Тема 13. Влада покупця та вертикальна інтеграція

1. Вертикальна інтеграція та її характеристика.
2. Вертикальні обмеження та їх характеристика.
3. Негативні наслідки вертикальних відносин.

1. Вертикальна інтеграція та її характеристика

Вертикальна інтеграція – це поєднання фірм, пов'язаних єдиним технологічним ланцюгом, це злиття компаній, що займаються виробництвом на різних стадіях технологічного ланцюга та встановлення контролю над ними з боку однієї компанії. При цьому до початкової вартості продукції приєднується додана вартість, а продукція пересувається по ланцюгу до кінцевого споживача.

Головна відмінність у визначенні вертикальної інтеграції полягає у ступені контролю однієї фірми над іншою, який виникає внаслідок поєднання різних стадій ланцюгу доданої вартості. **Залежно від напряму інтеграції вертикальні об'єднання поділяють на інтеграцію "вперед", або пряму інтеграцію, що передбачає поєднання виробництва та збуту, та інтеграцію "назад", або зворотну інтеграцію, коли об'єднуються виробництво з попередніми стадіями технологічного ланцюга**.

Залежно від ступеня вертикальну інтеграцію поділяють на повну та квазіінтеграцію.

Остання може існувати в таких формах:

- довгострокові контракти;
- спільні підприємства та стратегічні альянси (фірми поєднуються для досягнення певного результату, залишаючись незалежними в інших питаннях);
- ліцензії на право використання технологій;
- володіння активами на різних стадіях технологічного ланцюга, керівництво якими здійснюють зовнішні постачальники;
- франчайзинг.

Причини існування вертикально об'єднаних структур по різному визначаються у теорії фірми.

З погляду **неокласичної теорії фірми** розмір фірми залежить від технологічних меж, до яких відносять горизонтальні та вертикальні межі, що зумовлює дію ефекту від масштабу. При цьому, вертикальна інтеграція фірм надає можливість:

- використовувати більш спеціалізовані кадри;
- досягти вищого рівня спеціалізації на кожному заводі для даної продуктової лінії;
- сконцентрувати засоби та розподілити витрати на виробництво та збут, а також фінансовий ризик на більший обсяг діяльності;
- отримати більшу віддачу від витрат на розвиток та просунення продуктів та інші способи маркетингу.

Інституційна теорія фірми пояснює існування вертикальної інтеграції з погляду трансакційних витрат, агентських відносин та прав власності. **За інших рівних умов, фірма буде тим більша, чим:**

а) менші витрати організації і чим повільніше зростають ці витрати із збільшенням організованих трансакцій;

б) менше помилок робить підприємець, і чим повільніше зростає кількість помилок із збільшенням організованих трансакцій;

в) більше зменшується (менше зростає) ціна пропозиції факторів із зростанням розміру фірми.

На думку представників **"динамічної" теорії трансакційних витрат**, вертикальна інтеграція пов'язана із зростанням ринку, а також якісними змінами, особливо інноваціями.

Спонукальними мотивами вертикальної інтеграції виступають:

- по-перше, економія на трансакційних витратах, що пов'язана, зокрема, із підготовкою та укладанням контракту;
- по-друге, асиметричність інформації щодо якості обладнання, оскільки тривале використання неякісного обладнання створюють передумови постачання неякісної продукції на ринок;
- по-третє, збільшення прибутків за рахунок вирішення проблеми "подвійної надбавки", яка виникає, коли ринок готової та проміжної продукції є недосконало конкурентними. Внаслідок інтеграції зменшуються витрати виробника кінцевої продукції на проміжний продукт, зростає обсяг ринкової продукції та зменшуються ціни кінцевого продукту;

- по-четверте, мотивом вертикального поєднання фірм є прагнення підприємств зменшити тиск державного регулювання за рахунок, наприклад, скорочення податкових відрахувань. Обсяг отриманого прибутку можна перерозподіляти між підрозділами фірми, коли держава запроваджує обмеження норми прибутку деяких продуктів або послуг компанії. Для вертикально інтегрованих фірм сума сплачених непрямих податків (наприклад, податку на додану вартість) буде меншою, ніж сума, сплачена самостійними підприємствами.

- п'ятим мотивом можна вважати використання ефективної системи цінової дискримінації. Призначаючи різні ціни для різних покупців, виробники проміжної продукції отримують можливість розширювати обсяги продажу та підвищувати прибутки. Зменшення ціни проміжного товару для покупців з високою еластичністю попиту можлива лише при об'єднанні в одну фірму, що важливо на ринках місцевих продуктів харчування, а також, наприклад, у продуктовому ланцюгу цукру-піску.

