Учреждение образования

«БЕЛОРУССКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ТЕХНОЛОГИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ»

**Вертикальная интеграция и ее ограничения**

Студент: Каспер Н.В.

ФИТ 3 курс, 5 группа

Преподаватель: Дербинская Е.А.

Минск 2020

# **Введение**

В экономической теории существует понятие интеграция. Интеграция – это процесс развития устойчивых взаимосвязей соседних государств, ведущий к их постепенному экономическому слиянию, основанный на проведении этими странами согласованной межгосударственной экономики и политики. Различают интеграцию горизонтальную и вертикальную. Также 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.

В данном реферате мы познакомимся с вертикальной интеграцией.

Компания, использующая вертикальную интеграцию, обычно мотивирует ее желанием усилить конкурентную позицию своего ключевого исходного бизнеса, чему должны способствовать: экономия издержек; отход от рыночной стоимости в интегрируемых производ­ствах; повышение контроля качества производственных и управ­ленческих процессов; защита собственной технологии.

Однако вертикальная интеграция имеет и отрицательные сто­роны: повышенные издержки; неизбежные финансовые потери при быстрой смене техно­логий и непредсказуемости спроса.

Именно все выше перечисленное и подчеркивает актуальность выбранной темы. Рассмотрим определение вертикальной интеграции и ее причины, а также познакомимся с вертикальными ограничениями.

# **Основная часть**

**Вертикальная интеграция** — в [микроэкономике](https://ru.wikipedia.org/wiki/%D0%9C%D0%B8%D0%BA%D1%80%D0%BE%D1%8D%D0%BA%D0%BE%D0%BD%D0%BE%D0%BC%D0%B8%D0%BA%D0%B0) степень владения одним [холдингом](https://ru.wikipedia.org/wiki/%D0%A5%D0%BE%D0%BB%D0%B4%D0%B8%D0%BD%D0%B3), инфраструктурой, [бизнес-процессами](https://ru.wikipedia.org/wiki/%D0%91%D0%B8%D0%B7%D0%BD%D0%B5%D1%81-%D0%BF%D1%80%D0%BE%D1%86%D0%B5%D1%81%D1%81), технологиями, компетенциями и т. д. в цепочке процессов производства товара или услуги (направление к поставщикам сырья — назад; направление к потребителям — вперёд). Вертикально интегрированные холдинги контролируются общим владельцем. Обычно каждая компания холдинга производит различный продукт или услугу для удовлетворения общих потребностей.

К примеру, в современном сельском хозяйстве в большинстве случаев существует такая цепочка: сбор продукта, его переработка, сортировка, упаковка, хранение, транспортировка и, наконец, продажа продукта конечному потребителю. Фирма, контролирующая все или несколько звеньев подобной цепи, будет вертикально интегрирована.

Вертикальная интеграция направлена на захват одной компанией нескольких этапов производства товаров или услуг — например, производство сырья, собственно производство товара или услуги, перевозка к месту реализации, маркетинг и розничные продажи.

Существует **3 типа вертикальной интеграции:**

1. Вертикальная интеграция «назад»

Компания осуществляет вертикальную интеграцию «назад», если она стремится получить контроль над компаниями, которые производят сырьё, необходимое при производстве товаров или услуг этой компании.Т.е. такая интеграция включает в себя процесс приобретения фирмой предприятий поставщиков ресурсов. Например, автопроизводители могут владеть компанией по производству покрышек, по производству автомобильных стёкол и автомобильных шасси. Контроль над такими компаниями обеспечивает стабильность поставок, качества и цены конечного продукта. Кроме этого это позволяет увеличить вертикально-интегрированному [холдингу](https://ru.wikipedia.org/wiki/%D0%A5%D0%BE%D0%BB%D0%B4%D0%B8%D0%BD%D0%B3) собственный объём [прибавочной стоимости](https://ru.wikipedia.org/wiki/%D0%9F%D1%80%D0%B8%D0%B1%D0%B0%D0%B2%D0%BE%D1%87%D0%BD%D0%B0%D1%8F_%D1%81%D1%82%D0%BE%D0%B8%D0%BC%D0%BE%D1%81%D1%82%D1%8C).

