

Тема 6. Вертикальная интеграция и диверсификация производства

Под интеграцией понимают объединение производственных ресурсов. Одной из форм интеграции является слияние, при котором две-три существующие компании объединяются в одну организационную структуру. По своей сути процесс интеграции приводит к укрупнению компаний, действующих на рынке. Экономисты выделяют три разновидности интеграции, или слияний: вертикальную, горизонтальную и конгломератную.

При вертикальной интеграции происходит объединение производственных процессов, следующих друг за другом. Это слияние двух или более компаний, которые производят компоненты, необходимые для производства одной продукции. Необходимость в этом типе интеграции имеет место в тех случаях, когда 1) специализированные инвестиции приводят к большим операционным издержкам (затраты на поиск поставщика, готового продать имеющиеся у него ресурсы, значительные расходы на ведение переговоров и т.д.), 2) либо приобретаемый ресурс является по своей природе очень сложным, 3) либо политicoэкономическая ситуация в стране остается неопределенной в течение длительного времени. В этом случае получение необходимых ресурсов через контракты становится очень дорогим или вообще невозможным способом. Единственный вариант, который остается в таких условиях у компании – это создание собственных структурных подразделений, занимающихся производством этих самых ресурсов. Основное преимущество такого способа обеспечения себя ресурсами – устранение посредников. Если ранее самостоятельные фирмы становятся единой компанией, у них сильно сужаются возможности для проявления оппортунистических действий по отношению друг к другу.

К горизонтальной интеграции относятся слияния компаний, занимающихся производством однотипной продукции. После слияния выпускаемый продукт остается тем же. По сравнению с вертикальной интеграцией, к которой компании прибегают для сокращения операционных издержек, основными причинами, побуждающими компании объединяться горизонтально, являются: 1) стоимостные выгоды при производстве, в основе которых лежит действие масштабов производства и размеров и 2) увеличение рыночной доли. С другой стороны, горизонтальное слияние приводит к сокращению числа компаний, действующих на рынке одного продукта. В результате повышается степень концентрации, так и индекс Герфиндаля-Хиршмана, что является отражением увеличения рыночной мощи объединенной компании. Поэтому необходимо сопоставить социальные преимущества от горизонтальной интеграции с

сопровождающими ее социальными издержками, связанными с большей концентрацией в отрасли.

К третьей категории интеграции, конгломератной, относятся объединения в единую структуру различных производственных линий. В этом случае объединяются производства готовой продукции, однако, здесь эти продукты не связаны близко друг с другом.

Особое внимание в этой лекции все же уделим вертикальной интеграции. Вертикально интегрированной фирмой называется фирма, включающая в себя более одной стадии производства конечной продукции, в отличие от неинтегрированной фирмы, приобретающей сырье и материалы у сторонних поставщиков. Неинтегрированная фирма вынуждена заключать долгосрочные контракты со своими поставщиками и покупателями. В них оговариваются цены, условия поставки и реализации произведенной продукции, нормативов запасов, минимальной или максимальной цены перепродажи и т.д. Такие типы контрактов называются вертикальные ограничения.

В экономической теории различают два типа вертикальной интеграции: 1) интеграция продукта, или интеграция «вперед», - включает в себя процесс приобретения фирмой предприятий, относящихся к последующим стадиям реализации продукции и 2) интеграция ресурса, или интеграция «назад», - состоящая из приобретения фирмой предприятий – поставщиков ресурсов.

Однако, вертикальная интеграция имеет и свои ограничения. Причем эти ограничения влияют на снижение производственной эффективности и экономического положения, вовлеченных в этот процесс фирм, а также и рынка в целом. В процессе вертикальной интеграции происходит 1) утрата специализации, что может снизить эффективность производства и привести к росту издержек на единицу продукции. Поэтому может оказаться, что издержки самостоятельного производства для фирмы окажутся выше, нежели цена, по которой данный товар можно было бы купить на рынке. 2) Вторым мотивом против вертикальной интеграции является усложнение процесса управления ввиду увеличения масштаба фирмы и, как следствие, роста издержек на управление. 3) Третий мотив, против вертикальной интеграции состоит в том, что слияние и / или поглощение сопряжены со значительным объемом затрат на совершение такого объединения. 4) Мотивом против вертикальной интеграции для рынка служат создаваемые ею барьеры входа на рынок и монопольная власть фирм-продавцов. Вертикальная интеграция, объединяющая поставщиков промежуточной продукции и производителей конечной продукции, на любом этапе технологической цепочки снижает фактическую и потенциальную конкуренцию на рынках как промежуточной, так и конечной продукции. На рынках промежуточной продукции доступ новых покупателей ограничен из-за невозможности

заключения контрактов с фирмами, включенными в вертикально интегрированную структуру. На рынках конечной продукции вертикально интегрированная фирма обладает преимуществом в издержках, позволяющим повысить монопольную власть.

В то же время вертикальная интеграция несет в себе и положительные черты. Стимулы вертикальной интеграции разнообразны: с одной стороны, они могут быть вызваны особенностями рыночного спроса и характеристиками производимого продукта, с другой – свойствами технологии производства.

