно институциональной теории, уровень оплаты труда выступает результатом процесса переговоров (торга), на который влияют рыночные механизмы установления оплаты труда и институты, защищающие как права работников (норма МРОТ, профсоюзные требования и соглашения), так и права компаний. В таком случае социальное развитие внутри глобальных цепочек ценности оторвано от технологических изменений и становится более зависимым от социальных институтов [Frederick, 2014].

обусловливается динамикой развития процессов аутсорсинга и офшоринга в глобальных отраслях, а также интенсивностью бэкшоринга из этих стран: чем ближе структура управления и распределение влияния в таких глобальных цепочках ценности к иерархической с большой асимметрией контроля в цепочке, тем меньше вероятность успешного перехода компаний на более высокие уровни генерирования добавленной стоимости через усовершенствование производственных процессов и функций, а также бэкшоринга. Изучение данной взаимосвязи является перспективным направлением будущих исследований, позволяющим совместить анализ аспекта развития в глобальных цепочках ценности с анализом структуры управления и распределение влияния в них.

Еще одно перспективное направление исследований, сочетающее институциональный аспект и развитие в глобальных цепочках ценности, — анализ механизмов влияния институциональной дистанции. Чем выше институциональная дистанция, тем более вероятно использование самого радикального типа развития в глобальных цепочках ценности — применения полученных навыков в другой глобальной цепочке. В случае незначительной институциональной дистанции возможным способом повышения уровня добавленной стоимости в процессе производства будет изменение функциональной специализации за счет имеющегося технологического преимущества.

Для анализа глобальных цепочек ценности в рамках рассматриваемого аспекта актуальны следующие исследовательские вопросы:

- ◆ как связаны траектории экономического и социального развития в глобальных цепочках ценности. Какова специфика траекторий развивающихся экономик и развитых стран, что лежит в основе их различия;
- ◆ на чем основана взаимосвязь траекторий экономического развития стран и компаний внутри глобальных цепочек ценности;
- ◆ какова роль структуры распределения влияния в глобальных цепочках ценности при развитии внутри этих цепочек;
- ◆ что составляет основу различий стратегий развития в глобальных цепочках ценности для стран с развивающимися рынками и развитых стран?

Завершая рассмотрение аспектов анализа глобальных цепочек ценности, важно отметить высокий уровень их взаимосвязанности и взаимозависимости, благодаря чему наблюдается широкое разнообразие теоретических и методологических подходов к изучению данной области. Исследование структуры и динамики изменений в глобальных отраслях путем комбинирования различных аспектов анализа глобальных цепочек ценности помогает определить, где, как и кем создается и распределяется ценность: экономическая и социальная, материальная и нематериальная, а также другие ее виды. В силу универсальности применения и глубины изучения правительственные организации нередко используют результаты анализа глобальных цепочек ценности для более эффективного регулирования отраслей и секторов экономики и корректировки стратегии развития страны в глобальных отраслях.

СИСТЕМАТИЗАЦИЯ ИССЛЕДОВАНИЙ ГЛОБАЛЬНЫХ ЦЕПОЧЕК ЦЕННОСТИ

Моделирование глобальных цепочек ценности, которые представляют собой многосоставные структуры, способно детально отобразить разнообразие связей участников производственного процесса. Поэтому целесообразно уделить особое внимание правильному выбору предмета и объекта исследования, а также уровню анализа для сохранения четкости фокуса в такой потенциально сложно-организованной системе отношений и взаимозависимостей, которую предлагает концепция глобальных цепочек ценности (рис. 4).

