

ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ ВЕРТИКАЛЬНОЙ ИНТЕГРАЦИИ

Терёшкин Андрей Александрович

магистрант, кафедра региональной экономики, инновационного предпринимательства и безопасности, Институт государственного управления и предпринимательства УрФУ,
г. Екатеринбург

Аннотация. В статье описываются индивидуальные концепции, обосновывающие стимулы к вертикальной интеграции, которые основываются на трёх основных подходах к определению природы фирмы: технологической, контрактной и стратегической концепции фирмы. Рассматриваются факторы, задающие границы горизонтального и вертикального роста фирмы. Описываются причины, по которым организации делают выбор производить ли товар (для использования на предыдущей или последующей стадий в технологическом процессе) внутри фирмы или приобретать его на рынке.

Ключевые слова: природа фирмы, технологическая концепция фирмы, контрактная концепция фирмы, стратегическая концепция фирмы, стимулы к вертикальной интеграции.

Изучение такого экономического явления как вертикальная интеграция, видится достаточно сложным без рассмотрения фирмы как экономического агента, чьи специфические черты определяют особенности действия механизма взаимоотношений в исследуемой нами области.

Фирма является одним из основных институтов экономической системы с обособленной от внешней среды экономической деятельностью. Но именно во внешней среде, к которой относятся потребители, поставщики, конкуренты, государство, общество и природа в целом, она осуществляет свои функции [1, с.3]. Отличие фирмы от других хозяйствующих субъектов по мнению С. Б. Авдашевой заключается в том, что она:

- является достаточно крупной организационно оформленной единицей;
- существует как юридически независимый экономический агент;
- осуществляет особую функцию в экономике: приобретает ресурсы для производства товаров и услуг;
- обеспечивает своё существование за счет разницы между совокупной выручкой и совокупными издержками.

Существуют три основных подхода к определению фирмы, каждый из которых основывается на разных сторонах её деятельности и формирует индивидуальные концепции обоснования стимулов вертикальной интеграции.

Технологическая концепция фирмы является основой классической и неоклассической теорий. Она развивалась в рамках технологической парадигмы существования производственной организации в трудах А. Смита, А. Маршалла, Л. Вальраса, А. Пигу, Дж. Хигса, Й. Шумпетера, Дж. Робинсона, Э. Чемберлина, У. Баумоля, Р. Марриса, П. Самуэльсона и многих других авторов. Фирма рассматривается как шаг на пути технологического прогресса, обеспечивающий рост производительности труда. Увеличение рынка способствует росту фирмы.

Неоклассическая экономическая теория утверждает поведение экономических субъектов как направленное на максимизацию полезности, которая в подавляющем большинстве случаев сводится к максимизации прибыли. И хотя так называемая «маржиналистская полемика», ставящая под сомнение рациональность утверждения максимизации прибыли основной целью, так и не получила логического завершения, не смотря на прошедшие восемьдесят лет с её начала, предположение о максимизации прибыли принято как наиболее удобное, целесообразное и точное, нежели любое альтернативное. Фирмы, выбравшие максимизацию прибыли главным ориентиром, смогут контролировать всё большую долю ресурсов, а значит укрепят свои позиции по отношению к конкурентам [9, с.18].

В самой абстрактной форме неоклассическая теория описывает поведение идеализированных переменных в очень упрощенных условиях:

- на рынке всегда существует равновесие и оно совпадает с оптимумом по Парето (когда ресурсы распределены таким образом, что никакое перераспределение не может улучшить положение хотя бы одного экономического субъекта, не ухудшив при этом положение другого);
- субъекты действуют исходя из соображений максимизации прибыли, они достаточно информированы и рациональны;
- все ресурсы кому-либо принадлежат и находятся в частной собственности;
- понятия трансакционных издержек не существует;
- деятельность субъекта описывается его производственной функцией;
- субъект, в силу рационализма, выбирает варианты для действий с наименьшими издержками.

Согласно технологическому подходу, фирма рассматривается как структура, оптимизирующая издержки при текущем выпуске, что обусловлено технологическими особенностями её производства. Зависимость издержек от выпуска определяет технологическую границу фирмы, горизонтальную и вертикальную границы роста.

Горизонтальный размер фирмы определяется положительным эффектом масштаба. То есть пока издержки меньше при выпуске товара в рамках одной фирмы, чем при его отдельном производстве в рамках отдельных компаний, фирма может расти.

Аналогичный принцип (субаддитивность издержек) определяет и вертикальные размеры фирмы – выбор между покупкой на рынке или производством внутри фирмы продуктов предыдущей или последующей стадий в технологическом процессе. Фирма предпочтёт производить их внутри, то есть станет вертикально интегрированной, если издержки от производства меньше, чем при покупке во вне.

Таким образом, технологический подход к анализу фирмы позволяет выявить производственные ограничения для роста фирмы, определить условия эффективности функционирования и установить естественные границы её размеров.

Контрактная концепция фирмы – вторая концепция обоснования стимулов вертикальной интеграции. Она связана с институциональной парадигмой, описанной в работах таких авторов как Р. Коуз, О. Уильямсон, С. Винтер, О. Харт, Х. Демсец, С. Уинтер и др.

В институционализме «фирма представляет собой совокупность отношений между работниками, управляющими и собственниками. Эти отношения часто выражаются формальными договорами – контрактами. Но даже если отношения не регулируются формальным договором, существуют свои правила поведения между работниками фирмы, работниками и управляющими, между поставщиками и потребителями продукции. Эти правила поведения могут рассматриваться в качестве неформальных контрактов, так как они достаточно стабильны на протяжении длительных периодов времени, а их нарушение вызывает формальные или неформальные санкции прочих участников» [1, с.5].

