

**ВЫПУСКНАЯ КВАЛИФИКАЦИОННАЯ РАБОТА
(МАГИСТЕРСКАЯ ДИССЕРТАЦИЯ)**

Влияние масштаба предприятия на эффективность его деятельности

2021

СОДЕРЖАНИЕ

ВВЕДЕНИЕ.....	4
1 ТЕОРИЯ ПРЕДЕЛЬНЫХ ИЗДЕРЖЕК КАК ОСНОВА ВЫБОРА РАЦИОНАЛЬНОГО МАСШТАБА ПРЕДПРИЯТИЯ	7
1.1 ПОНЯТИЕ ПРЕДЕЛЬНЫХ ИЗДЕРЖЕК: ГЕНЕЗИС И СОВРЕМЕННЫЕ ВЗГЛЯДЫ	7
1.2 ЗАКОНОМЕРНОСТИ ИЗМЕНЕНИЯ ЗАТРАТ ПРИ ИЗМЕНЕНИИ МАСШТАБА ПРЕДПРИЯТИЯ.....	24
1.3 ВЗАИМОСВЯЗЬ ИЗМЕНЕНИЯ МАСШТАБА ПРЕДПРИЯТИЯ С ЕГО УПРАВЛЕНЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬЮ И ФИНАНСОВО- ЭКОНОМИЧЕСКИМИ ПОКАЗАТЕЛЯМИ	38
2 АНАЛИЗ ОПЫТА, МЕТОДОВ И ОРГАНИЗАЦИОННО-ЭКОНОМИЧЕСКИХ ПОСЛЕДСТВИЙ РЕГУЛИРОВАНИЯ МАСШТАБА ПРЕДПРИЯТИЯ	50
2.1 АНАЛИЗ ЗАРУБЕЖНОГО ОПЫТА РЕГУЛИРОВАНИЯ МАСШТАБА ПРЕДПРИЯТИЯ.....	500
2.2 АНАЛИЗ ОТЕЧЕСТВЕННОГО ОПЫТА РЕГУЛИРОВАНИЯ МАСШТАБА ПРЕДПРИЯТИЯ.....	555
3 МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ РЕГУЛИРОВАНИЯ МАСШТАБА ПРЕДПРИЯТИЯ С ЦЕЛЬЮ ПОВЫШЕНИЯ ЕГО ФИНАНСОВО- ЭКОНОМИЧЕСКОЙ РЕЗУЛЬТАТИВНОСТИ	76
3.1 РАЗРАБОТКА МЕТОДИЧЕСКИХ РЕКОМЕНДАЦИЙ ПО РЕГУЛИРОВАНИЮ МАСШТАБА ПРЕДПРИЯТИЯ.....	76
3.2 АПРОБАЦИЯ МЕТОДИЧЕСКОГО ПОДХОДА К РЕГУЛИРОВАНИЮ МАСШТАБА ПРЕДПРИЯТИЯ.....	83
3.3 ЭКОНОМИЧЕСКИЕ ПОСЛЕДСТВИЯ РЕГУЛИРОВАНИЯ МАСШТАБА ПРЕДПРИЯТИЯ.....	101
ЗАКЛЮЧЕНИЕ.....	104
СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ.....	106

ВВЕДЕНИЕ

Целью данной работы является совершенствование методического инструментария обоснования решений по изменению масштаба предприятия для повышения экономической эффективности его деятельности.

Для достижения поставленной цели решены следующие задачи:

- Исследование теоретических основ и механизма регулирования масштаба предприятия на основе теории предельных издержек;
- Разработка методического подхода к обоснованию решения о целесообразности наращивания масштаба предприятия;
- Апробация предложенного методического подхода.

Объектом исследования являются факторы экономической эффективности деятельности промышленных предприятий.

Предмет исследования – взаимосвязь предельных издержек производства, масштаба и эффективности деятельности предприятия.

В научной литературе существует множество работ, посвященных вопросам оптимального масштаба предприятия его влияния на финансовые результаты деятельности. В частности, большой вклад в исследование данного направления внесли отечественные ученые Горфинкель В.Я., Гальперин А.С., Максимова В.Ф., Райзберг Б.А., Булатов А.С., а так же в зарубежной экономической литературе – Тюнен.Й., Чендлер А., Саймон Г., Кембелл Р. Макконел, Стенли Л.Брю, Ревентлоу П., Фишер С., Хорн В. и др. Экономисты в большинстве работ сосредоточили свое внимание на выявлении положительного и отрицательного эффектов от роста объемов деятельности и выявлении оптимального масштаба предприятий сферы производства.

Стоит отметить, что в большинстве работ поставлена цель исследования показателей масштаба и определение градации размера для предприятий.

Таким образом, возникает потребность в разработке методического подхода, который бы позволил определять необходимость изменения масштаба предприятия.

В результате исследования литературных источников установлено, что работы, посвященные масштабу предприятия, не включают в себя рекомендаций, достаточных для определения эффективного масштаба и его регулирования.

Основными методами исследования, используемыми в ходе создания данной работы, будут являться:

- логический анализ и синтез;
- методы индукции и дедукции;
- группировки и классификации;
- моделирования.

Разработан методический подход оценки влияния масштаба предприятия на эффективность его деятельности, отличающаяся от известных тем, что анализируются устойчивые и существенные изменения отдачи производственных факторов, что позволяет формировать эффективную стратегию инвестиций на основе закономерности, установленной функцией Кобба-Дугласа.

Логика методического подхода состоит в выявлении факторов производства, по которым устойчиво снижается объем их потребления (что говорит либо об общем снижении масштабов деятельности предприятия, либо о происходящем замещении данного фактора другими). По данным факторам наращивание объемов их потребления и, соответственно, наращивание масштаба за счет этих факторов нецелесообразно. Факторы с отсутствием такой негативной динамики объемов потребления в сочетании с растущей отдачей от них и задают направления, в которых предприятию целесообразно наращивать масштабы своей деятельности. Снижение отдачи, устойчивое и существенное, свидетельствует о проявлении тенденции к росту предельных издержек, что делает нецелесообразным наращивание потребления соответствующего фактора.

Практическая значимость предложенной методического подхода позволяет руководителям систематически контролировать параметры отдачи в целях анализа результативности и корректировки направления развития. Его реализация способствует более обоснованной оценке стоимости активов и самого предприятия, формированию стратегических целей и определению технической политики.

В качестве эмпирической базы в работе использованы данные, полученные из годовых бухгалтерских и финансовых отчётов промышленных предприятий.

Магистерская диссертация состоит из введения, трех основных разделов, заключения и списка использованной литературы.

1 ТЕОРИЯ ПРЕДЕЛЬНЫХ ИЗДЕРЖЕК КАК ОСНОВА ВЫБОРА РАЦИОНАЛЬНОГО МАСШТАБА ПРЕДПРИЯТИЯ

1.1 ПОНЯТИЕ ПРЕДЕЛЬНЫХ ИЗДЕРЖЕК: ГЕНЕЗИС И СОВРЕМЕННЫЕ ВЗГЛЯДЫ

Каждая производственная единица стремится к получению все возможно большего дохода от своей деятельности. Любое предприятие старается не только продать свой товар по выгодной высокой цене, но и снизить свои затраты на производство и реализацию продукции. Главным препятствием к достижению этой цели является спрос на продукцию и издержки производства.