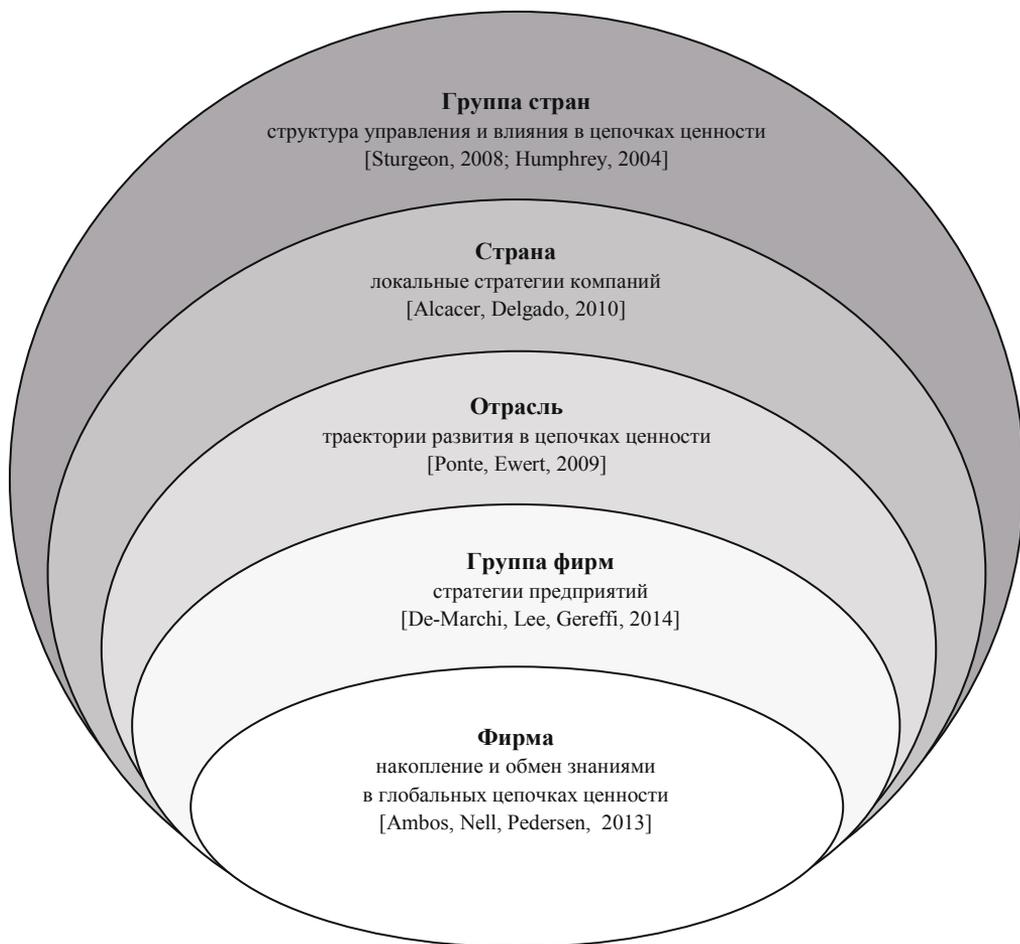


Рис. 4. Уровни и предмет анализа в исследованиях глобальных цепочек ценности

Совокупность компаний, поставляющих друг другу и покупающих друг у друга товары, составляют цепочку ценности отрасли, т. е. определенную комбинацию конкурентов, поставщиков, каналов поставок, потребителей и иных участников

глобальной цепочки ценности [Evans, Wurster, 1996]. Специфика отрасли определяет доступные уровни анализа для исследования: если отрасль глобальна, речь идет о глобальной цепочке ценности, когда международных игроков в цепочке ценности нет — о локальной или просто цепочке ценности. Возможные масштабы отрасли определяют доступные уровни анализа и влияют на выбираемый метод, который задается целями исследования. Предмет исследования в зависимости от выбранного аспекта анализа глобальных цепочек ценности должен быть соотнесен с используемой концептуальной моделью.

Как правило, анализ глобальных цепочек ценности начинается с составления схемы затрат и выпуска в цепочке или с описательного обзора исследуемой области. При этом многие авторы комбинируют различные аспекты анализа глобальных цепочек ценности в одном исследовании, что повышает теоретическую и практическую значимость их работ. В ряде работ встречаются комбинации более чем двух аспектов анализа глобальных цепочек ценности [Gereffi, Lee, 2012; Frederick, 2014; Hernández, Pedersen, 2017]. Однако сочетание трех и более аспектов анализа в рамках количественных исследований встречается довольно редко, так как далеко не все параметры анализа глобальных цепочек ценности операционализированы для полномасштабных количественных исследований. Кроме того, выбираемый исследователем подход («снизу вверх» или «сверху вниз») задает конкретный фокус, определяющий выбор основных аспектов анализа.

В табл. 2 на примере наиболее показательных работ⁶ систематизированы исследования глобальных цепочек ценности. Исследования разбиты на две группы: в первую включены те, в которых анализируется только один аспект глобальных цепочек, во вторую — те, в которых комбинируются различные аспекты. Выделены основные составляющие исследований глобальных цепочек ценности, что дает общее представление о методологических особенностях их анализа.

Следует отметить, что институциональный аспект анализа глобальных цепочек ценности является наименее изученным. Работы, посвященные комбинации с институциональным аспектом, носят сугубо теоретический характер и в них отсутствует эмпирический анализ. Некоторые комбинации институционального аспекта анализа глобальных цепочек ценности не встречаются, возможно, в силу ограниченности выборки.

Исследования глобальных цепочек ценности проводятся с использованием качественных и количественных методов и на разных уровнях анализа; выбор метода анализа определяется разнообразием аспектов рассмотрения глобальных цепочек ценности. При изучении развития в глобальных цепочках ценности чаще всего используются качественные методы анализа, в частности кейс-стади, позволяющие детально описать анализируемые отношения, снабжая их важной контекстуальной информацией.

⁶ Статьи были отобраны с использованием базы данных Scopus по ключевым словам «global value chain» и «global value chain analysis» из научных реферируемых журналов по экономике и менеджменту с опорой на рейтинг цитируемости.

Таблица 2. Систематизация исследований глобальных цепочек ценности по аспектам анализа