Во-первых, вертикальная интеграция позволяет снижать трансакционные издержки. О.Уильямсоном были проанализированы два типа вертикальной интеграции, связанные с трансакционными издержками. Первый тип связан с собственно экономией на трансакционных издержках, возникающих при заключении контрактов. Второй тип вертикальной интеграции связан с производством продуктов, спрос на которые в будущем полностью не определен. Поскольку невозможно предусмотреть все состояния экономической среды в будущем, контракт между поставщиком промежуточной и производителем конечной продукции оказывается не полным. Отсутствие вертикальной интеграции в таких случаях ставит под сомнение инвестиционные программы поставщика промежуточной продукции. Это особенно актуально в случае неопределенности относительно технологии и издержек производства конечной продукции. Контракт, перекладывающий риск с поставщика промежуточной на изготовителя конечной продукции, лишает производителя на промежуточной стадии стимулов минимизировать затраты.

Вертикальная интеграция для снижения трансакционных издержек особенно актуальна в том случае, когда фирма использует специализированные активы. Рынок специализированных активов не может быть конкурентным. Высокий риск, связанный с ограниченностью спроса, создает барьеры входа на рынок, поэтому предложение специализированного оборудования, специализированного труда, специализированных природных ресурсов фактически монополизировано. Для фирмы – производителя трансакционные издержки, вызванные неопределенностью, весьма высоки, невозможность своевременной поставки специализированных активов влечет за собой опасность остановки производства.

Очевидно, что фирмы предпочитают производить сложное специализированное оборудование в рамках вертикально интегрированной структуры, заключать долгосрочные контракты с работниками, обладающими специальными навыками, а также контракты на право разработки и использования уникальных природных ресурсов.

Высокие трансакционные издержки заставляют фирму использовать методы вертикальной интеграции в случае существования асимметричной информации о качестве поставляемого оборудования и промежуточной продукции. Острота проблем, возникающих в результате асимметричной информации о качестве, на рынке оборудования существенно выше, чем на рынках потребительских благ: более высокие цены в сочетании с невозможностью определить характеристики оборудования не только до его использования, но и в течение длительного времени с момента начала его использования создают стимулы поставки некачественных товаров. Если вдобавок издержки, связанные с проверкой качества оборудования, высоки, стратегия вертикальной интеграции становится для фирмы предпочтительней по сравнению с приобретением оборудования у самостоятельных поставщиков.

Следующим мотивом вертикальной интеграции служит стремление фирм к увеличению прибыли за счет решения проблемы «двойной надбавки». Данная проблема возникает тогда, когда и рынок промежуточной, и рынок конечной продукции являются рынком несовершенной конкуренции. Рассмотрим общий случай – олигополию на рынках промежуточной и конечной продукции.

Третьим мотивом объединения фирм в вертикально интегрированную компанию может быть стремление предприятий уменьшить давление государственного регулирования, в том числе уменьшить объем налоговых поступлений. Вертикальная интеграция позволяет манипулировать объемом полученной прибыли, перераспределяя ее между подразделенными фирмами, что важно в том случае, когда государство вводит ограничения на норму прибыли производства некоторых продуктов или услуг компании. В рамках вертикально интегрированных компаний сумма уплаченных косвенных налогов (например, налог на добавленную стоимость) будет ниже, чем сумма, которая была бы уплачена самостоятельными компаниями. Вертикальная интеграция зачастую дает возможность обойти установление государством максимальной границы цен на продукцию.

Четвертым мотивом к вертикальной интеграции может быть использование эффективной системы ценовой дискриминации. Назначая разные цены для разных покупателей товара, производители промежуточной продукции получают возможность расширить объем продаж и повышать объем прибыли. Вертикальная интеграция позволяет эффективно предотвращать арбитраж – перепродажи товара покупателям, приобретающим его по более низкой цене. Понижение цены промежуточного товара для покупателей с высокой ценовой эластичностью возможно только при включении их в вертикально интегрированную фирму.

Самостоятельным мотивом вертикальной интеграции может стать диверсификация производства. Диверсификация выпуска компании позволяет снизить риск хозяйствования, что особенно важно в условиях расширения деятельности.

Мотивом вертикальной интеграции может стать стремление снизить потери от монопольной власти. Так, независимые поставщики сельскохозяйственной продукции, сталкиваясь с закупочной фирмой, обладающей монопсонической властью, повышают прибыль, объединившись в кооператив и построив предприятие по переработке сельскохозяйственной продукции.

