



УДК 334.012.23

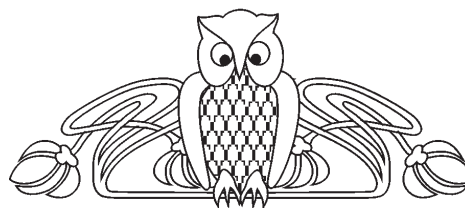
ОСОБЕННОСТИ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ ВЕРТИКАЛЬНОГО КОНТРОЛЯ В ПРОДУКТОВЫХ ЦЕПОЧКАХ НА РОССИЙСКИХ РЫНКАХ

Е.В. Порезанова

Саратовский государственный университет,
кафедра экономической теории и национальной экономики
E-mail: oberttb@info.sgu.ru

В статье раскрыты особенности вертикального контроля в экономике России, дается понятие вертикальной интеграции, выделяются ее виды. Анализируется вертикальная квазиинтеграция на локальных рынках, исследуются стимулы и ограничения вертикальной интеграции в экономике России.

Ключевые слова: вертикальный контроль, вертикальная интеграция, вертикальная квазиинтеграция, продуктовая цепочка, мотивы вертикальной интеграции.



Features of Use of the Vertical Control in Grocery Chains in the Russian Markets

E.V. Porezanova

In article features of the vertical control in economy of Russia are opened, the concept of vertical integration is given, its kinds are allocated. It is analyzed vertical quasiintegration in the local markets, stimulus and restrictions of vertical integration in economy of Russia are investigated.

Key words: vertical control, vertical integration, vertical quasiintegration, grocery chain, motives of vertical integration.

В рыночной экономике существует много организационных форм ограничения конкуренции (таблица).

Организационные формы ограничения конкуренции

Степень устойчивости	Организационные формы ограничения конкуренции	
(от неустойчивых к устойчивым формам)	Горизонтальные	Вертикальные
Соглашения	Картели	Долгосрочные соглашения о поставке
Участие в собственности	Участие в капитале, синдикаты, взаимное членство в советах директоров	Участие в капитале, совместное управление, взаимное членство в советах директоров
Слияния и поглощения	Тресты, концерны	Вертикальные концерны

Рассмотрим такую организационную форму, как вертикальные концерны. Они возможны в рамках интеграционных процессов. Вертикально интегрированной называется фирма, включающая более одной стадии производства конечной продукции, в противоположность неинтегрированной фирме, приобретающей сырье и материалы для производства товара. Однако и неинтегрированная фирма может заключать долгосрочные контракты со своими поставщиками и покупателями, в которых помимо цен оговариваются вопросы особых условий поставки, особых условий реализации произведенной продукции, нормативов запасов, минимальной или максимальной цены перепродажи, которые формируют вертикальные ограничения в отрасли.

В пределах фирмы интеграционный процесс может осуществляться двумя путями. Первый, когда производство и реализация товаров расширяются за счет внутренних источников компании и при этом данный процесс приводит к появлению новой стадии производства, т.е. появлению иные этапов изготовления изделия,

которые ранее приобретались с рынка. Такая интеграция получила название естественной, поскольку объединяются ключевые технологические стадии производства. Здесь сохраняется, в известной мере, прежняя организация производства, прежний контроль над собственностью и над поведением подразделений, а также медленно расширяется сфера внутрифирменных властных отношений¹.

Второй путь предполагает приобретение необходимого бизнеса в виде компании. С расширением числа стадий производства, происходящим за счет присоединения других фирм, кроме технологически нужного бизнеса компания-покупательвольно или невольно приобретает и сопутствующий бизнес приобретаемой компании. Поэтому проблема рационального использования активов не исчезает, а, напротив, становится еще более актуальной, поскольку приходится решать судьбу сопутствующих активов. Кроме того, фирме покупателю предстоит работа по адаптации менеджмента приобретенного предприятия. Следовательно, здесь несколько меняются и организация,



и контроль над собственностью, и контроль над поведением ранее независимого подразделения и также расширяется сфера внутрифирменных властных отношений.