Для раскрытия понятия предельных издержек необходимо разобрать определяющую часть этого понятия, а именно термин – «Издержки».

Рассмотрим генезис термина.

Авторы античных времён обращали внимание на расходы и доходы хозяйства. К примеру, Ксенофонт рассуждал о выгодности или убыточности земледелия и рекомендации по ведению хозяйства таким образом, чтобы были излишки [1, с. 317].

Аристотель в отличие от Ксенофонта, пытался осуществить широкий анализ обмена, стоимости и денег. Он доказывал, что обмениваемые товары должны быть равными в каком-то отношении и обмен должен возмещать ущерб, который наносится продавцу потерей обменной вещи.

Отдельные признаки понятия издержки производства встречаются в период средневековья. Например, один из авторов этого периода Фома Аквинский развил доктрину «справедливой цены», уровень которой ранние канонисты (святой Августин) объясняли ссылками на трудовые и материальные затраты в процессе товарного производства.

Определенное развитие взглядов на издержки производства имело место в учении физиократов, представленное прежде всего взглядами Ф. Кенэ. Рассматривая данное понятие, они связывали его с затратами капитала на средства производства и рабочую силу. Избыток продукта сверх издержек его производства физиократы рассматривали как «чистый продукт», но считали, что

такой продукт создается лишь в сельском хозяйстве. Что касается промышленного производства, то здесь, «чистый продукт» не создается, а стоимость продукта определяется лишь издержками его производства. Связано это с концепцией о производительном и «бесплодном» труде. Физиократы заявляли, что производительный труд – это труд, который создает прибавочную стоимость, «чистый продукт». Но из ошибок в концепции «чистого продукта» вытекала ограниченность трактовки производительного труда как труда, занятого лишь в сельском хозяйстве. Следовательно, физиократы считали, что труд, занятый в промышленности, является трудом непроизводительным, или «бесплодным». Выходило, что в промышленности стоимость произведенной продукции равняется издержкам ее производства. Таким образом, физиократы игнорировали категорию прибыли не только в промышленности, но и в сельском хозяйстве и в торговле [2, с. 446].

С появлением капитализма взгляды на издержки производства начинают приобретать развернутый вид. Этот период совпадает с возникновением классической политической экономии, родоначальником которой был У. Петти и он же сформулировал основополагающий для всей классической политической экономии тезис, что богатство нации создается во всех сферах материального производства, и именно труд – основа данного богатства. Широко известна его фраза «Труд есть отец и активный принцип богатства, а земля - его мать». Поэтому У. Петти при характеристике ренты и других экономических процессов неоднократно обращал внимание на издержки производства [3, с. 31].

Значительным шагом в исследовании издержек производства явились взгляды классиков буржуазной политической экономии – А. Смита и Д. Рикардо. Однако имеются некоторые противоречия в их понимании издержек. Так, у А. Смита заработная плата в ряде случаев являлась единственной составной частью издержек производства, но он понимал, что величина стоимости определяется не фактическими затратами труда отдельного товаропроизводителя, а теми затратами, которые в среднем необходимы при данном состоянии общества [4, с. 331].

Д. Риккардо, исходя из своей формулировки закона стоимости отрицал влияние заработной платы на стоимость товаров. Он думал, что стоимость товара зависит от количества труда, которое необходимо для его производства, а не от большего или меньшего вознаграждения, которое платится за этот труд. Тем не менее, он признавал воздействие оплаты на издержки капиталиста. Во всяком случае понятие издержек производства как затрат труда у Д. Риккардо выделено достаточно четко. Д. Риккардо, в развитие идеи А. Смита, создал модель формирования стоимости как суммы затрат труда, определяемых по принципу добавленной стоимости в рамках вертикального интегрирования процесса производства товаров [5, с.111].

Экономические работы этих ученых явились основой неоклассического направления буржуазной экономической теории. Теория издержек производства, предлагаемая английскими экономистами Р. Торренсом, Д. Мак-Куллохом и Д. Миллем, определяет величину стоимости товаров суммой денежных затрат на его производство. При этом сами затраты или издержки производства они сводят к ценам товаров, израсходованных в производстве. Таким образом, эта теория объясняет цены одного товара ценами других товаров. К тому же стоимость товара не равна издержкам производства. Она всегда превышает издержки производства на величину прибыли.

Обобщением разработок классической школы экономической теории в части издержек производства стала марксистская теория. Карл Маркс создал теорию трудовой стоимости и на ее основе дал обширное научное объяснение разных значений издержек производства, каждое из которых характеризует сущность явлений и процессов в разных плоскостях исследования, на разных ступенях теоретического обобщения.

В работах Маркса внимание акцентируется на объективную обусловленность существования издержек производства. Важной причиной является обособление производителя. Обособленность, как важнейшая характеристика товаропроизводителей выражает необходимость сопоставления издержек с доходами. Раскрывая сущностные аспекты издержек, марксистская теория выделяет в них две стороны: материально-вещественное содержание и

общественную форму. Первая обусловлена процессом изготовления, его факторами и не зависит от производственных отношений. Вторая, напротив, определяется спецификой производственных отношений и имеет особенности в каждой общественно-экономической формации.

В экономических учениях Маркса выделяется четыре различные характеристики издержек производства.

Первым значением издержек производства по Марксу являются «действительные издержки производства». Действительные издержки производства являются суммой затрат прошлого (овеществленного в средствах производства) и непосредственного живого труда.

Кроме действительных издержек производства, Маркс выделял «капиталистические издержки производства» как затраты капитала. Он обращал внимание на то, что стоимость товара для капиталиста и действительная стоимость производства того же товара – два различных понятия: «То, чего стоит товар капиталистам, измеряется затратай капитала; то, чего товар действительно стоит, – затратай труда. Поэтому капиталистические издержки производства товара количественно отличны от его стоимости, или действительных издержек его производства...», – писал К. Маркс [6, с. 30]. Капиталистические издержки производства равны лишь части стоимости товара, которая возмещает израсходованную на его производство стоимость потребленных средств производства и стоимость приобретенной рабочей силы. В дальнейшем анализе Маркс называл капиталистические издержки производства просто «издержками производства».

Следующее значение издержек производства по Марксу связано с «ценой производства» или «ценой издержек». Особенность категории издержек производства в том, что издержки производства выступают как условие предложения товара на базе капиталистического способа производства. В условиях капиталистической конкуренции товары продаются не по стоимости, а по цене производства, включающую в себя издержки производства и среднюю прибыль.

И, наконец, еще одно значение издержек производства – «индивидуальные издержки производства функционирующего капитала». В хозяйственной практике они называются себестоимостью. Себестоимость у Маркса выступает как издержки производства предпринимателя, характеризующие процесс простого воспроизводства (если они берутся независимо от прибыли и выступают как предпосылка простого воспроизводства). Эти издержки включают в себя фактически уплаченные стоимости потребленных средств производства по ценам приобретения и фактическая цена примененной рабочей силы, а также проценты за кредит, налог за землю, страховые и некоторые другие платежи [7, с.503].