| Аспект/Сочетание аспектов анализа | Автор(ы) | Анализируемые участники | Объект исследования | Предмет исследования | Уровень анализа | Метод исследования | Источники данных |
|--|---------------------------------|--|--|---|--|----------------------|--|
| <i>Анализ отдельных аспектов</i> | | | | | | | |
| Структура затрат и выпуска | [Rothaermel, Hitt, Jobe, 2006] | Производители | Интернет-компании | Вертикальная интеграция и аутсорсинг | Несколько стран в рамках одной отрасли | Регрессионный анализ | Базы данных SDC Platinum, Lexis/Nexis, Compustat, отчеты |
| | [Ambos, Nell, Pedersen, 2013] | Различные не проводится | Транзакции между штаб-квартирой и дочерними компаниями | Обмен знаниями | Фирма | Регрессионный анализ | Опросы, интервью |
| Географический аспект | [Alcacer, Delgado, 2013] | Поставщики, производители | Американские биофармацевтические компании | Эффекты внутренних и внешних агломераций | Отрасль отдельной страны | Регрессионный анализ | LBD database |
| Структура управления и распределение влияния | [Heide, Kumar, Wathne, 2015] | Поставщики, производители, розничные фирмы | Компании — производители одежды | Формы и механизмы корпоративного управления | Отрасль отдельной страны | Регрессионный анализ | Опросы |
| | [De-Marchi, Lee, Cereffi, 2014] | Поставщики, производители | Три итальянские ювелирные фирмы | Международные стратегии фирм | Группа фирм | Кейс-стади | Интервью, вторичные данные |
| Развитие | [Ronte, Ewert, 2009] | Поставщики, производители, розничные сети | Фирмы африканской винодельческой промышленности | Четыре вида развития в глобальных цепочках ценности | Отрасль отдельной страны | Кейс-стади | Интервью |
| <i>Анализ сочетания аспектов</i> | | | | | | | |
| Структура затрат и выпуска + Географический аспект | [Mudambi, Venzin, 2010] | Различные не проводится | Финансовые компании | Эффекты офшоринга и аутсорсинга | Отрасль | Кейс-стади | Интервью; документы компаний; базы данных Interbrand, Reuters, Bloomberg, Bancscope, Thomson; газеты <i>Forbes.com</i> , <i>The Banker</i> |

| Аспект/Сочетание аспектов анализа | Автор(ы) | Анализируемые участники | Объект исследования | Предмет исследования | Уровень анализа | Метод исследования | Источники данных |
|---|--------------------------------|--|----------------------------|--|--|-------------------------------------|---|
| Структура затрат и выпуска + Структура управления и распределение влияния | [Srai, Alinaghian, 2013] | Правительственные организации, поставщики, производители розничные фирмы | Производимый продукт | Стадии эволюции в отрасли и роли фирм в глобальных цепочках ценности | Несколько стран в рамках одной отрасли | Кейс-стади | Интервью; внутренние документы компаний; публикации сторонних организаций |
| Структура затрат и выпуска + Институциональный аспект | [Chang, Hwang, 2002] | Различные не проводится | Компании из США и Гонконга | Методы оптимизации затрат в разных звеньях глобальных цепочек ценности | Группа стран | Многофакторный дисперсионный анализ | Опросы |
| Структура затрат и выпуска + Развитие | [Jiang, Milberg, 2012] | Различные не проводится | Фирма | Специализация и развитие в глобальных цепочках ценности | Страна | Регрессионный анализ | База данных ОЭСР |
| Географический аспект + Структура управления и распределение влияния | [Shin, Kraemer, Dedrick, 2009] | Производители и поставщики | Фирмы из Азии и Европы | Взаимосвязь НИОКР и местоположения фирмы | Несколько стран в рамках одной отрасли | Регрессионный анализ | Базы данных Electronic Business 300, Hoovers database |
| Структура управления и распределение влияния + Институциональный аспект | [Elia et al., 2014] | Различные не проводится | Бизнес-функции | Оффшоринг с точки зрения теории транзакционных издержек | Фирма | Регрессионный анализ | Данные опроса «Research Network Survey 2009» |

При выборе метода исследования глобальных цепочек ценности и поиске данных немаловажно сопоставление предмета и объекта исследования с уровнем анализа. В случае проведения качественного исследования (кейс-стади) источники данных предсказуемы (опросы, интервью, документы компаний и т. д.), однако применительно к количественным исследованиям важно учитывать разнообразие баз данных и релевантных параметров.

Все это определяет дальнейшее развитие анализа глобальных цепочек ценности по актуальным направлениям исследования, которые рассматриваются в следующем разделе.

ОБСУЖДЕНИЕ РЕЗУЛЬТАТОВ АНАЛИЗА И ПЕРСПЕКТИВНЫЕ НАПРАВЛЕНИЯ БУДУЩИХ ИССЛЕДОВАНИЙ

В настоящей статье рассмотрены различные аспекты анализа глобальных цепочек ценности, в том числе с учетом контекста стран с развивающимися рынками. При рассмотрении отдельных аспектов анализа глобальных цепочек ценности были предложены перспективные направления их дальнейшего развития. Систематизация исследований по аспектам анализа позволяет получить более полное представление о степени разработанности того или иного аспекта. Необходимо отметить, что: во-первых, основная часть работ носит описательный характер и требуется больше количественных исследований особенно в рамках структуры распределения власти и влияния и институционального аспекта анализа глобальных цепочек ценности; во-вторых, изучение многоуровневых влияний на глобальные цепочки ценности также является перспективным направлением особенно в контексте компаний из стран с развивающимися рынками. Поскольку уровни фирмы, отрасли и страны тесно взаимосвязаны, исследование развития компаний из стран с развивающимися рынками в глобальных цепочках ценности может помочь раскрыть механизмы взаимовлияния факторов, сдерживающих и ускоряющих развитие на разных уровнях анализа.

Можно предложить следующие направления дальнейших исследований в области анализа глобальных цепочек ценности.