1. Вертикальная интеграция «вперед»

Компания осуществляет вертикальную интеграцию «вперёд», если она стремится получить контроль над компаниями, которые производят товар или услуги, которые находятся ближе к конечной точке реализации продукта или услуги потребителю (или даже последующему сервису или ремонту). Т.е. под вертикальной интеграцией «вперед» подразумевается процесс приобретения фирмой предприятий, которые относятся к последующим стадиями реализации продукции.

1. Сбалансированная вертикальная интеграция

Компания осуществляет сбалансированную вертикальную интеграцию, если она стремится получить контроль над всеми компаниями, которые обеспечивают всю производственную цепочку от добычи и/или производства сырья до точки непосредственной реализации потребителю.

**Что представляют собой вертикальные ограничения?**

 Вертикальные ограничения представляют собой некие обязательства, которые фирма, действующая на одной из стадий технологической цепочки сделок между компаниями, налагает на поведение фирмы, действующей на другой стадии. При чем эти ограничения влияют на снижение производственной эффективности и экономического положения, вовлеченных в этот процесс фирм, а также и рынка в целом. К ним, прежде всего, относятся:

1) поддержание цен при перепродаже товаров или поддержание розничных цен;

2) использование минимальной квоты реализации дистрибьютором;

3) условие продажи продукции только при покупке других товаров производителя, или связанные продажи;

4) исключительные территории, под которыми понимается как пространственная дифференциация рынка, так и его «сегментация»;

5) договор франчайзинга.

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) усложнение процесса управления ввиду увеличения масштаба фирмы и, как следствие, роста издержек на управление.

3) мотивом против вертикальной интеграции для рынка служат создаваемые ею барьеры входа на рынок и монопольная власть фирм-продавцов.

**Какие проблемы можно решить с помощью вертикальных ограничений?**

Таким образом, вертикальные ограничения позволяют решить ряд таких проблем, как:

1. проблема «двойной надбавки»;

Поддержание цены при перепродаже товаров или поддержание розничных цен – практика, посредством которой производители стремятся контролировать цены, по которым их продукция перепродается дилерами и дистрибьюторами. Ограничение максимальной цены перепродажи может решить проблему «двойной надбавки». Ограничение на минимальный объем реализации дистрибьютора также препятствует установлению высокой «монопольной надбавки».

1. проблема «дистрибьюторов-безбилетников»;

возникает в том случае, когда усилия конкретных дистрибьюторов по продвижению товара на рынок не контролируются производителем. Поведение «безбилетника» дистрибьюторы могут демонстрировать:

2.1) Во-первых, отказываясь от расходов на рекламу. Производитель должен либо мириться со снижением интенсивности рекламы по сравнению с оптимальным, максимизирующим прибыль уровнем, либо самостоятельно нести расходы на рекламу в полном объеме.

2.2) Во-вторых, отказываясь от расходов на обучение пользователей, на организацию демонстрационных залов и т.д. Любопытный пример, в чистом виде отражающий проблему «дистрибьюторов-безбилетников», – объявление на двери небольшого магазинчика, расположенного по соседству с фирменным магазином, продающим аудио- и видеоаппаратуру и оборудованным по последнему слову техники, с роскошным демонстрационным залом: «Зайдите в соседнюю дверь, выберите нужное оборудование и возвращайтесь к нам – у нас дешевле»;

2.3) В-третьих, продавая низкокачественный продукт под маркой высококачественного продукта производителя. Пользуясь асимметричной информацией о качестве, дистрибьютор может нанести ущерб репутации как производителя, так и остальных дистрибьюторов, повысив объем собственной прибыли в краткосрочном периоде.

«Дистрибьютор-безбилетник» получает большую прибыль по сравнению с добросовестными дистрибьюторами, поскольку его расходы ниже, и это дает ему конкурентные преимущества.