Таким образом, марксистская теория издержек – это структурированная теория [8, с. 66]. В ней показаны не только различные стороны издержек, но и тенденции их развития.

В отличие от марксистской модели издержек производства, можно выделить наиболее распространенные течения экономической мысли по вопросу издержек, которые представлены неоклассическими и институциональными теориями.

Необходимо, в первую очередь, обратить внимание на неоклассические взгляды на издержки производства, изучением которых занимались такие экономисты: А. Маршалл, Дж. Б. Кларк, В. Парето и многие другие. Поскольку объектом неоклассических дискуссий была фирма, издержки производства анализируются именно с позиции фирмы и рассматриваются как связь между объемом производства и ценой товара. При этом, издержки делятся на независимые и зависящие от объема производимой продукции в краткосрочном периоде. Среди других, типичных подходов неоклассиков, характеристика равновесия фирмы через соотношение постоянных, переменных и валовых издержек с доходом, а также трактовка издержек как экономических и бухгалтерских. Для характеристики издержек неоклассическая школа широко использовала математические характеристики, чтобы показать, как изменяются те или иные функции под воздействием различных факторов.

Что касается взглядов на издержки производства представителей институционализма, то они с иных позиций рассматривали эту проблему. Идеи

институционального направления в большинстве своем противоположны идеям неоклассического подхода. Отражением этих взглядов могут служить, в частности, труды Э. Чемберлина, Т. Веблена и других авторов. Э. Чемберлин, в частности, показывал необходимость разграничения издержек производства и отпускной цены производителя, а также издержек производства и издержек сбыта. Обращая внимание на значимость последних издержек, Э. Чемберлин отмечает: «Проведение грани между двумя видами издержек имеет для теории стоимости такое же фундаментальное значение, как проведение различия между предложением и спросом. Издержки сбыта увеличивают спрос на соответствующий продукт, а издержки производства увеличивают его предложение».

Оценивая развитие взглядов на издержки производства, можно обратить внимание на два момента. Во-первых, теория издержек в процессе своего развития отражала диалектику объективных и субъективных факторов. Объективные связаны с развитием производительных сил, изменениями в уровне и масштабе развития экономики. Во-вторых, английский экономист Н. Сениор выдвинул второй вариант теории – субъективные издержки производства, согласно которым величина стоимости определяется как сумма страданий рабочих и капиталистов, вытекающих из труда первых и воздержания вторых.

В современной литературе встречаются множество определений издержек. А.Р. Алавердов, И.Т. Балабанов, Е.Б. Бесфамильная, И.П. Денисова, Л.Н. Чечевицина считают, что «издержки – это денежное выражение затрат производственных факторов, необходимых предприятию для осуществления своей производственной деятельности». В большом экономическом словаре под ред. А.Н. Азрилияна, написано: «издержки - истекшие затраты, включающие обобщенные производственные затраты по использованию продуктов и услуг в процессе производства конечной продукции» [9, с. 265]. Е.А. Тончу обращает внимание на то, что «издержки производства представляют собой совокупные затраты предприятия на производство и реализацию продукции за определенный период безотносительно к тому, приходятся затраты на законченный продукт (что

соответствует себестоимости продукции) или на незавершенное производство [10, с. 309]. В.П. Грузинов предлагает определение: «Издержки (себестоимость) – это денежное выражение затрат производственных факторов, необходимых для осуществления предприятием производственной и коммерческой деятельности, связанной с выпуском и реализацией продукции и оказанием услуг, то есть все то, во что обходится предприятию производство и реализация продукта» [11, с. 281]. По мнению В.Т. Лебедева, Т.Г. Дроздовой и др. «издержки» – это реальные или предположительные затраты финансовых ресурсов предприятия» [12, с. 256]. Во многих литературных источниках подчеркивается, что издержки производства представляют собой совокупные затраты живого и осуществленного труда на производство конкретного вида продукции.

При рассмотрении издержек как самостоятельной категории необходимо учитывать те затраты, которые непосредственно относятся к производственному циклу, а рассматривая категорию затрат – все совокупные затраты на предприятии, каким-либо образом связанные со всей совокупностью хозяйственных процессов, а не только производственных.

К таким затратам относятся транзакционные издержки.

Р. Коуз отошел от неоклассического представления о фирме, определив, что транзакции в реальном мире не являются бесплатными, напротив, они включают в себя затраты на поиск приемлемых цен, затраты на переговоры и заключение контрактов с другими участниками, издержки мониторинга и обеспечения работы по контрактам. Коуз привлек внимание к тому, что деятельность фирмы не ограничивается минимизацией производственных затрат. В процессе работы она должна учитывать транзакционные издержки для того, чтобы быть и считаться эффективной [13, с. 386]. Раскрытие существования транзакционных издержек не только изменило представление о фирме как об управленческом и экономическом объединении, но также дало понимание организаций в целом, равно как и остальных процессов обмена. Работы Коуза «Природа фирмы» 1937 г. и «Проблемы социальных затрат» 1960 г. создали основу для развития абсолютно нового подхода к пониманию экономики. В настоящее время ряд экономистов ставит под сомнение данный факт. Главный аргумент заключается в том, что в

данной работе отсутствует как таковой термин «транзакционные издержки». Рональд Коуз рассматривал в своей работе издержки использования механизма цен, издержки сбыта, издержки переговоров и заключения контракта для каждой транзакции обмена, однако сам термин «транзакционные» издержки. Коуз применил достаточно поздно – в 1974 году [14, с. 357]. Поэтому, стоит отметить, что и до публикации статьи Коуза экономисты писали о существовании затрат схожей природы. Экономическую природу транзакционных издержек Р. Коуз определяет, как издержки по осуществлению деловых операций и в своей первой работе выделил четыре категории транзакционных издержек:

- затраты на сбор и обработку информации;
- затраты на проведение переговоров и принятие решений;
- затраты по контролю за соблюдением условий договора;
- затраты по юридическому обеспечению контракта.

Карл Менгер в своем фундаментальном труде «Основания политической экономии» высказал мысль о том, что экономический обмен требует от его участников определенных затрат, называемых им «экономические жертвы». К данным видам затрат К. Менгер относил затраты на транспортировку, таможенные сборы, оплату почтовых услуг, страховку, комиссионные вознаграждения и заработную плату участвующих в обмене людей, расходы по денежному обращению и др. По мнению Менгера, данные «экономические жертвы» уменьшаются по мере развития народного хозяйства [15, с. 229].

Джон Хикс еще в 1935 году говорил о существовании издержек «перехода активов из одной формы в другую» [16, с. 1]. Важным моментом в изучении транзакционных издержек является понятие экономического трения. До Хикса под трением, в общем случае, понимались «трудности обмена в бартерной экономике, рассинхронизация поступлений и платежей, и препятствия, возникающие на пути передачи активов». В широком смысле, трение рассматривалось как внеэкономическое влияние, которое не могло быть непосредственно описано экономическими терминами [17, с. 191], [18, с. 567]. Джон Хикс первым раскритиковал такой подход, считая, что столь важное явление нельзя держать за пределами экономического анализа.