1. Среди научных работ, посвященных анализу глобальных цепочек ценности, не было обнаружено исследований, полностью сфокусировавшихся на институциональном аспекте анализа глобальных цепочек ценности, что является следствием его новизны и относительной неразработанности в сравнении с аппаратом остальных аспектов. В этой связи одним из перспективных направлений анализа глобальных цепочек ценности может стать дальнейшее развитие институционального аспекта в рамках научных исследований, посвященных обозначенным проблемам:

а) расширение инструментария в рамках институционального аспекта позволит заполнить имеющийся пробел и сфокусироваться на данном аспекте анализа. В частности, институциональную дистанцию как фактор, динамически влияю-

щий на мотивы инвестирования за рубежом, стратегию интернационализации и конфигурацию глобальных цепочек ценности необходимо рассматривать как сложносоставную контекстуальную особенность ведения деловых операций в принимающей стране для минимизации уязвимости иностранного происхождения (*liability of foreignness*) у компаний из стран с развивающимися рынками, проникающих в экономику развитых стран [Nachum, 2003; Denk, Kaufmann, Roesch, 2012; Panibratov, 2015];

б) институциональная дистанция между компаниями из стран с развивающимися рынками и лидерами глобальных цепочек ценности влияет на возможности развития в глобальных цепочках ценности для компаний из стран с развивающимися рынками. Это позволяет предположить, что чем выше институциональная дистанция, тем более вероятен переход компаний из стран с развивающимися рынками в другую глобальную цепочку ценности (*inter-chain upgrading*) на более высокие уровни генерирования добавленной стоимости путем создания нового продукта или приобретения высокотехнологических активов; в случае незначительной институциональной дистанции возможным способом повышения уровня добавленной стоимости в процессе производства будет изменение вида функциональной специализации за счет имеющегося технологического преимущества;

в) институциональная среда стран с развивающимися рынками оказывает значительное влияние на интенсивность и форму региональных и глобальных межфирменных отношений компаний в глобальных цепочках ценности и их роли в этих цепочках. Высокая сложность межфирменных транзакций и слабая возможность их стандартизации, обусловленные недостаточной развитостью наукоемких областей и институтов, приводят к тому, что отношенческая структура управления является наиболее распространенным типом структуры распределения власти в глобальных цепочках ценности компаний из стран с развивающимися рынками;

г) различия в институциональной среде между компаниями из развитых стран и стран с развивающимися рынками определяют их роли в глобальных цепочках ценности. Причем институциональные особенности оказывают более сильное влияние на деятельность компаний из стран с развивающимися рынками, и прежде всего в тех глобальных цепочках ценности, которые управляются покупателями, а не производителями.

2. Исследования компаний из стран с развивающимися рынками во многом определяют перспективные направления в рамках анализа глобальных цепочек ценности:

а) в настоящее время недостаточно изучен феномен бэкшоринга, отсутствует его сравнительный анализ в рамках институционального аспекта и аспекта распределения структуры управления и влияния в глобальных цепочках ценности. Именно особенности компаний из стран с развивающимися рынками и их раз-

вите в глобальных цепочках ценности выступают главным стимулом для перемещения производственных мощностей из стран с развивающимися рынками обратно в развитые страны;

б) растущий региональный охват операций внутри глобальных цепочек ценности и институциональные особенности принимающих стран следует изучать не только в контексте динамически изменяющихся свойств институциональных барьеров, но и во взаимосвязи с видами операций и подразделений фирм — участников глобальной цепочки ценности, уделяя особое внимание контрактным видам взаимодействия (офшоринг, аутсорсинг, франчайзинг, лизинг), поскольку именно эти относительно новые формы международной торговли характерны для компаний из стран с развивающимися рынками и могут быть наглядно исследованы в рамках анализа глобальных цепочек ценности;

в) успешность перехода на процессы с более высокими уровнями генерирования добавленной стоимости для компаний из стран с развивающимися рынками обуславливается динамикой развития процессов аутсорсинга и офшоринга в глобальных отраслях, а также интенсивностью бэкшоринга из стран с развивающимися рынками — чем ближе структура распределения власти в таких глобальных цепочках ценности к иерархической, тем сильнее влияние.

Исследовательские вопросы и теоретические предположения для каждого аспекта анализа глобальных цепочек ценности сформулированы и адаптированы с учетом особенностей компаний из стран с развивающимися рынками. Анализ глобальных цепочек ценности для них особенно актуален, поскольку позволяет отойти от общепринятых теоретических моделей, созданных на материале компаний из стран с развитой экономикой, и представить детальную картину исследуемого объекта как во всем его многообразии, так и в структурированном виде.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Изучение особенностей компаний из стран с развивающимися рынками является перспективным контекстом исследований в рамках анализа глобальных цепочек ценности на современном этапе развития данной научной области. Рост влияния компаний в мировой экономике происходит за счет постоянного обновления конкурентных преимуществ и стратегий. Принимая во внимание исходное невыгодное положение компаний из стран с развивающимися рынками по сравнению с компаниями из развитых стран, исключительно важно найти новые пути их развития в глобальных цепочках ценности (например, выбор более рентабельных производственных процессов и отход от стандартизированных низкорентабельных операций). Это один из основных насущных вопросов и для российских компаний, который должен получить поддержку со стороны будущих исследований в рассматриваемой области.