Но в первом случае, когда речь идет об использовании внутренних источников трансформации фирмы, это происходит за счет укрупнения фирмы при сохранении всех участников отраслевого рынка, а сфера властных отношений как бы расширяется за счет расширения бизнеса. Во втором – рост концентрации происходит на фоне сокращения числа участников отраслевого рынка и выхода одних властных отношений за пределы фирмы и исчезновения их в приобретенной фирме. Поэтому при слиянии или поглощении интеграционные процессы отличаются от естественной интеграции.

Основным критерием для деления интеграции на полную, частичную и квазиинтеграцию является степень контроля над собственностью активной фирмой. В практике бизнеса одной из форм квазиинтеграции являются виртуальные корпорации. На сегодняшний день не существует единого определения виртуальной организации.

Основным критерием для деления на различные виды интеграции выступает степень однородности производимой продукции на интегрируемых предприятиях. Динамическое развитие рыночных структур связано с двумя типами вертикальной интеграции: «вперед», или «восходящей», и «назад», или «нисходящей». Когда компания стремится объединиться или установить вертикальный контроль над фирмами на последующих стадиях технологической цепочки, то осуществляется восходящая интеграция. Напротив, интеграция «назад» имеет место там, где движение расширения компании имеет тенденцию по направлению к источникам сырья. Следовательно, тип вертикальной интеграции зависит от того, в какой точке производственного процесса находится фирма, которая выступает инициатором.

В российской экономике неурегулированность отношений собственности и высокие транзакционные издержки ведут к появлению особого типа вертикальных отношений – вертикальной квазиинтеграции: вертикальному контролю над поведением других фирм, не закрепленному отношениями собственности. Вертикальная квазиинтеграция является существенным элементом той модели рынка, которая складывается в переходной экономике России².

Исследования вертикальных отношений строятся на анализе давальчества (толлинга). Отношения давальчества предусматривают сохранение права собственности поставщика промежуточной продукции на конечный продукт при условии оплаты добавленной стоимости его производителю. В условиях переходной экономики активное использование системы давальчества равнозначно возврату к нерыночным принципам

хозяйствования, когда поставщик сырья заменяет министерство или объединение. С точки зрения институционального анализа потребность в давальчестве объясняется особой формой транзакционных издержек: внешние транзакционные издержки, связанные с необходимостью получения рыночной информации и обеспечением выполнения контрактов, трансформируются во внутренние неявные издержки вертикального объединения, в частности, это помогает решить проблему неплатежей.

Отношения вертикальной квазиинтеграции могут охватывать не только крупные сектора и отрасли экономики, но и реализовываться в рамках локальных рынков. Примером последнего вида является рынок сахара-песка. Как установило исследование, взаимодействия на рынке сахара-песка следует рассматривать в рамках локальных (региональных) рынков. Проанализируем, каким образом вертикальные ограничения могут развиваться на относительно небольших региональных рынках.

Исследование ценообразования и вертикального контроля на рынке сахара России базируется на данных выборочного обследования рынка сахара, проведенного Государственным комитетом по статистике в 2006 г.³: производители – 35; сельскохозяйственные предприятия (производители сахарной свеклы) – 65; организации оптовой торговли – 65; предприятия-потребители – 121.

Обследованым были охвачены следующие регионы: Краснодарский край, Белгородская, Орловская, Курская, Тамбовская области – производящие и полностью обеспеченные продуктом собственного производства; Республика Мордовия, Ставропольский край, Брянская, Тульская и Нижегородская области – производящие сахар-песок, но не полностью обеспеченные продуктом собственного производства; Приморский край, Калининградская, Тверская, Калужская, Ростовская области – регионы – потребители сахара-песка.

Рынок сахара, судя по данным о концентрации производства, должен был бы быть отнесен к рынкам совершенной конкуренции: в 2006 г. индекс Херфиндаля–Хиршмана, рассчитанный по данным о продаже 97 сахарных заводов России, составлял 177.9. Индекс концентрации трех крупнейших продавцов составлял 11.2, шести – 19.2, восьми – 24.0. Эти показатели можно отнести к едва ли не самым низким по российской экономике. Однако более тщательный анализ позволил установить на рынке сахара наличие вертикального контроля над потоками продукта со стороны предприятий оптовой торговли и новых средних структур, так называемых «неторговых коммерческих организаций». Для определения влияния различных агентов рынка (производителей сахара, производителей сахарной свеклы, предприятий оптовой торговли и «неторговых коммерческих организаций») нами был проведен подробный анализ продуктовой цепочки сахара



и ценообразования на различных рынках вдоль продуктовой цепочки (рынок сахарной свеклы, рынок сахара-песка).