Призыв Хикса к систематическому переводу трений в категории, больше поддающиеся экономическому анализу, был с готовностью принят. Например, австрийский экономист Пауль Розенштейн-Родан соглашался с Хиксом в вопросе существования инвестиционных затрат [19, с. 145]. Важным стимулом замены понятия «Трение» была работа Джейкоба Мэршака. Мэршак писал в 1950 г.: «... после того, как индивид совершает обмен товарами, ему приходится пожертвовать какой-либо частью хотя бы одного из обмененных благ. Данные «жертвы» и называются трансакционными издержками приобретения долгосрочных ценных бумаг. К примеру, это выплаты рекламным агентам или брокерам, или свое личное время [20, с. 111]. Работа Маршака не оказала непосредственное влияние на исследования 1950-1960-х гг., в отличие от работ Уильяма Дж. Баумоля [21, с. 545] и Джеймса Тобина [22, с. 26].

По мнению Баумоля, термин трансакционные издержки подходит для определения затрат, связанных со снятием наличности. В противовес экономисту Дону Патинкину, Баумоль утверждал, что спрос на наличные деньги останется даже в условиях стационарного мира, и причиной тому являются именно трансакционные издержки. Тобин в 1956 году также выразил схожий подход, при исследовании спроса на наличность, опираясь на трансакционные издержки. Благодаря подходу Баумоля-Тобина трансакционные издержки получили более широкое признание. В частности, он оказал существенное влияние на взгляды Д. Патинкина, который во втором издании своей работы. Деньги, процент и цены: интеграция монетарной теории и теории ценности. Называл трансакционные издержки «объективными расходами конвертации облигаций в деньги» [23, с. 472]. Первоначально, ученый относил к данному виду затрат брокерские сборы, однако впоследствии он предположил, что данное понятие (в его работе оно также упоминалось как брокерские расходы) должно быть расширено и включать расходы, связанные со временем, необходимым для выполнения операций.

Ю. Ниханс [24, с. 548] в 1969 году определял трансакционные издержки как затраты, связанные с переходом права собственности от одного лица к другому и полагал, что трансакционные затраты играют практически решающую роль в теории равновесия. Ниханс соглашался, что это достаточно всеобъемлющий

термин, включающий в себя различные виды затрат, возникающие в процессе взаимодействия сторон, обмена информацией, составления контрактов, проверки, взвешивания и измерения товара, обслуживания счета и т.д. [25, с. 9].

В начале 1970-х годов экономисты-математики заинтересовались проблемой включения трансакционных издержек в общую теорию равновесия Эрроу–Дебре [26, с. 265]. Хотя абстрактный характер данной модели признавали и сторонники теории. К примеру, Дункан Фолей писал, что одной из слабых сторон модели является отсутствие в теории реальных затрат по сбору и обработке информации и затрат по функционированию рынка, а также он призывал к изучению трансакционных издержек, как динамической системы. Фолей включил трансакционные издержки в отдельный период функционирования модели Эрроу-Дебре для изменения концепции ценообразования. Вместо одной цены, он определил две цены на рынке, одну для поставщиков и вторую, высокую, для покупателей. Разница между этими ценами отражает ресурсы, расходуемые при работе рынка. Фолей определял затраты по сделке как усилия, необходимые для информирования покупателей или поставщиков о существовании спроса или предложения на товар, и цену. [27, с. 99]. Профессор Стэнфордского университета Мордесай Керз в 1974 году рассматривал трансакционные издержки при моделировании как издержки, потраченные индивидуумами на действия по обмену. Подобно Фоллею, Керз утверждал, что необходимо понимать то, как интерпретировать эффективность в экономике с учетом трансакционных издержек [28, с. 1]. Вильямсон [29, с. 26], [30, с. 72], [31, с. 233] на основе взглядов Коуза описал основные атрибуты, присущие трансакционным издержкам. Он разработал подход к изучению экономических организаций, названный им экономикой трансакционных издержек [32, с. 192]. С тех пор, данный предмет получил распространение в бизнес школах по всему миру [33, с. 75], а большое значение экономики трансакционных издержек только помогло Вильямсону получить в 2009 году Нобелевскую премию по экономике [34, с. 42].

В отечественной экономике большое внимание транзакционным издержкам уделили и Е.В. Попов и Р.И. Капелюшников. Последний выделяет следующие виды транзакционных издержек:

- издержки поиска информации;
- издержки ведения переговоров;
- издержки измерения;
- издержки спецификации и защиты прав собственности;
- издержки оппортунистического поведения;
- издержки «политизации».

В то же время в отечественной экономической литературе, как правило, выделяют пять типов транзакционных издержек [63, с. 254]:

- издержки по поиску информации;
- издержки оценки и контроля качества;
- издержки ведения и заключения договоров;
- издержки защиты прав собственности;
- издержки защиты от оппортунистического поведения.

Издержки на производство и затраты на производство близки по своему экономическому содержанию. Это имеет место тогда, когда издержки рассматриваются относительно затрат по их назначению (затрат по статьям калькуляции), а затраты на производство обычно соотносят с затратами по экономическим элементам.

В настоящее время в отечественной литературе различают два подхода к трактовке издержек – экономический и бухгалтерский. Бухгалтерский подход используется для целей налогообложения, при распределении прибыли предприятия и т.д. Экономические издержки основываются на факте редкости ресурсов и альтернативных вариантов их использования.

Согласно теории издержек альтернативных возможностей, действительные издержки производства данного товара равны наивысшей полезности тех благ, которые общество могло бы получить, если бы другим способом использовало затраченные ресурсы. Экономические издержки, они же «альтернативные издержки», «издержки упущенных возможностей», и вмененные издержки носят

скрытый характер, но их учет позволяет принять эффективные экономические решения.

В бухгалтерском подходе издержки представляют собой фактический расход факторов для производства определенного количества продукции по ценам их приобретения, т.е. реальные издержки. Бухгалтерские издержки состоят только из явных затрат или внешних, представленных в виде платежей за приобретенные ресурсы и представляют собой себестоимость продукции.

Несмотря на важность и значение экономических издержек, большое распространение на практике получил бухгалтерский подход определения издержек производства, что соответствует себестоимости.

В теории издержек важную роль играет фактор времени. Как известно, финальный результат и цель одновременно деятельности любого предприятия – получение прибыли и её максимизация. Этот результат связан типом периода, в течение которого происходит изменение факторов производства. Выделяют краткосрочный период и долгосрочный период.

Краткосрочным периодом считают такой промежуток времени, в течение которого предприятие может увеличить объем выпуска продукции без изменения размера основного производственного капитала и введения дополнительного технологического оборудования или его замены. Краткосрочные затраты предприятия обеспечивают его работу при постоянных производственных возможностях, без изменения масштаба производства.