Особое внимание необходимо уделить наименее изученному аспекту анализа глобальных цепочек ценности — институциональному. В контексте стран с раз-

вивающимися рынками данная проблематика представляется крайне актуальной, поскольку, с одной стороны, сочетает в себе потенциал для совершенствования существующих концепций (изначально созданных для компаний из развитых стран) и развития новых направлений, а с другой — имеет практическую значимость в условиях растущего участия компаний из данных стран в мировой экономике.

Литература

- Медведев А. Г. 2009. Эволюция «Международного менеджмента» как научной области и учебной дисциплины: опыт и перспективы. *Вестник Санкт-Петербургского университета. Серия Менеджмент* (4): 154–178.
- Медведев А. Г. 2014. *Международный менеджмент: стратегические решения в многонациональных компаниях: учебник*. СПб.: Изд-во «Высшая школа менеджмента».
- Alcacer J., Delgado M. 2016. Spatial organization of firms and location choices through the value chain. *Management Science* 62 (11): 3113–3234.
- Amador J., Cabral S. 2014. *Global Value Chains: Surveying Drivers and Measures*. Working Paper Series. European Central Bank.
- Ambos T., Nell P., Pedersen T. 2013. Combining stocks and flows of knowledge: The effects of intra-functional and cross-functional complementarity. *Global Strategy Journal* 3: 283–299.
- Amed G., Nahapetyan S., Hamrick D., Morgan J. 2017. *Russian Wheat Value Chain and Global Food Security*. Duke University Center on Globalization, Governance & Competitiveness. URL: <http://www.cggc.duke.edu/pdfs/CGGC-Russia-Wheat-Value-Chain.pdf> (accessed: 12.01.2017).
- Avdasheva S. 2007. The Russian furniture industry: Firms' upgrading according to the value-chain theory. *Competition & Change* 11 (4): 307–328.
- Bair J. 2005. Global capitalism and commodity chains: Looking back, going forward. *Competition & Change* 9 (2): 153–180.
- Bair J. 2008. Analysing economic organisation: Embedded networks and global chains compared. *Economy and Society* 37 (3): 339–364.
- Barrientos S., Gereffi G., Rossi A. 2011. Economic and social upgrading in global production networks: A new paradigm for a changing world. *International Labour Review* 150 (3–4): 319–340.
- Bass H. H. 2016. Obstacles to and opportunities for the integration of an emerging market economy into global value chains: The case of Tunisia. *International Business and Global Economy* 35 (1): 169–182.
- Bazan L., Navas-Alemán L. 2001. *Comparing Chain Governance and Upgrading Patterns in the Sinos Valley*. Brazil: Federation of industries of Rio Grande do Sul.
- Berman D. 2011. When global value chains are not global: case studies from the Russian fast-food industry. *Competition & Change* 15 (4): 274–295.
- Bernhardt T. 2013. Developing countries in the global apparel value chain: A tale of upgrading and downgrading experiences. *Capturing the Gains Working Paper* 22: 1–34. URL: <https://ssrn.com/abstract=2237490> (accessed: 12.01.2017).
- Berry H. 2014. Global integration and innovation: Multicountry knowledge generation within MNCs. *Strategic Management Journal* 35 (6): 869–890.
- Brandt L., Thun E. 2011. Going mobile in China: Shifting value chains and upgrading in the mobile telecom sector. *International Journal of Technological Learning, Innovation and Development* 4 (1–3): 148–180.
- Cattaneo O., Gereffi G., Staritz C. 2010. *Global Value Chains in a Postcrisis World: A Development Perspective*. Washington DC: The World Bank.
- Chang C. J., Hwang N. C. R. 2002. The effects of country and industry on implementing value chain cost analysis. *The International Journal of Accounting* 37 (1): 123–140.