- шостим стимулом є прагнення зменшити втрати від монопольної влади: монопсонічну владу закупівельних фірм постачальники сировини можуть подолати, поєднавшись в одну фірму та створивши підприємство з переробки сировини, що одночасно збільшить їхні прибутки.

Серед позитивних наслідків вертикальної інтеграції: підвищення конкурентоспроможності вертикально інтегрованих компаній, поліпшення основних показників діяльності, структури експорту тощо.

Виокремлюють такі способи вертикальних контрактів:

Лінійне ціноутворення – ситуація, коли фірма-монополіст призначає ціну перепродажу, а вибір обсягу закупок проміжної продукції залишається за фірмою-клієнтом.

Нелінійне ціноутворення у вигляді подвійного тарифу – одна фірма надає іншій виключні права на свою продукцію в обмін на франшизу – постійний розмір "викупу" за доступ на ринок, до якого додається ціна одиниці проміжного товару.

Контроль рівня роздрібних цін – рекомендована максимальна або мінімальна ціна для торгових фірм.

Нормування обсягу збуту – визначення виробником мінімальних або максимальних обсягів збуту, за яких вертикальний контракт є дійсним.

Право виключної території – надання різних у просторі ринків торговельним фірмам із метою усунення конкуренції між ними.

Виключні контракти – продаж товару лише одному покупцю або купівля товару лише в одного продавця.

Обмеження кількості торговельних фірм – використовується з метою усунення зайвої конкуренції, запобігання надлишковій диференціації товару, або у випадках недостатньої координації дилерів використовується обмеження кількості торговців одного й того ж виробника.

Сьогодні в Україні поширені такі організаційні форми вертикальної інтеграції, як бізнес-групи, холдинги, франчайзинг.

Бізнес-група не є законодавчо закріпленою формою, але вони займають провідні позиції на багатьох ринках.

Головною причиною створення бізнес-груп є правова незахищеність контрактів, внаслідок чого істотно зменшується ефективність інвестування в об'єкти, що перебувають поза межами контролю економічного агента. Більшість українських інвестицій є високоспецифічними і вимагають додаткових витрат на забезпечення реалізації угоди. Трансакційні витрати зменшують прибутковість вкладень за межами особистого контролю до від'ємних величин.

Фактори, що зумовлюють інтеграцію на українських галузевих ринках:

- прагнення подолати неефективність двобічної монополії шляхом вертикальної інтеграції;
- уникнути "подвійної надбавки" шляхом вертикальної інтеграції;
- підвищити ринкову владу шляхом горизонтальної інтеграції;
- збільшити обсяг випуску до мінімально ефективного шляхом вертикальної або горизонтальної інтеграції.

Типи об'єднань у бізнес-групах:

- що створені шляхом використання спеціальних моделей приватизації;
- конгломерати, що організовані як холдинги;
- сформовані на основі спеціального договору (офіційно зареєстровані ФПГ);
- неформальні об'єднання компаній у вигляді "промислових мереж".

2. Вертикальні обмеження та їх характеристика

Головним способом створення вертикально інтегрованих фірм, що поєднують контроль над власністю і поведінкою, є злиття та поглинання.

Виникнення відносин щодо вертикального обмеження, тобто контролю за поведінкою без контролю за власністю, в умовах розвиненої інфраструктури, стабільних правових норм, наявності бази для прийняття рішень, урегульованості відносин власності, ефективного фінансового ринку, є практично неможливим, а контроль за поведінкою – менш стійким.

Навпаки, нерозвиненість ринкової інфраструктури, неврегульованість відносин власності зумовлює можливості існування стійких вертикальних обмежень і робить контроль за постачанням та реалізацією товару ефективнішим, ніж контроль над власністю.

Під вертикальними обмеженнями розуміють обмеження, які фірма, що діє на одній стадії угод між компаніями, накладає на поведінку іншої, яка діє на іншій стадії.