Долгосрочным периодом считают такой промежуток времени, в течение которого предприятие успевает изменить свой производственный потенциал. Увеличение производственных возможностей, или по терминологии зарубежных источников рост масштаба производства, осуществляется за счет инвестиций в производственный капитал и влечет за собой замену или увеличение технологического оборудования. Увеличение масштаба производства может происходить с сохранением или с изменением эффективности использования ресурсов.

Долгосрочный период – период времени, в течение которого все факторы производства являются переменными. Главной особенностью издержек в

долгосрочном периоде является тот факт, что все они носят переменный характер – предприятие может увеличить или сократить мощности, а также у него достаточно времени, чтобы принять решение покинуть данный рынок или вступить на него. Поэтому в долгосрочном периоде не выделяют средних постоянных и средних переменных издержек, а анализируют средние издержки на единицу продукции, которые по сути своей являются одновременно и средними переменными издержками.

На рисунке 1 представлены четыре графика средних издержек в краткосрочном периоде, а долгосрочный период - это сумма краткосрочных, периодов. Для него строится огибающая (результатирующая) линия. Эта линия и будет являться графиком средних издержек в долгосрочном периоде.

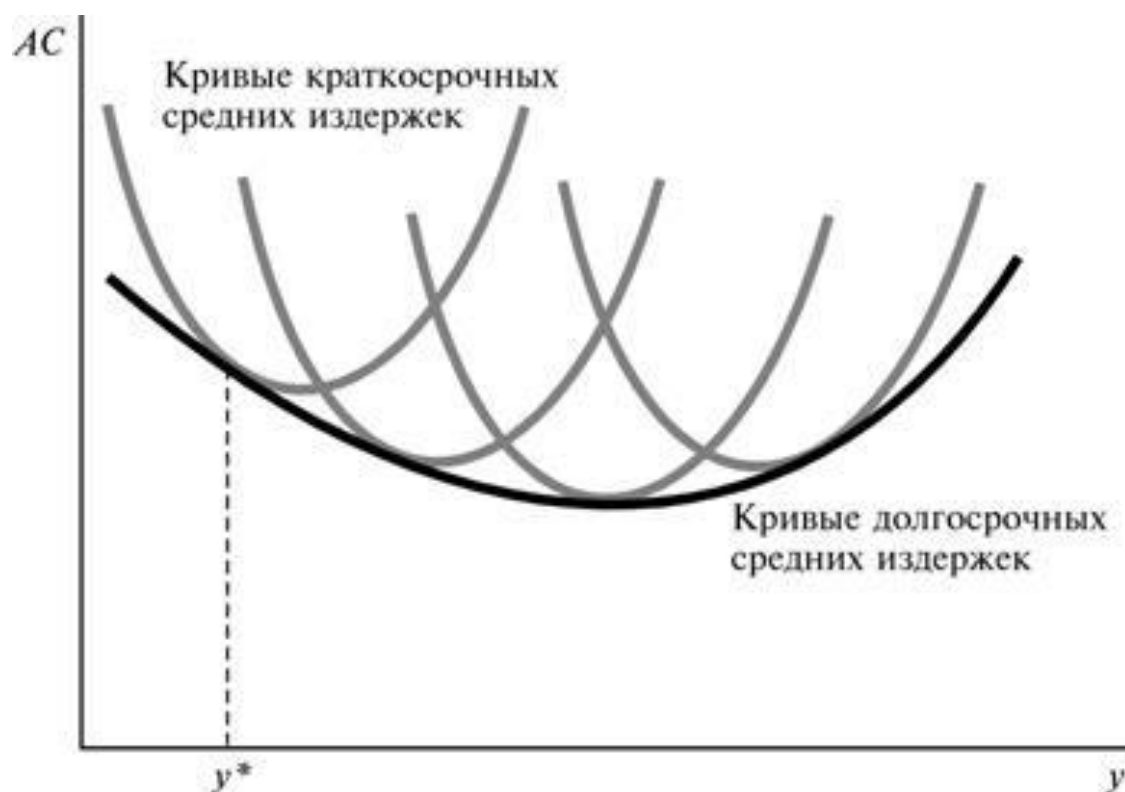


Рисунок 1 – Краткосрочные и долгосрочные издержки [66]

Снижение издержек производства - источник повышения эффективности предприятия. От их уровня зависят финансовые результаты деятельности предприятия, темпы расширенного воспроизводства, финансовое состояние хозяйствующих субъектов.

Издержки производства оказывают влияние на предложение товаров на рынке, связаны с динамикой цен, с изменением предложения.

Теперь рассмотрим понятие предельных издержек в целом.

Основным, на наш взгляд, недостатком трудовой теории стоимости является то, что труд рассматривался в качестве единственного фактора, а условия сводились к совершенной конкуренции, когда стоимость пропорциональна затратам труда, и не учитывается влияние соотношения спроса и предложения.

В конце 19 века в трудовой теории стоимости произошли поистине революционные события. Революцию осуществили англичане Уильям Стенли Джевонс, Альфред Маршалл, австрийцы Карл Менгер, Фридрих фон Визер и Ойген фон Бем-Баверк, швейцарец Леон Вальрас, американец Джон Бейтс Кларк, швед Кнут Викселль. С их именами в первую очередь связано создание и развитие абсолютно нового подхода к решению вопроса о ценности – теории предельной полезности. Этот новый подход получил название «маржиналистской революции».

Маржинализм (англ. *Marginal* – крайний, предельный) – направление экономической науки конца 19 века, которое широко используют в анализе экономических законов и процессов, предельные величины. Маржинальная революция представляет собой переход от концепции классической экономической школы к неоклассической теории. Основные положения маржинализма: использование предельных величин как инструментов для анализа изменений экономических явлений; предметом изучения является поведение отдельных фирм и понятие «потребность покупателя»; исследование рационального способа распределения ресурсов и нахождение оптимального пути использования имеющихся в наличии средств; предметом анализа являются вопросы устойчивого состояния экономики и не только на макро-, но и на микро-уровне.

Первый этап маржинализма приходится на 70-80-е года XIX века, связан с именами У. Джевонс, К. Менгер, Л. Вальрас и носит название субъективного направления в политическое экономии вследствие постановки тезиса о полезности (предельной) товара как условия определения ценности товара.

Второй этап маржинализма приходится на 90-е годы XIX. С ним тесно связаны А. Маршалл и Дж.Б. Кларк. Для этого этапа характерен отказ от

субъективного направления политической экономии и отвержение психологического аспекта оценки полезности вещей.

Возникновение теории предельной полезности привело к революционным изменениям в теории стоимости. Главные идеи маржинализма состоят в следующем. Первое – неприемлемо определение стоимости затратами труда (или труда, земли и капитала). Второе – стоимость (ценность) блага определяется величиной полезного эффекта, получаемого индивидуумом от его потребления, то есть предельной полезностью блага. Третье – стоимость рассматривается как субъективная категория, отражающая индивидуальные оценки полезности благ конкретными потребителями. Четвертое – введено понятие предельной величины, и на основе этого разграничены совокупная и предельная полезность благ. Пятое – стоимость труда и капитала, а, следовательно, и издержки производства определяются как производные от стоимости (предельной полезности) потребительских товаров.