3) проблема «производителей-безбилетников»;

Предположим ситуацию, когда дистрибьютор реализует товар двух или более производителей. Реклама товара одного из производителей (независимо от того, кто конкретно расходует деньги на рекламные кампании) служит продвижению на рынок товаров всех производителей. При этом конкурентным преимуществом (за счет более низких издержек) пользуется тот из них, чьи расходы на рекламу наименьшие. Решение проблемы «безбилетников» со стороны производителей возможно благодаря системе «исключительного дилинга», что ограничивает возможность конкурирующих производителей пользоваться мощностями дистрибьютора, в том числе созданными благодаря затратам другого производителя.

4) проблема избыточной конкуренции между дистрибьюторами.

Избыточная конкуренция может проявляться, к примеру, в слишком большом объеме расходов на рекламу, что ведет к сокращению экономической прибыли дистрибьюторов до нуля и делает положение рынка в целом более неустойчивым. Избыточная дифференциация цен на рынке, возникшая опять-таки в результате недостаточной координации действий дистрибьюторов, повышает у покупателей стимулы к поиску товара с низкой ценой, понижает текущую выручку на рынке и, следовательно, объем прибыли.

Рассмотрим **причины вертикальной интеграции**:

1. Достижение эффективности
2. Уклонение о государственных ограничений
3. Получение выходы от монопольных условий

На рисунке 1 представлены причины вертикальной интеграции.

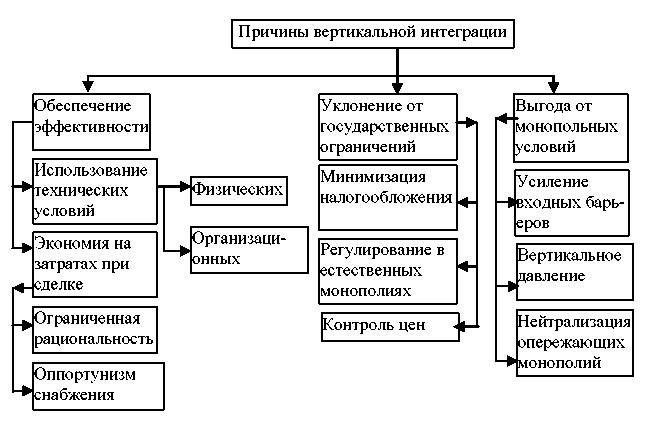


Рисунок 1 – Структура причин вертикальной интеграции

Обеспечение эффективности включает использование техни­ческих условий и экономию на затратах при сделке.

Некоторые из технических эффективностей являются фи­зическими — например, в металлургическом производстве теп­ловые ресурсы могут быть сбережены при выплавке железа (Тепло может быть использовано для подогрева воды, отопления теплиц и подсобных хозяйств и т.д.).

Сокращение затрат по сделке также может быть существен­ным источником повышения эффективности. С помощью пря­мого контроля своих операций интегрированные фирмы могут избегать рисков и дополнительных расходов на поиск лучших и более дешевых ресурсов, оговоренных сроков и условий поставок, контроля потоков поставок и т.д. Сделки всегда связаны с ограни­ченностью знаний о процессах, происходящих на рынках, что и обусловливает «ограниченную рациональность» сделки. Интегра­ция существенно сокращает издержки и снижает уровень рисков.

Уклонение от государственных ограничений включает, пре­жде всего, минимизацию налогообложения. Когда налоги берут­ся с сырья и промежуточных продуктов, возникает естественный стимул к интеграции, поскольку внутренние превращения нало­гами не облагаются. По этой причине интегрированные фирмы имеют меньше издержек, чем не интегрированные, выступаю­щие в качестве конкурентов. Если норма налога варьируется в зависимости от этапа производства продукции, это стимулирует возникновение особого налога; фирма стремится повысить уро­вень интеграции, чтобы минимизировать общий налог. Это не­обходимо, например, в нефтяной промышленности, где добыча нефти облагается меньшим налогом, чем ее переработка.