Седьмая причина вертикальной интеграции заключается в том, что подобный тип отношений позволяет решить проблему морального ущерба производителя. Так, например, если растет спрос на конечный продукт, продаваемый розничным торговцем, то увеличивается спрос со стороны торговца на промежуточный продукт – продукт данной фирмы-производителя. Это увеличивает прибыль производителя. Следовательно, производитель будет заинтересован в росте спроса на конечный товар. Для увеличения спроса на конечный товар можно предложить такие мероприятия, как бесплатные образцы, реклама, продажи в кредит, дополнительные услуги, сопровождающие продажу и послепродажное обслуживание товара, предоставление полной информации о товаре. Однако все эти мероприятия должны проводиться торговцем, а не производителем. Торговец же не заинтересован в наращивании усилий по сбыту, т.к. эти усилия представляют для него дополнительные издержки, а дополнительная прибыль от роста спроса все равно переходит к производителю. Поэтому торговец будет вкладывать меньше усилий в стимулирование сбыта, чем необходимо для максимизации прибыли производителя. Отсюда возникает проблема морального ущерба производителя, решить которую позволяет объединение двух стадий производства и продажи товара в рамках одной фирмы.

Виды вертикальной интеграции и вертикальных контрактов

К основным способам вертикальных контрактов между фирмами в вертикальной цепочке взаимоотношений относятся следующие.

Линейное ценообразование – ситуация, когда фирма-монополист сама назначает цену перепродажи, а выбор объема закупок промежуточной продукции остается за фирмой-клиентом.

Нелинейное ценообразование в виде двухчастного тарифа. В данном случае первая фирма в вертикальной цепочке предоставляет второй фирме исключительные права на свою продукцию в обмен на франшизу — постоянный размер «выкупа» за доступ к рынку, к которому прибавляется цена единицы промежуточного товара.

Контроль уровня розничных цен. Фирма-монополист может

устанавливать так называемую рекомендуемую цену для торговцев. Это может быть как максимальная, так и минимальная цена перепродажи. Контроль уровня розничных цен позволяет оказывать влияние на конечный спрос и тем самым на прибыль производителя.

Нормирование объема сбыта. В данном случае фирма-производитель указывает розничному торговцу минимальные или максимальные объемы сбыта, при которых вертикальный контракт остается в силе. Если эти условия не выполняются, контракт расторгается.

Право исключительной территории. Может предоставляться нескольким розничным торговцам для того, чтобы устраниć излишнюю конкуренцию между ними. Под исключительной территорией подразумевают как пространственную дифференциацию рынка — разные торговцы продают свой товар на разных в пространственном отношении рынках — так и сегментацию рынка по видам покупателей.

Помимо устранения излишней конкуренции между дилерами одного и того же производителя право исключительной территории играет определенную роль для устранения проблемы «безбилетника». Так, если усилия торговцев по продвижению товара не контролируются производителем, то один торговец может вкладывать меньше средств в стимулирование сбыта, а другой — относительно больше, но результат будет одинаковым — и у одного и у другого наличествует сбыт. Если же территории разделены, то вложение меньших усилий непосредственным образом отражается на сбыте торговца, а следовательно, и на его прибыли.

Поведение «безбилетника» может включать в себя отказ от расходов на рекламу, отказ от расходов на обучение персонала, демонстрационные залы и тому подобные мероприятия, а также продажу низкокачественного продукта под маркой высококачественного товара производителя, что наносит ущерб репутации последнего. Чем выше эластичность спроса по цене, тем при прочих равных условиях выше стимулы к недобросовестному поведению торговца. То есть добросовестные торговцы создают положительный внешний эффект для недобросовестного торговца, позволяя ему получать прибыль за свой счет. С другой стороны, недобросовестный торговец-«безбилетник» создает отрицательный внешний эффект для производителя и системы реализации товара в целом.

Исключительные контракты, или связывание. Исключительные контракты предусматривают продажу товара только одному покупателю или покупку товара только у данного продавца. Соответственно можно выделить исключительные контракты на покупку и исключительные контракты на продажу. Связывание используется для устранения эффекта замещения промежуточных

товаров между монопольным и немонопольным поставщиками. Поскольку монопольный поставщик предоставляет товар по более высокой цене, у торговца всегда присутствует стимул переключиться на продукцию немонопольного поставщика, которая заведомо будет характеризоваться более низкой ценой. Если это возможно, это и происходит. Для предотвращения такой ситуации используются исключительные контракты.

Ограничение числа торговцев. Кроме того, для устранения излишней конкуренции и опасности разрушительной «ценовой войны», а также для предупреждения излишней дифференциации товара (слишком близко расположенных магазинов одного и того же производителя) или когда существует недостаточная координация деятельности дилеров применяется принудительное ограничение числа торговцев одного и того же производителя.

Последствия вертикальной интеграции

Просуммируем последствия вертикальной интеграции для экономики в целом. Вертикальная интеграция:

1. Приводит к созданию барьеров входа на рынок за счет повышения минимально эффективного размера производства.
2. Ведет к созданию и поддержанию монопольной власти фирмы, а также к снижению реальной и потенциальной конкуренции на всех рынках, включенных в вертикальную цепочку.
3. Способствует снижению производственных затрат и трансакционных издержек.
4. Может облегчать использование грабительского ценообразования и тем самым вытеснять конкурентов с рынка путем применения демпинговых цен.
5. Ведет к усложнению процесса управления внутри интегрированной фирмы и, следовательно, к росту издержек по управлению. Поэтому может сопровождаться ухудшением управляемости фирмы в целом.