Важнейшая, на наш взгляд, заслуга маржинализма – обоснование необходимости одновременного изучения спроса и предложения. Они сформулировали двухкомпонентную теорию стоимости, базой которой явились предельные издержки и предельная полезность.

В научной литературе, звание родоначальника нового направления в теории ценности и цен носит выдающийся английский экономист Альфред Маршалл. Причина этому – симбиоз теории предельной полезности и теории спроса и предложения, а также теории издержек. Исследования в рамках теории «предельных издержек производства» позволили Маршаллу выявить взаимосвязи изменения удельных издержек производства при увеличении объемов производства на предприятии. По мнению Маршалла, в условиях конкуренции удельные издержки по мере увеличения производства либо снижаются, либо развиваются параллельно, но не опережают темпы роста объемов производства. Одним из вкладов данного исследования в теорию издержек явилась его оценка динамики постоянных издержек. Он наглядно показал, что в долгосрочном периоде постоянные издержки становятся переменными. Превышение издержек над величиной рыночной цены заставляет фирму покинуть рынок [35, с. 401].

Авторы: А. Маршалл (1842 – 1924 гг.), Д. Б. Кларк (1847 – 1938 гг.), В. Парето (1848 – 1923 гг.) и др.

Содержание теории: Исследования в рамках теории «предельных издержек производства» позволили А. Маршаллу выявить зависимости изменения удельных издержек производства при увеличении объемов производства на предприятии. По мнению А. Маршалла, в условиях конкуренции удельные издержки по мере укрупнения производства либо снижаются, либо развиваются параллельно, но не опережают темпы роста объемов производства.

Основные постулаты: Издержки рассматриваются как взаимосвязь между объемом производства и ценой товара

Автор: А. Маршалл (1842 – 1924 гг.)

Содержание теории: Объектом неоклассических воззрений была фирма, издержки производства анализируются именно с позиции фирмы. При этом издержки делятся на зависящие от объема производимой продукции в краткосрочном периоде и не зависящие от него. Среди других наиболее типичных подходов неоклассиков – характеристика равновесия фирмы через соотношение постоянных, переменных и валовых издержек с доходом, а также трактовка издержек как экономических и бухгалтерских

Основные постулаты:

1) В долгосрочном периоде постоянные издержки становятся переменными;

2) Превышение издержек над величиной рыночной цены заставляет фирму покинуть рынок.

А. Маршалл, прежде всего, делает различия между «рыночным периодом», когда предложение постоянно, «краткосрочным периодом», в котором предлагаемые количества благ могут увеличиваться, но производственные мощности постоянны и «долгосрочным периодом», при котором производственные мощности переменны, но ресурсы, потенциально доступные отрасли, постоянны.

В научной литературе нет одного, чётко сформированного определения предельных издержек. Поэтому проведём сравнение определений, которые дают

различные авторы и определим ключевые сходства. За основу возьмём определение предельных издержек А.И. Попова «Дополнительные, добавочные издержки, которые вызваны выпуском дополнительной единицы продукта. Предельные издержки иногда называют дифференциальными издержками (т.е. разностными)». Результаты сведены в таблицу 1.

Таблица 1 – Определения предельных издержек

Автор	Определение
К. Р. Макконнелла, С. Л. Брю	Прирост издержек производства дополнительной единицы продукта, равный изменению общих издержек, делённому на изменение объёма продукции.
Ю.Е. Кривonos	Приращение общих издержек, вызванное увеличением производства на очередную единицу продукции.
Р. Пиндайк, Рабинфельд.	Прирост издержек, который возникает в результате производства одной дополнительной единицы продукции (иногда их называют дополнительными издержками).

Все перечисленные определения имеют разные трактовки, но смысл сводится к тому, что предельные издержки – это издержки, возникающие в результате выпуска дополнительной (следующей) единицы продукции.

Здесь считаем уместным привести высказывание Пола Хейне: «Смысл каждого слова зависит от того, как его используют люди; несомненно, что люди, включая экономистов, используют слово во многих различных значениях. Однако представление о прибыли и тесно связанными с ней понятиями «издержки» и «проценты» оказывает влияние на экономическое законодательство» [65, с. 311].

На наш взгляд, важным показателем развития науки и отдельных дисциплин кроется в закреплении и использовании понятий в единственном ключе, позволяющее использование богатство русского языка для формулировки мысли, а не уточнения смысла слов.

Издержкам, на наш взгляд, до сих пор не уделяется требуемого внимания на предприятиях, что сказывается на его эффективности.

1.2 ЗАКОНОМЕРНОСТИ ИЗМЕНЕНИЯ ЗАТРАТ ПРИ ИЗМЕНЕНИИ МАСШТАБА ПРЕДПРИЯТИЯ

Вопросы эффективного масштаба предприятия его влияния на финансовые результаты деятельности рассматривались в работах отечественных ученых Булатов А.С., Горфинкель В.Я., Гальперин А.С., Максимова В.Ф., Райзберг Б.А., а так же в иностранной экономической литературе – Тюнен.Й., Чендлер А., Саймон Г., Кембелл Р. Макконел, Стенли Л.Брю, Ревентлоу П., Фишер С., Хорн В. и др. Экономисты в большинстве работ сосредоточили свое внимание на выявлении положительного и отрицательного эффектов от роста объемов деятельности и выявлении оптимального масштаба предприятий сферы производства. Целью исследований показателей масштаба другими экономистами является распределение предприятий по размеру: малые, средние и крупные. Структурная перестройка базовых отраслей отечественного производства предполагает выработку критериев оптимизации масштабов современных предприятий, обеспечивающих их адаптацию к рыночным условиям. Деформация основных структурно-воспроизводственных пропорций в результате поспешного перехода к рынку явилась препятствием на пути оптимального развертывания производственных систем, реализации их преимуществ.

Термин «масштаб» (нем. Ma.Bstab) в экономическом значении в малом экономическом словаре трактуется как «размах, значение, охват, размеры» чего-либо. При этом «масштаб» и «размер» рассматриваются как слова синонимы. Так, В. Даль в «Толковом словаре русского языка» определяет «масштаб» как «мерило, мерник», а «размер» - как «мера». В отечественной и зарубежной экономической литературе разными авторами предлагались такие варианты раскрытия понятия размера предприятия (организации), как, «масштабность операций» или «пределы организационной структуры и ее задач». Чаще всего экономисты определяют масштаб предприятия, как объем его деятельности. Ш. Майталь трактует масштаб фирмы, как «объем продаж». Под масштабом деятельности следует понимать

размеры предприятия, измеренные объемом выпуска или реализации продукции или же долю предприятия на рынке. Термин «масштаб предприятия» имеет более широкое значение, т.к. подразумевает не только показатели деятельности, но и его имущественное состояние, его активы. Таким образом, масштаб предприятия характеризуется объемом деятельности предприятия, долей завоеванного им рынка, капиталом или используемыми ресурсами.

Для определения оптимального масштаба предприятия можно выделить три основных направления развития исследовательских концепций: технологическое, институциональное и стратегическое.