Представляя собой комплекс внутренних и внешних контрактов, встречается с двумя видами затрат на и на их выполнение – транзакционные издержки (затраты на осуществление сделок) и издержки контроля (управленческие).

Согласно мнению П. Милграма и Дж. Робертса, транзакционные издержки можно определить как явные и неявные издержки, обеспечивающие функционирование экономической системы, – издержки координации и мотивации [4, с.2]. Подобные издержки ассоциируются с

поиском информации о товаре или услуге, поиском партнёра для сделки, процессом переговоров, организацией заключения контрактов и контролем их выполнения.

В данной парадигме рынок и фирма представляют собой альтернативные способы заключения контрактов: рынок как сеть внешних контрактов, фирма – как сеть внутренних контрактов. Соответственно выбор фирмы, то есть где приобрести ли товар или услугу, лежит между двумя этими альтернативами, а именно зависит от соотношения издержек их использования. Чем выше транзакционные издержки по сравнению с издержками контроля, тем более вероятно, что товар будет производиться внутри фирмы, а не приобретаться на рынке.

Так груз транзакционных издержек, приводящих к неэффективности внешних контрактов, ограничивает сферу деятельности рынка и принуждает фирму к вертикальной интеграции. Но при росте фирмы растёт и численность занятых работников, а производственный процесс дробится на составляющие его этапы. В один прекрасный момент сотрудники теряют непосредственную связь между самим трудом и его результатами, а место самоконтроля как способа измерения эффективности труда вынужденно занимает контролирующая инстанция. Увеличиваются и создаются новые издержки на контроль составляющих производственного процесса, и в конце концов затраты на обеспечение выполнения внутренних контрактов начинают превышать транзакционные издержки. То есть сеть рыночных контрактов по сравнению с сетью внутренних становится более привлекательной. Так внутренние контракты заменяются внешними.

Таким образом, транзакционные издержки определяют нижнюю границу фирмы, её минимальный размер, издержки контроля – верхнюю границу, её максимальный размер.

Трактовка вертикальной интеграции с позиции транзакционных издержек прошла ряд стадий. Первая – общая аргументация, описанная в работах Р. Коуза, О. Уильямсона, Ф. Кнайт. Вторая – геометрическая интерпретация отмеченной аргументации, описанная О. Уильямсоном. Третья – математическая форма общего характера (С. Мастен и М. Риордан). Четвёртая – детальная разработка проблемы вертикальной интеграции в контексте сравнительной неполной контрактации (С. Гроссман и О. Харт).

Стратегическая концепция фирмы, основанная на эволюционистских исследованиях поведения фирмы на базе теории игр, является третьей концепцией обоснования стимулов вертикальной интеграции.

До этого момента фирма рассматривалась как пассивная структура экономики. За ней признавалась только возможность реагирования на окружающую среду и сложившиеся обстоятельства. Однако фирма не только подчиняется экономическим отношениям, но и сама

формирует их. Именно точка зрения о фирме как активном субъекте рынка и составляет основу стратегического похода к фирме.

Цели жизнедеятельности фирмы реализуются в её стратегии. Для формирования собственной стратегии в первую очередь фирма принимает во внимание рыночный спрос и возможные действия своих конкурентов. Она старается активно влиять на спрос и формировать предпочтения потребителей. Фирма воздействует на законодательство, вынуждает регулировать налоги, пошлины, квоты, объёмы субсидий, антимонопольные законы. В итоге такие параметры поведения фирмы, как: цена, объём собственного производства, качество товара, закуп ресурсов, в том числе персонала, эмиссия ценных бумаг и взаимоотношения с контрагентами –являются факторами стратегического поведения фирмы, посредством которых она и добивается своих целей [1, с.7]. Вертикальная интеграция может являться одним из видов стратегии.

Стратегическое поведение означает, что каждая фирма, принимая какое-либо решение, знает, что её действия могут отразиться на вариантах дальнейшего поведения её конкурентов и партнёров. По этому, перед окончательным выбором она проигрывает разные варианты развития ситуации. В условиях современной экономической действительности стратегическое взаимодействие фирм является довольно сложным процессом формирования и корректировок ожиданий, описать который при помощи количественных методов не получится. Выявить более широкий спектр конкурентных и монопольных процессов видится возможным используя аппарат теории игр [3, с.16].

Таким образом, все три подхода к анализу сущности фирмы заложены в основу ключевых концепций, объясняющих вертикальную интеграцию.

Список литературы:

1. Авдашева С.Б., Розанова Н.М. Теория организации отраслевых рынков. Учебник. – М.: ИЧП «Издательство Магистр», 1998. – 320 с.
2. Артамонов В., Ананьин О., Макашева Н. История экономических учений: Учебное пособие. – М.: ИНФРА-М, 2002. – 784 с.
3. Бутыркин А.Я. Вертикальная интеграция и вертикальные ограничения в промышленности. Научная монография. – М.: Едиториал УРСС, 2003. – 200 с.
4. Милграм П., Робертс Дж., Экономика, организация и менеджмент. Том 1. – Санкт-Петербург: Экономическая школа, 2004. – 472 с.
5. Нестеренко А.Н. Экономика и институциональная теория. – М.: Эдиториал УРСС, 2002. – 416 с.

6. Норт Д. Институты и институциональная экономика. – М.: Дело, 2002. – 434 с.
7. Уильямсон О., Уинтер С. Природа фирмы. – М.: Дело, 2001. – 360 с.
8. Фридмен М. Эссе о позитивной экономике. Пер. с англ. – М.: Наука, 1998. – 144 с.