Види вертикальних обмежень:

- підтримка роздрібних цін (ПРЦ) – постачальник вимагає від дилера продавати свою продукцію за певною, заздалегідь визначеною, ціною. Іноді цю практику називають вертикальною фіксацією ціни. Як правило, ПРЦ передбачає встановлення або мінімальної, або максимальної роздрібної ціни;
- територіальні обмеження – угода між постачальником і дилером про те, що постачальник не допускатиме в межах певної території роботи інших своїх дилерів, визначаючи її в такий спосіб як ексклюзивну ринкову територію даного дилера;
- ексклюзивне партнерство – спосіб досягнення аналогічних вертикальній інтеграції результатів із допомогою контракту;
- взаємопов'язаний продаж – практика, коли певний постачальник погоджується продавати певному споживачеві продукт лише за умови, що останній погодиться задовольняти свої потреби в іншому виді продукції, купуючи його саме в цього постачальника.

Особливою формою стимулювання обсягу продажу дистриб'ютора є система франчайзингу. Контракт франчайзингу передбачає придбання франчайзи, права діяти, використовуючи торгову марку великої відомої фірми – франчайзера. Вертикальний контроль з боку франчайзера може бути різним залежно від типу укладеної угоди. Обов'язки, що бере на себе фірма-франчайзи, можуть зводитися до реалізації продукції франчайзера й підтримки його торгової марки.

Франчайзер може встановлювати план продажу, стандарти виробництва та якості, форму оперативної звітності.

Плата за користування франчайзингом складається з двох частин, фіксованої суми та відрахувань від франчайзи, що має назву роялті. Співвідношення між ними може бути різним. Маніпулюючи величиною цих сум, франчайзер може істотно впливати на конкуренцію між фірмами, що купують франчайзи та їх цінову політику. Чим менше роялті та вища франшиза, тим більшою мірою зацікавлені фірми у збільшенні обсягу продажу. Якщо розглядати контракт між виробником і дистриб'ютором, величина франшизи обмежує можливості дистриб'ютора підвищувати ціну, оскільки він має продати достатню кількість товару, щоб відшкодувати витрати не тільки на закупівлю товару, а й на право продажу товару. Водночас високий відсоток роялті призведе до зменшення обсягу продажу дистриб'ютора й підвищення ціни.

Особливим типом вертикальних обмежень у перехідних економіках пострадянських країн є відносини **давальництва**, що передбачає збереження права власника проміжного продукту на кінцевий продукт за умови сплати доданої вартості його виробникові. Істотна частка давальницької сировини в загальному обсязі проміжної продукції, яку отримує виробник, призводить до трансформації поточних цілей, орієнтирів господарювання та політики підприємства і, врешті-решт, за інших рівних умов, до зменшення конкурентоспроможності продукції, хоча короткостроковий виграш від системи давальництва очевидний.

Іншою специфічною формою вертикальних обмежень є використання альтернативних форм розрахунку – бартеру, готівки, векселів різних емітентів, податкових звільнень, казначейських зобов'язань та інших фінансових інструментів, які б допомогли вирішити проблему неплатоспроможності. За умов відсутності механізму банківської підтримки комерційного кредитування, і, відповідно, вексельного обігу, для використання фінансових інструментів розрахунку постала потреба укладати особливі вертикальні угоди. Негативні наслідки альтернативних розрахунків

пов'язані з можливістю ухилення від сплати податків, переходу підприємства до тіньової діяльності й обмеженням підприємства щодо вибору каналів збуту продукції та конкуренції взагалі.

3. Негативні наслідки вертикальних відносин

Головними аргументами проти вертикальної інтеграції є створені нею бар'єри щодо входження на ринок інших фірм, а також монопольна влада фірм-продавців. Поєднання виробників проміжної та кінцевої продукції на будь-якому етапі продуктового ланцюга зменшує фактичну та потенційну конкуренцію. На ринках проміжної продукції доступ нових покупців обмежений внаслідок неможливості укладання контрактів із фірмами, що належать до вертикально інтегрованої структури. На ринках кінцевої продукції вертикально інтегровані структури мають переваги у витратах, що дозволяють збільшити монопольну владу.

Також вертикальна інтеграція не дозволяє своєчасно позбавлятися неконкурентоспроможних фірм, внаслідок великої взаємозалежності між функціональними підрозділами. Вона створює великі внутрішні витрати на підтримання вертикальних виробничих потужностей, на управління підприємством, передачу інформації за ієрархією, на дублювання функцій в окремих виробничих структурах, а також на контроль і координацію діяльності.

Вертикальна інтеграція створює перешкоди на шляху спеціалізації виробництва і конкуренції, тому вона меншою мірою орієнтована на ринок і запити кінцевого споживача.