- Coe N. M., Hess M. 2007. *Global Production Networks: Debates and Challenges*. Paper prepared for the GPERG workshop, University of Manchester.
- Contractor F., Reuer J. J. 2014. Structuring and governing alliances: New directions for research. *Global Strategy Journal* 4 (4): 241–256.
- Cuervo-Cazurra A. 2012. Extending theory by analyzing developing country multinational companies: Solving the Goldilocks debate. *Global Strategy Journal* 2 (3): 153–167.
- Cuervo-Cazurra A., Mudambi R., Pedersen T. 2017. Globalization: Rising skepticism. *Global Strategy Journal* 7 (2): 155–158.
- Dahlstrom K., Ekins P. 2005. Eco-efficiency trends in the UK steel and aluminum industries. *Journal of Industrial Ecology* 9 (4): 171–188.
- De Backer K., Miroudot S. 2014. *Mapping global value chains*. ECB Working Paper.
- Dean J. M., Fung K. C., Wang Z. 2007. *Measuring the Vertical Specialization in Chinese Trade*. U.S. International Trade Commission, Office of Economics Working Paper.
- Dedrick J., Kraemer K. L., Linden G. 2008. *Who Profits from Innovation in Global Value Chains? A Study of the iPod and Notebook PCs*. Irvine, CA: University of California.
- De-Marchi V., Lee J., Gereffi G. 2014. Globalization, recession and the internationalization of industrial districts: Experiences from the Italian gold jewelry industry. *European Planning Studies* 22 (4): 866–884.
- Denk N., Kaufmann L., Roesch J. F. 2012. Liabilities of foreignness revisited: A review of contemporary studies and recommendations for future research. *Journal of International Management* 18 (4): 322–334.
- Dikova D., Panibratov A., Veselova A., Ermolaeva L. 2016. The joint effect of investment motives and institutional context on Russian international acquisitions. *International Journal of Emerging Markets* 11 (4): 674–692.
- Dunning J. H. 1989. The study of international business: A plea for a more interdisciplinary approach. *Journal of International Business Studies* 20 (3): 411–436.
- Elia S., Caniato F., Luzzini D., Piscitello L. 2014. Governance choice in global sourcing of services: The impact on service quality and cost saving performance. *Global Strategy Journal* 4 (3): 181–199.
- Elms D., Low P. 2013. *Global Value Chains in a Changing World*. Geneva: World Trade Organization.
- Evans P. B., Wurster T. S. 1996. Strategy and the new economics of information. *Harvard Business Review* 75 (5): 70–82.
- Fleury A., Fleury M. T. L., Borini F. M. 2013. The Brazilian multinationals' approaches to innovation. *Journal of International Management* 19 (3): 260–275.
- Frederick S. 2014. *Combining the Global Value Chain and Global IO Approaches*. Vancouver: Duke University, Center on Globalization, Governance & Competitiveness.
- Frederick S., Gereffi G. 2011. Upgrading and restructuring in the global apparel value chain: Why China and Asia are outperforming Mexico and Central America. *International Journal of Technological Learning, Innovation and Development* 4 (1–3): 67–95.
- Gammeltoft P., Barnard H., Madhok A. 2010. Emerging multinationals, emerging theory: Macro-and micro-level perspectives. *Journal of International Management* 16 (1): 95–101.
- Gereffi G. 1994. The organization of buyer-driven global commodity chains: How U.S. retailers shape overseas production networks. In: G. Gereffi, M. Korzeniewicz (eds.). *Commodity Chains and Global Capitalism*. Westport, CT: Praeger; 95–122. URL: https://dukespace.lib.duke.edu/dspace/bitstream/handle/10161/11457/1994_Gereffi_Role%20of%20big%20buyers%20in%20GCCs_chapter%205%20in%20CC%26GC.pdf?sequence=1 (accessed: 12.01.2017).
- Gereffi G. 1995. *Global production systems and Third World development*. In: B. Stallings (ed.). *Global Change, Regional Response: The New International Context of Development*. Cambridge, UK: Cambridge University Press; 100–142.
- Gereffi, G. 1999. International trade and industrial upgrading in the apparel commodity chain. *Journal of international economics* 48 (1): 37–70.

- Gereffi G. 2014. Global value chains in a post-Washington Consensus world. *Review of International Political Economy* **21** (1): 9–37.
- Gereffi G., Fernandez-Stark K. 2011. *Global Value Chain Analysis: A Primer*. Vancouver: Duke University, Center on Globalization, Governance & Competitiveness,
- Gereffi G., Humphrey J., Sturgeon T. 2005. The governance of global value chains. *Review of International Political Economy* **12** (1): 78–104.
- Gereffi G., Lee J. 2012. Why the world suddenly cares about global supply chains. *Journal of Supply Chain Management* **48** (3): 24–32.
- Gereffi, G., Korzeniewicz, M. 1994. *Commodity Chains and Global Capitalism*. Westport, CT: Praeger.
- Gibbon P. 2008. Governance, entry barriers, upgrading: A re-interpretation of some GVC concepts from the experience of African clothing exports. *Competition and Change* **12** (1): 29–48.
- Global Value Chains: Russian Federation (A descriptive note)*. 2010. Paris: OECD. URL: <http://www.oecd.org/sti/ind/GVCs%20-%20RUSSIAN%20FEDERATION.pdf> (accessed: 12.01.2017).
- Gui L. 2010. Reshaping the boundaries of the firm: Global value chains and lead firm strategies. In: *Reshaping the Boundaries of the Firm in an Era of Global Interdependence*. Emerald Group Publishing Limited; 29–45.
- Guillén M. F., García-Canal E. 2009. The American model of the multinational firm and the “new” multinationals from emerging economies. *The Academy of Management Perspectives* **23** (2): 23–35.
- Heide J., Kumar A., Wathne K. 2015. Concurrent sourcing, governance mechanisms and performance outcomes in industrial value chains. *Strategic Management Journal* **35** (8): 1164–1185.
- Hernández V., Pedersen T. 2017. Global value chain configuration: A review and research agenda. *BRQ Business Research Quarterly*. **20**: 137–150.
- Hopkins T. K., Wallerstein I. 1986. Commodity chains in the world-economy prior to 1800. *Review (Fernand Braudel Center)* **10** (1): 157–170.
- Hudson R. 2004. Conceptualizing economies and their geographies: spaces, flows and circuits. *Progress in Human Geography* **28** (1): 447–471.
- Hummels D., Ishii J., Yi K. M. 2001. The nature and growth of vertical specialization in world trade. *Journal of international Economics* **54** (1): 75–96.
- Humphrey J., Schmitz H. 2002. How does insertion in global value chains affect upgrading in industrial clusters? *Regional Studies* **36** (9): 1017–1027.
- Humphrey J., Schmitz H. 2008. Inter-firm relationships in global value chains: Trends in chain governance and their policy implications. *International Journal of Technological Learning, Innovation and Development* **1** (3): 258–282.
- Jensen P., Petersen B. 2013. Global sourcing of services: Risk, process, and collaborative architecture. *Global Strategy Journal* **3**: 67–87.
- Jiang X., Milberg W. 2012. Vertical specialization and industrial upgrading: A preliminary note. *Capturing the Gains Working Paper* N 10. Manchester: University of Manchester. <https://ssrn.com/abstract=2141267> (accessed: 12.01.2017).
- Johanson J., Vahlne J. E. 1977. The internationalization process of the firm — a model of knowledge development and increasing foreign market commitments. *Journal of International Business Studies* **8** (1): 23–32.
- Johnson R. C., Noguera G. 2012. Accounting for intermediates: Production sharing and trade in value added. *Journal of International Economics* **86** (2): 224–236.
- Kalotay K. 2006. Outward foreign direct investment from Russia in a global context. *Journal of East-West Business* **11** (3–4): 9–22.
- Kaplinsky R. 2005. China, globalisation and neo-liberal dogma. In: *50th Anniversary Conference, Queen Elizabeth House*. Oxford; 4–6.
- Kaplinsky R., Morris M. 2001. *A Handbook for Value Chain Research*. Ottawa: IDRC.
- Kaplinsky R., Terheggen A., Tijaja J. 2011. China as a final market: The Gabon timber and Thai Cas-sava value chains. *World Development* **39** (7): 1177–1190.