Определение основных каналов реализации сахара-песка дало картину продуктовой цепочки, представленную на рис. 1,2⁴.

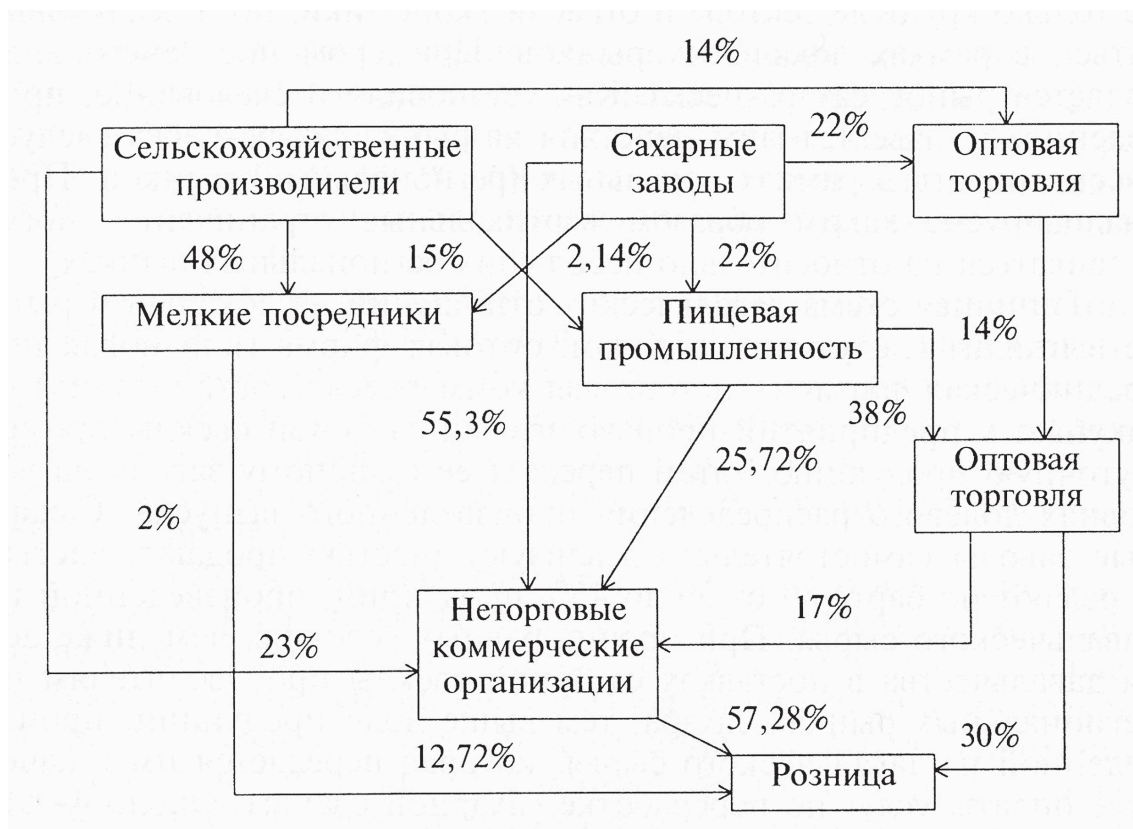


Рис. 1. Продуктовая цепочка на рынке сахара-песка

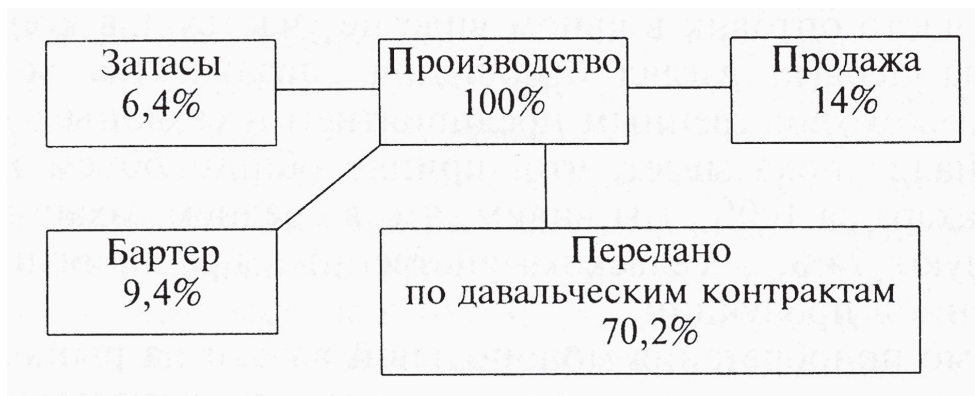


Рис. 2. Соотношение вертикальных контрактов и бартера на рынке сахара-песка

Типичная схема давальческих отношений на локальном рынке выглядит следующим образом: оптовая фирма (или новая посредническая фирма – неторговая коммерческая организация) закупает у предприятий–производителей сахарной свеклы – промежуточную продукцию, затем передает ее сахарному заводу на условиях долевого распределения произведенного выпуска. Сахарные заводы самостоятельно реализуют (частью продают, частью передают по бартеру) от 30 до 45%

продукции, произведенной из давальческого сырья. При прочих равных условиях чем ниже доля давальчества в поставках сахарной свеклы производителям на региональных рынках сахара, тем выше доля продукции, произведенной из давальческого сырья, которая передается им в качестве оплаты услуг по переработке сахарной свеклы. Около 4–5% передается сельскохозяйственному предприятию – производителю свеклы, остальное остается предприятию оптовой



торговли. Довольно часто оптовик в явном виде не участвует в контрактах, так что на первый взгляд отношения давальчества возникают между сельскохозяйственным предприятием и сахарным заводом. Однако если принять общий объем произведенного сахара за 100%, анализ показывает, что в среднем сахарные заводы реализуют 24%, а сельскохозяйственные предприятия 3–4% произведенной продукции⁵.