В технологическом направлении (классическая, неоклассическая теория фирмы) оптимальный масштаб предприятия рассматривается в виде производственной функции, выражающей технологическую и экономическую зависимость результатов производства от используемых факторов. Критерием оптимальности является минимально эффективный масштаб предприятия – это чисто технологический критерий, выражающий поведение издержек производства.

В центре институциональной теории находится объяснение существования многообразных форм предприятий, анализ пределов их роста с позиции эффективности, где теоретическим инструментарием являются трансакционные издержки. Экономическую природу трансакционных издержек Р. Коуз определяет, как издержки по осуществлению деловых операций. Ф. Найт считает, что трансакционные издержки связаны с ситуациями неопределенности в окружающей экономической среде. Их определяют, как операционные издержки сверх основных затрат на производство и обращение товаров или как стоимость ресурсов, используемых для нахождения торговых партнеров, проведения переговоров об условиях торговли, составления контрактов и обеспечения прав собственности, получаемых посредством конкретных операций. Они имеют особое значение при организации новых предприятий, особенно при формировании финансово-промышленных групп, которое сопровождается значительными затратами на проработку организационных проектов и их согласования с участниками группы различными ведомствами

Таким образом, трансакционные издержки справедливо трактуются как отличные от производственных издержек и представляющие собой затраты на управление предприятием или издержки его эксплуатации.

В институциональной теории так же признается, что оптимальный размер предприятия достигается за счет минимизации издержек, но они рассматриваются шире, не только связанные с технологическими, но и управленческими затратами.

В стратегическом направлении оптимальности масштаб предприятия (теория игр, «концепция границ») утверждается, что применительно к сложным рынкам современной экономики, не всегда однозначно можно определить оптимальный масштаб предприятия, потому что рынок – динамичная система по своей природе. Можно определить только границы допустимых рыночных значений, ясно понимая и учитывая стратегические факторы роста фирмы.

Вопросу масштаба предприятия уделялось большое внимание в постсоветской России. Особенностью советской экономики было доминирование крупных предприятий при явно заниженной по сравнению с развитыми рыночными экономиками доле мелких и средних, потому что отечественные ученые видели преимущества только крупного производства и считали его наиболее эффективным из-за реализации эффекта масштаба и удобства централизованного управления.

Предприятие в социалистической экономике являлось исполнителем народнохозяйственных планов, задача которых сводилась к организации текущего выпуска продукции в строгом соответствии с планом. Все стратегические функции, которые предприятие имеет в рыночной экономике, были вынесены за его пределы и выполнялись органами государственного управления.

Это объясняет отличие подхода отечественных ученых от мирового к определению оптимального масштаб предприятия на основе исключительно технологических аспектов производства и отсутствие исследований по данной проблеме в институциональном и стратегическом направлениях.

В современной России с переходом на рыночные отношения оптимальный масштаб предприятия рассматривается в связи с реструктуризацией действующих

предприятий. В работах И.В. Ивнина, М.Я. Краковской, А.А. Ноздрина, Ф. Репке и других указывается, что одной из задач аналитического обеспечения реструктуризации является определение оптимальных границ предприятия и исследование факторов, влияющих на положение этих границ.

При увлечении масштабов предприятий путём реструктуризации необходимо учитывать факторы, изображённые на рисунке 2, которые могут снизить стратегический потенциал деформируемого предприятия. Таким образом, можно сказать, что оптимальный размер предприятия характеризуется многокритериальной системой, которую необходимо рассматривать в технологическом, институциональном и стратегическом аспектах с учетом развития рынка.

Показатели масштаба предприятия одновременно являются критериями его измерения. В зависимости от критерия измерения можно выделить количественный, качественный и комбинированный подходы к определению масштаба предприятия.

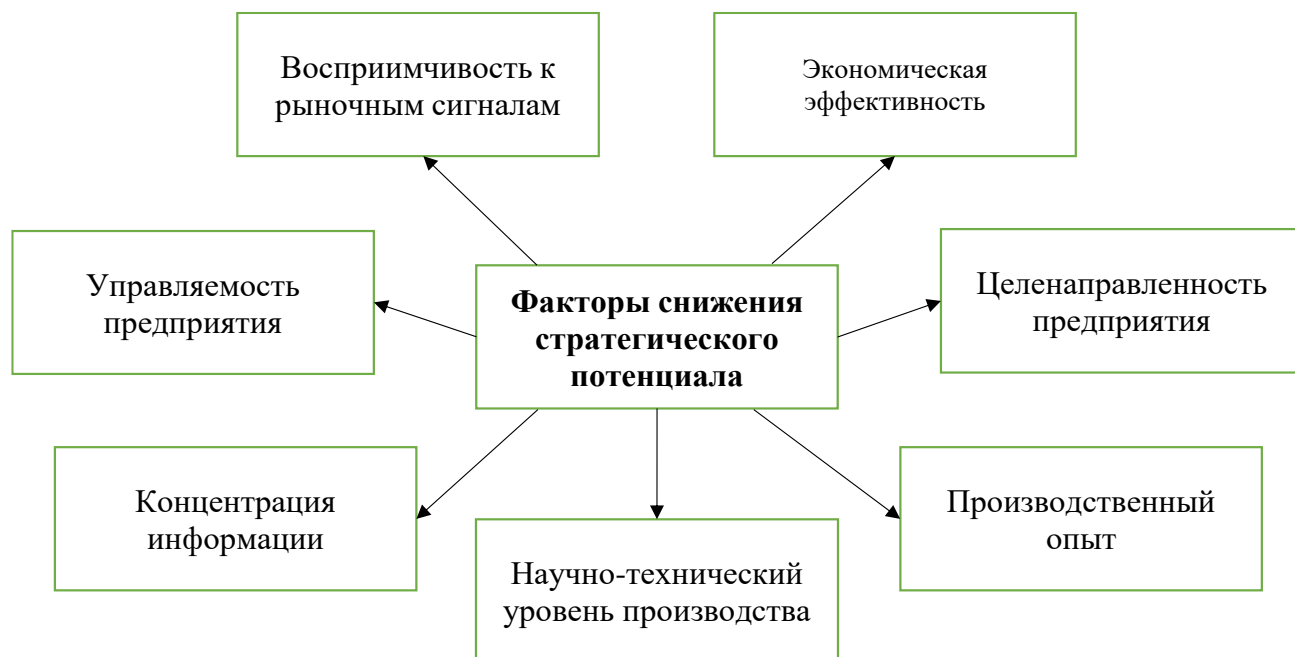


Рисунок 2 – Факторы снижения стратегического потенциала

Как правило, в исследовательских целях используется количественный подход, основанный на показателях, изображённых на рисунке 3. Главным достоинством количественных определений является удобство их использования.