Регулирование доходов в естественных монополиях (напри­мер, в отраслях коммунального обслуживания) осуществляется установлением ограничений на их норму прибыли. Фирмам раз­решается получать адекватную норму прибыли на их вложенные фонды после покрытия всех расходов, что является косвенным возмещением фирме за отставание в интеграции и обеспечении выпуска, включая обеспечение капиталом. Интегрированные коммунальные отрасли устанавливают такие высокие переход­ные цены на выпуск своей продукции, какие только позволяют регуляторы. Если же регуляторы позволяют нестимулированное повышение цен на выпуск, монопольная фирма в состоянии ис­пользовать свои признаки и статус естественной монополии в той же мере, как если бы цены были нерегулируемыми.

Контроль цен нередко используется правительствами (напри­мер, на нефть). Медленная интеграция избавляет потребителей исходных ресурсов от открытой рыночной сделки и от контроля цен. Если интеграция становится всеобщей, контроль цен может быть окончательно устранен.

Причины, связанные с монопольными условиями интегра­ции, достаточно серьезны и разнообразны. Каждая из них повы­шает возможность назначения монопольной цены либо укрепляет возможность избежать монопольных цен за исходные ресурсы.

Рассмотрим усиление входных барьеров. Если рыночное обеспечение осуществляется от интегрированных структур, то независимые и вновь организуемые фирмы могут считать необ­ходимым иметь производственные возможности на обоих уров­нях из опасения, что могут оказаться не в состоянии получить точную и приемлемую цену за обеспечение. Необходимость двухуровневой структуры может потребовать увеличения рас­ходов, поскольку входные барьеры возрастают. Так, большой капитал требует установления новых производственных воз­можностей на обоих уровнях. Несовершенство рынка капитала может повысить барьеры.

Увеличению барьеров способствует контроль критических исходных ресурсов, которые обеспечивают либо лимитированное обеспечение, либо дифференциацию продукции по качеству. В качестве примера можно привести специфическое расположение ресурсов, право на добычу, либо авторские права, дающие пре­имущества или вообще устраняющие конкурентов.

Нейтрализация опережающей монополии может проявляться в привлечении фирмой В, обладающей некоторой монополией некоторых ресурсов с уровня А. Медленная нейтрализация мо­жет увеличить доходы фирмы В с помощью гарантированного снабжения по более низким ценам. Тем самым фирма В угрожает обеспечению других фирм и повышает их издержки производства. При этом фирма В будет вкладывать специфическое обеспечение в свои производственные мощности, сократив свой выбор среди альтернативного снабжения. Конкуренция других снабжающих фирм будет более дорогостоящей и сложной.

Для избежания конфликтов из-за повышения цен фирма В на уровне А вводит медленную интеграцию, которая преследует цели не повышения эффективности, а разветвления монополии. При этом результат может быть более существенным для двух­уровневой монополии, поскольку возможности увеличения цен могут быть выше, чем ранее. Интеграция может увеличить силу монополии и обеспечить достижение эффективности.

Стоит также отметить, что

Также целесообразно рассмотреть следующие **аспекты**:

а. Территориальные ограничения.

б. Ограничения цен при перепродаже.

Территориальные ограничения связаны с установлением опре­деленных границ районов, в пределах которых могут продаваться товары (например, шипучие напитки). Любое распространение вне установленного района может лишить производителя привилегии на право деятельности в этом районе. Таким образом, с помощью территориальных ограничений предотвращается конкуренция между продавцами и уровнем перепродаж. Таким образом, распределители и торговцы убеждаются в необходимости жесткого территориально­го разделения внутри рынка, выступая против множества многих локальных торговцев, которые также стремятся к привилегиям на право деятельности. Когда привилегии на право продаж ограничены, уровень монополии снижает конкуренцию и объем продаж.

**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.

5. Ведет к усложнению процесса управления внутри интегрированной фирмы и, следовательно, к росту издержек по управлению. Поэтому может сопровождаться ухудшением управляемости фирмы в целом.

# **Вывод**

Таким образом, мы рассмотрели определение вертикальной интеграции, а также ознакомились с ограничениями и причинами вертикальной интеграции. Нетрудно заметить, что по мере роста числа компаний на рынке и приближения рынка к совершенно конкурентному выигрыш от вертикальной интеграции сокращается. В конце концов, при достаточно большом числе фирм на рынке вертикальная интеграция не приносит дополнительной прибыли.