Помимо приобретения монопольной власти на рынке сахара, система давальчества позволяет перекладывать основное налоговое бремя на экономически пассивных агентов рынка (сахарные заводы), во-вторых, выводить часть произведенной продукции из-под налогообложения благодаря занижению себестоимости и, следовательно, добавленной стоимости, а также разнице ставок налогов на прибыль для производителей и предприятий оптовой торговли.

Отсюда видно, что предприятия – производители сахара-песка обладают незначительной долей реализации произведенной продукции непосредственным производителям:

- около 4.8% общего объема производства продается предприятиям пищевой промышленности;

- предприятиям пищевой промышленности также поставляется около 9.4% продукции по бартеру;

- в розничную торговую сеть и физическим лицам предприятия пищевой промышленности продают 4.7%.

Таким образом, влияние производителей на цену поставки сахара предприятиям пищевой промышленности относительно невысоко, а на цену потребительского рынка практически отсутствует. Сельскохозяйственные предприятия–производители сахарной свеклы продают не более 1.6% общего объема производства и отгружают по бартеру около 2%. Их влиянием на цену можно пренебречь. Наибольшее влияние на рынок оказывают оптово-посреднические фирмы. На их долю приходится около 70.9% реализации товара.

Исходя из высокого процента оборота товара на основе давальческого сырья (84–86% произведенного товара в 2006 г. и 66–70% реализации сахарной свеклы на давальческих условиях), можно сделать предположение о довольно существенном уровне вертикальной интеграции в отрасли (неформального характера). Если мы учтем, что давальчество связано с нехваткой оборотных средств у предприятий, то такой преобладающий тип финансовых отношений продавцов и покупателей товара любого уровня – и сырья и готовой продукции – создает возможность возникновения зависимости между ними.