- Koopman R., Wang Z., Wei S. J. 2014. Tracing value-added and double counting in gross exports. *American Economic Review* **104** (2): 459–494.
- Latukha M. 2016. Can talent management practices be considered as a basis for sustainable competitive advantages in emerging market firms? Evidence from Russia. *Thunderbird International Business Review*. January 2016, publication on-line. DOI: 10.1002/tie.21778.
- Lee J., Gereffi G. 2015. Global value chains, rising power firms and economic and social upgrading. *Critical Perspectives on International Business* **11** (3–4): 319–339.
- Lee J., Gereffi G., Barrientos S. 2011. Global value chains, upgrading and poverty reduction. *Capturing the Gains*. Briefing Note N 3. November. http://www.capturingthegains.org/pdf/ctg_briefing_note_3.pdf (accessed: 12.01.2017).
- Making the Most of Africa's Commodities: Industrializing for Growth, Jobs and Economic Transformation. Economic Report on Africa*. 2013. Addis Ababa: United Nations Economic Commission for Africa. UNECA.
- Meshkova T., Moiseichev E. 2016. Foresight applications to the analysis of global value chains. *Foresight and STI Governance* **10** (1): 69–82.
- Meyer K. 2015. What is “strategic asset seeking FDI”? *Multinational Business Review* **23** (1): 57–66.
- Milberg W., Winkler D. 2011. Economic and social upgrading in global production networks: Problems of theory and measurement. *International Labour Review* **150** (3–4): 341–365.
- Mirza A. 2015. Refining of FDI motivations by integrating global value chains’ considerations. *Multinational Business Review* **23** (1): 67–76.
- Mitsuhashi H., Yamaga H. 2006. Market and learning structures for gaining competitive advantage: An empirical study of two perspectives on multiunit-multimarket organizations. *Asian Business & Management* **5** (2): 225–247.
- Mudambi R. 2007. Offshoring: Economic geography and the multinational firm. *Journal of International Business Studies* **38** (1): 206.
- Mudambi R., Venzin M. 2010. The strategic nexus of offshoring and outsourcing decisions. *Journal of Management Studies* **47** (8): 1510–1533.
- Nachum L. 2003. Liability of foreignness in global competition? Financial service affiliates in the City of London. *Strategic Management Journal* **24** (12): 1187–1208.
- Narula R., Dunning J. H. 2010. Multinational enterprises, development and globalization: Some clarifications and a research agenda. *Oxford Development Studies* **38** (3): 263–287.
- Pananond, P. 2013. Moving along the value chain: Emerging Thai multinationals in globally integrated industries. *Asian Business & Management* **12** (1): 85–114.
- Pananond P. 2015. Motives for foreign direct investment: A view from emerging market multinationals. *Multinational Business Review* **23** (1): 77–86.
- Panibratov A. 2012. *Russian Multinationals: From Regional Supremacy to Global Lead*. New York: Routledge.
- Panibratov, A. 2015. Liability of foreignness of emerging market firms: The country of origin effect on Russian IT companies. *Journal of East-West Business* **21** (1): 22–40.
- Panibratov A. 2017. *International Strategy of Emerging Market Firms: Absorbing Global Knowledge and Building Competitive Advantage*. New York: Routledge.
- Pietrobelli C., Rabellotti R. 2007. Business development service centres in Italy: Close to firms, far from innovation. *Technology and Sustainable Development* **4** (1): 38–55.
- Pisano G., Shih W. 2012. *Producing Prosperity: Why America Needs a Manufacturing Renaissance*. Harvard: Harvard Business Review Press.
- Ponte S., Ewert J. 2009. Which way is “up” in upgrading? Trajectories of change in the value chain for South African wine. *World Development* **37** (10): 1637–1650.
- Porter M. 1985. *Competitive Advantage: Creating and Sustaining Superior Performance*. New York: Free Press.
- Ramamurti, R. 2012. What is really different about emerging market multinationals? *Global Strategy Journal* **2** (1): 41–47.