Существование давальческих отношений, особенно в значительных масштабах, может трактоваться как свидетельство наличия неформальной (неоформленной юридически) вертикальной интеграции в рамках цепочки сахар-песок, что

может быть обусловлено зависимостью сельскохозяйственных предприятий–производителей первичного ресурса от заводов–производителей конечного товара, а последних от ряда крупных посредников (что будет показано ниже). То есть ведущим звеном вертикальной интеграции становятся продавцы конечного товара. Это так называемая интеграция ресурса, когда продавец конечного товара стремится обеспечить себе зависимые отношения с поставщиками ресурса, подчиняя последних своему влиянию.

То, что именно сельскохозяйственные производители оказываются завязанными в вертикальную цепочку в качестве подчиненного элемента, обусловлено тем фактом, что для них характерен пиковый тип каналов реализации сырья – подавляющая доля сбыта сахарной свеклы (70–100%) и сахарного песка (60–80%) приходится на одного клиента (покупателя), в отличие от равномерного типа распределения, характерного для сахарных заводов, так что для них на каждый канал реализации приходится примерно одинаковая доля сбыта товара. Пиковый тип сбыта делает продавцов уязвимыми от покупателя и, следовательно, ставит их в относительную зависимость от последнего.

Общая характеристика ситуации на рынке определяется тем, что сахарные заводы практически полностью работают на давальческом сырье; для сахарных заводов Мордовии, Нижегородской, Тульской, Брянской, Тамбовской, Курской и Орловской областей доля давальчества составила 100%, для Краснодарского края – 96%, а в Белгородской области колебалась от 45 до 96%. В результате в структуре произведенного товарного ресурса доля сахара-песка, выработанного из давальческого сырья, составила 83%, в том числе в регионах полного самообеспечения 85% и в регионах неполного самообеспечения 65%. На основе этих фактов можно предположить, что давальчество является одним из важнейших факторов, который определяет результативность деятельности экономических агентов на рынке (главным образом, производителей)⁶.

Вертикальная интеграция с сельскохозяйственными производителями выражена сильнее в регионах, чем между регионами: в регионах полного самообеспечения сахаром-песком (регионах-производителях) в 2006 г. доля давальческого сырья составила 81% по сравнению с 58% в регионах, не полностью обеспеченных своим товаром (получающих часть сырья из других регионов).

Следует отметить, что сахарные заводы отнюдь не являются главным агентом вертикальной интеграции и вертикальных отношений: по опросам руководителей предприятий – производителей сахара-песка практически все сахарные заводы не имеют возможности выбора поставщиков сырья, при этом они не удовлетворены имеющимися поставщиками. Сахарные заводы оказываются в зависимости от следующего звена сахарной це-



почки – агентов покупки сахара-песка: большинство предприятий оценивает вероятность смены основных каналов реализации как маловероятную или невысокую.

Анализ вертикального контроля в продуктовой цепочке производства сахара позволяет выявить стимулы вертикальной интеграции. Они чрезвычайно разнообразны: с одной стороны, они могут быть вызваны особенностями рыночного спроса и характеристиками производимого продукта, а с другой – свойствами технологии производства. Вертикальная интеграция позволяет снижать трансакционные издержки, увеличивать прибыль за счет решения проблемы «двойной надбавки». Эта проблема возникает в случае, когда и рынок промежуточный, и рынок конечной продукции являются рынками несовершенной конкуренции.

Снижение издержек производства на единицу продукции в результате вертикальной интеграции позволяет рассматривать этот феномен в качестве не столько рыночного, сколько внутрифирменного явления. С этой точки зрения эффективная вертикальная интеграция сопровождается дополнительными выигрышами общественного благосостояния. В случае, когда рынки конечной и промежуточной продукции достаточно конкурентны, рыночные агенты не заинтересованы в вертикальных слияниях и поглощениях. Следовательно, вертикальная интеграция может рассматриваться как вторичное явление, а не как самостоятельная причина квазимонопольного положения и поведения фирм на рынках.

Третьим самостоятельным мотивом вертикальной интеграции может быть стремление снизить давление государственного регулирования, в том числе уменьшить объем налоговых отчислений. Вертикальная интеграция также позволяет манипулировать объемом полученной прибыли, перераспределяя ее между подразделениями фирмы, что важно в том случае, когда государство вводит ограничения на норму прибыли некоторых продуктов или услуг компании. В рамках вертикально интегрированных компаний сумма уплаченных косвенных налогов (например, налога 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 вертикальной интеграции может стать диверсификация производства. Диверсификация выпуска компании позволяет снизить общий риск хозяйствования, что особенно важно в условиях расширения деятельности. Еще одним мотивом вертикальной интеграции может стать стремление снизить потери от монопольной власти. Так, независимые поставщики сельскохозяйственной продукции,

сталкиваясь с закупочной фирмой, обладающей монопсонической властью, повысят прибыль, объединившись в кооператив и построив предприятие по переработке сельскохозяйственной продукции. Точно так же и объединение производителей сельскохозяйственной продукции с перерабатывающими предприятиями в одну вертикально – интегрированную структуру позволит снизить монопольную власть, которая на российских рынках зачастую возникает благодаря деятельности посреднических фирм.

Кроме этого, интегрированная фирма, имея преимущества в издержках перед разрозненными неинтегрированными соперниками, может назначать более низкие цены для своих последующих потребителей и заключать с ними долгосрочные контракты на поставку больших объемов продукции. В результате проникновение на такие рынки мелких производителей крайне затруднено.

Компания, сохраняющая лидерство при производстве одного товара, может оказывать существенное влияние на конкуренцию в производстве дополнительных товаров. При практике связанных продаж компания реализует свой основной товар (на который у него сохраняется доминирующее положение) при условии покупки дополнительных деталей и комплектующих. Это приводит к тому, что такая фирма становится единственным поставщиком взаимосвязанного товара, а все остальные конкурентные поставщики вытесняются. Часто компания достигает этого, закладывая такие технические характеристики в основной товар, что его эксплуатация возможна только при использовании комплектующих этой же торговой марки (например, принтер – картридж)⁷.

Осуществление ограничительного франчайзинга также снижает число конкурентов данной торговой марки за счет ограничения числа розничных торговцев на определенной территории. Однако это позволяет компании существенно улучшить сбыт продукции и повысить качество обслуживания потребителей.

Вертикальная интеграция способствует снижению потерь благосостояния, которые связаны с функционированием на рынке компаний с монопольным ценообразованием. Прежде всего, при вертикальном объединении устраняются монопольные надбавки, которые устанавливали разрозненные производители на последовательных стадиях производства. В свою очередь, как было показано, это ведет к снижению цен, росту выпуска и одновременно – к увеличению прибыли монополии. С другой стороны, за счет снижения цен возрастает и потребительский излишек. Отрицательным последствием вертикальной интеграции служат создаваемые ею барьеры входа на рынок и монопольная власть фирм-продавцов. Вертикальная интеграция, объединяющая поставщиков промежуточной



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, или из-за неблагоприятных условий этих контрактов. Если вертикально интегрированные фирмы объединяют только часть поставщиков промежуточной продукции, повышается монопольная (монопсоническая) власть не вовлеченных в объединение фирм. На рынках конечной продукции вертикально интегрированная фирма обладает преимуществом в издержках, позволяющим повысить монопольную власть.

Итак, проблема вертикальной интеграции интересна и актуальна как в теоретическом, так и в практическом плане. Необходимо осознавать преимущества и недостатки этих процессов,

протекающих в экономике. Вместе с тем следует выявлять специфику интеграционных процессов в переходной экономике России и глубоко исследовать ее, что требует дополнительного осмысления.

Примечания

- ¹ Клейн Б. Вертикальная интеграция как право собственности на организацию. М., 2001. С. 34.
- ² См.: Вертикальная интеграция: новые подходы в развитых странах // Экономист. 2008. №2. С.38.
- ³ См.: Экономическое развитие России. Данные выборочного обследования Госкомстата РФ. М., 2007. С. 49.
- ⁴ См.: Розанова Н.М. Взаимодействие фирм на товарных рынках в переходной экономике России. М.: ТЭИС, 2006. С. 202.
- ⁵ Там же. С. 201.
- ⁶ См.: Авдашева С.Б., Розанова Н.М. Вертикальные ограничения в российской экономике. М.: ТЭИС, 2007. С. 59.
- ⁷ См.: Егоров А. Создание интегрированных структур в высокотехнологическом комплексе // Экономист. 2008. № 6. С. 63.