- Ramasamy, B., Yeung, M., Laforet, S. 2012. China's outward foreign direct investment: Location choice and firm ownership. *Journal of World Business* 47 (1): 17–25.
- Reitzig M., Wagner S. 2010. The hidden costs of outsourcing: Evidence from patent data. *Strategic Management Journal* 31: 1183–1201.
- Rothaermel F. T., Hitt M. A., Jobe L. A. 2006. Balancing vertical integration and strategic outsourcing: Effects on product portfolio, product success, and firm performance. *Strategic Management Journal* 27 (11): 1033–1056.
- Sako M. 2006. Outsourcing and offshoring: Implications for productivity of business services. *Oxford Review of Economic Policy* 22 (4): 499–512.
- Satariano A., Burrows P. 2011. Apple's supply-chain secret? Hoard lasers. *Technology* 4: 50–54.
- Shepard B., Stone S. 2013. *Global Production Networks and Employment: A Developing Country Perspective*. Paris: The Organisation for Economic Co-operation and Development.
- Shin N., Kraemer K. L., Dedrick J. 2009. R&D, value chain location and firm performance in the global electronics industry. *Industry and Innovation* 16 (3): 315–330.
- Sim A. B., Pandian J. R. 2007. An exploratory study of internationalization strategies of Malaysian and Taiwanese firms. *International Journal of Emerging Markets* 2 (3): 252–273.
- Srai J. S. Alinaghian L. S. 2013. Value chain reconfiguration in highly disaggregated industrial systems: Examining the emergence of health care diagnostics. *Global Strategy Journal* 3 (1): 88–108.
- Sturgeon T. J. 2002. Modular production networks: A new American model of industrial organization. *Industrial and Corporate Change* 11 (3): 451–496.
- Sturgeon T. 2008. From commodity chains to value chains: Interdisciplinary theory building in an age of globalization. In: J. Bair (ed.). *Frontiers of Commodity Chain Research*. Palo Alto, CA: Stanford University Press; 110–135.
- Sturgeon T. J., Memedović O. 2011. *Mapping Global Value Chains: Intermediate Goods Trade and Structural Change in the World Economy*. Geneva: United Nations Industrial Development Organization.
- Sun Y., Grimes S. 2016. China's increasing participation in ICT's global value chain: A firm level analysis. *Telecommunications Policy* 40 (2): 210–224.
- The Economic Effects of Significant U.S. Import Restraints*. 2011. United States International Trade Commission. USITC.
- Thomsen L. 2016. Exporting to Russia? Entry barriers for food suppliers in a territory in transition. *Journal of Economic Geography* 16 (4): 831–847.
- Vernon R. 1966. International investment and international trade in the product cycle. *The Quarterly Journal of Economics* 80 (2): 190–207.
- Wallerstein I. 1974. The rise and future demise of the world capitalist system: Concepts for comparative analysis. *Comparative Studies in Society and History* 16 (4): 387–415.
- World Investment Report. Investing in the SDG: An Action Plan*. 2014. New York, Geneva: UNCTAD.
- Zhu S., Yamano N., Cimper A. 2011. *Compilation of Bilateral Trade Database by Industry and End-Use Category*. OECD Science, Technology and Industry Working Papers. 2011/06, OECD Publishing.

Russian language references translated into English

- Medvedev A. G. 2009. Evoliutsiia «Mezhdunarodnogo menedzhmenta» kak nauchnoi oblasti i uchebnoi distsipliny: opyt i perspektivy [Evolution of «International Management» as a scientific field and as a teaching subject: experiences and prospects]. *Vestnik Sankt-Peterburgskogo universiteta. Seriya Menedzhment* (4): 154–178.
- Medvedev A. G. 2014. Mezhdunarodnyj menedzhment: strategicheskie resheniya v mnogonacional'nykh kompaniyah: uchebnyk. [International Management: Strategic Decisions in Multinational Companies: A Textbook]. St. Petersburg: Izd-vo «Vysshaya shkola menedzhmenta.

Для цитирования: *Нефедов К. С., Панибратов А. Ю.* Глобальные цепочки ценности: основные аспекты и актуальные направления исследований // Вестник СПбГУ. Менеджмент. 2017. Т. 16. Вып. 3. С. 364–397. DOI: 10.21638/11701/spbu08.2017.302.

For citation: *Nefedov K. S., Panibratov A. Yu.* Global value chain analysis: Main dimensions and further research agenda. *Vestnik of Saint Petersburg University. Management.* 2017, vol. 16, issue 3, pp. 364–397. DOI: 10.21638/11701/spbu08.2017.302.

Статья поступила в редакцию 12 марта 2017 г.; принята к печати 3 июля 2017 г.

Контактная информация

Нефедов Константин Сергеевич — аспирант; k.nefedov@gsom.spbu.ru

Панибратов Андрей Юрьевич — доктор экономических наук, профессор;
panibratov@gsom.spbu.ru

Nefedov Konstantin S. — PhD Student; k.nefedov@gsom.spbu.ru

Panibratov Andrei Yu. — Doctor of Sciences in Economics, Professor;
panibratov@gsom.spbu.ru