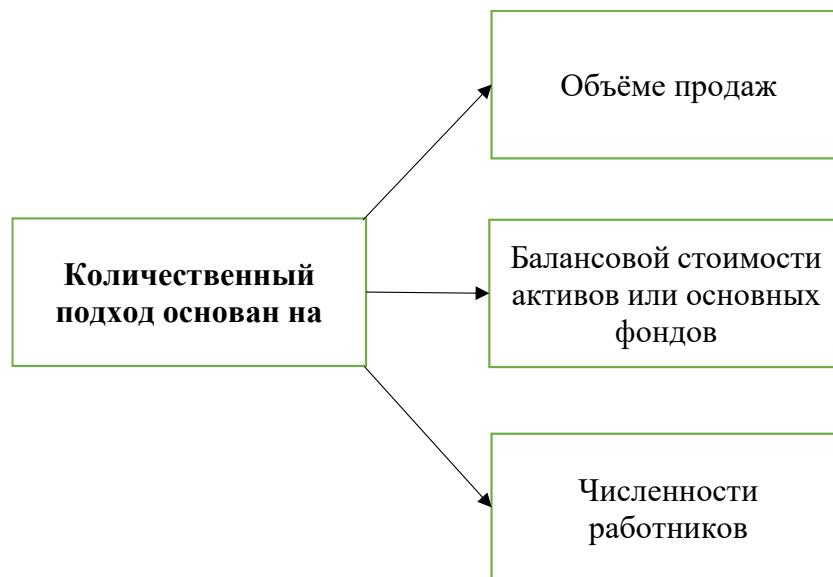


Рисунок 3 – Показатели количественного подхода

Величина предприятия оказывает определяющее влияние на его деятельность, в связи, с чем необходимо учитывать основные организационно-экономические преимущества и недостатки различных по масштабу предприятий, а так же иметь в виду взаимосвязь развития предпринимательства и выработки эффективной рыночной стратегии, исходя из масштабов его функционирования.

Крупные предприятия с экономической точки находятся в более выигрышном положении, так как имеют мощный финансово-экономический и имущественный потенциал, высокий уровень конкурентоспособности, относительно низкие издержки обращения. Они могут проводить маркетинговые исследования, рекламные кампании, осуществлять собственную ценовую политику, иметь широкую торговую сеть для реализации товаров и прямые контакты с производителями. Однако, такие фирмы не всегда динамичны в предпринимательской среде, они более инертны в развитии экономической стратегии, имеют громоздкую и обширную управленческую структуру, а результат инициативных работников и предприятия мало связаны с результатом работы.

На крупных предприятиях роль предпринимателя сводится к стратегическому и тактическому управлению либо он может быть просто прямым или портфельным инвестором [36, с. 85].

Средние предприятия действуют, как правило, в пределах узкого сегмента рынка и удовлетворяют специфические запросы по реализации товаров

определенного ассортимента. Они обладают отличительными особенностями торгово-технологического процесса, их товары имеют уникальные характеристики и ориентированы на постоянных потребителей. Все это защищает такие предприятия от конкурентов, позволяет поддерживать достаточно высокие цены и обеспечивает финансовую стабильность. Предпринимательская активность у них выше, чем на крупных, поскольку требуется постоянный поиск новых идей, совершенствование торгово-технологического процесса, однако при этом отсутствует широкий ассортимент и возможность переключать деятельность на другие товары. Существует риск потери ноу-хау, а также зависимость от определенного поставщика и сложившегося контингента покупателей.

На средних по масштабу предприятиях предприниматель непосредственно не участвует в ключевых бизнес-процессах, управленческие функции ограничиваются организацией и контролем за реализацией бизнес-процедур [36, с. 85].

Малые предприятия наилучшим образом приспособлены к удовлетворению тех потребностей, которые не могут в полном объеме обеспечить крупные и средние. Для них характерны простота в организации товародвижения и учета, работа на местный рынок, высокая гибкость, вплоть до полной смены вида деятельности, профиля, ассортимента товаров, низкие управленческие расходы, повышенная скорость оборота капитала, более экономное использование ресурсов, заинтересованность каждого работника в конечном результате труда и другие факторы, обеспечивающие конкурентоспособность. Но именно небольшие предприятия в максимальной степени не защищены от внешних, не зависящих от них от них факторов. Им труднее получить кредит, наладить рекламу. Так же больше средств требуется на изучение рынка, получение необходимой коммерческой и научно-технической информации; невозможно проводить независимую ценовую политику. Без помощи государства такие предприятия не смогут существовать и конкурировать с крупными торговыми фирмами, которые свободно действуют на рынке, устанавливая контроль над ценами, качеством и ассортиментом продукции, порой в ущерб потребителям. В России по мере расширения сферы частного предпринимательства и укрепления рыночных

отношений постепенно формируется законодательная база по развитию и поддержке малых предприятий, предоставлению им налоговых льгот.

Для малого предприятия характерно непосредственное участие владельцев в основных бизнес-процессах и решении текущих проблем. Ключевой является фигура предпринимателя – отдельного члена, имеющего определенные навыки, умения и компетенции (предпринимательские способности), и способного взять на себя ответственность, связанную с реализацией того или иного бизнес-плана.

Малое предприятие в глазах конкурентов и потребителей устойчиво ассоциируется с конкретным предпринимателем (руководителем, переговорщиком, производителем, продавцом). Другими словами, «ключевой» бизнес-процесс малого предприятия «вращается» вокруг отдельного предпринимателя. Под ключевым понимается бизнес-процесс, который формирует основное представление об организации у конечного потребителя, являясь гарантией производства товаров именно того ассортимента и качества, которые востребованы на рынке и обеспечивают конкурентные преимущества малого предприятия.

Малые предприятия отличаются простой организационной структурой, небольшим количеством вспомогательного персонала, неразвитой инфраструктурой, бизнес-процессы в нем слабо формализованы. Все это позволяет малой организации быть более маневренной, адаптирующейся к постоянно и быстроменяющимся условиям внешней среды, что является одним из ее конкурентных преимуществ по сравнению с более крупными организациями [37, с. 273].

Качественные варианты определения масштаба предприятия предусматривают использование качественных критериев. Преимуществом качественного подхода является учет широкого спектра присущих разным предприятиям критериев, таких как, система менеджмента, система контроля производительности, система мотивации и т.д. Основным недостатком этого подхода является сложность его применения, обусловленная трудностью доступа к внутрифирменной информации для определения подобных характеристик. Возможно также дополнение качественного определения количественными

показателями. Такой подход использовал нидерландский экономист Ван Хорн. Он считал, что критерием определения масштаба предприятия являются критерии, изображённые на рисунке 4.

Эффект масштаба представляет эффект, который связан с сокращением средних издержек производства при увеличении масштаба организации. При увеличении производства выпуск продукции на единицу ресурсов увеличивается, достигает максимальных значений, потом происходит его снижение.

Эффект масштаба связан с изменением стоимости единицы выпускаемой продукции от масштаба деятельности предприятия в долгосрочном периоде. В долгосрочном периоде возможно изменение использования всех производственных ресурсов предприятия, при этом происходит изменение масштабов производства продукции. Проведя анализ размеров долгосрочных издержек, можно определить оптимальный масштаб предприятия, которому соответствует объем производства, который обеспечивает минимальные издержки на единицу выпускаемой продукции в данной отрасли экономики.

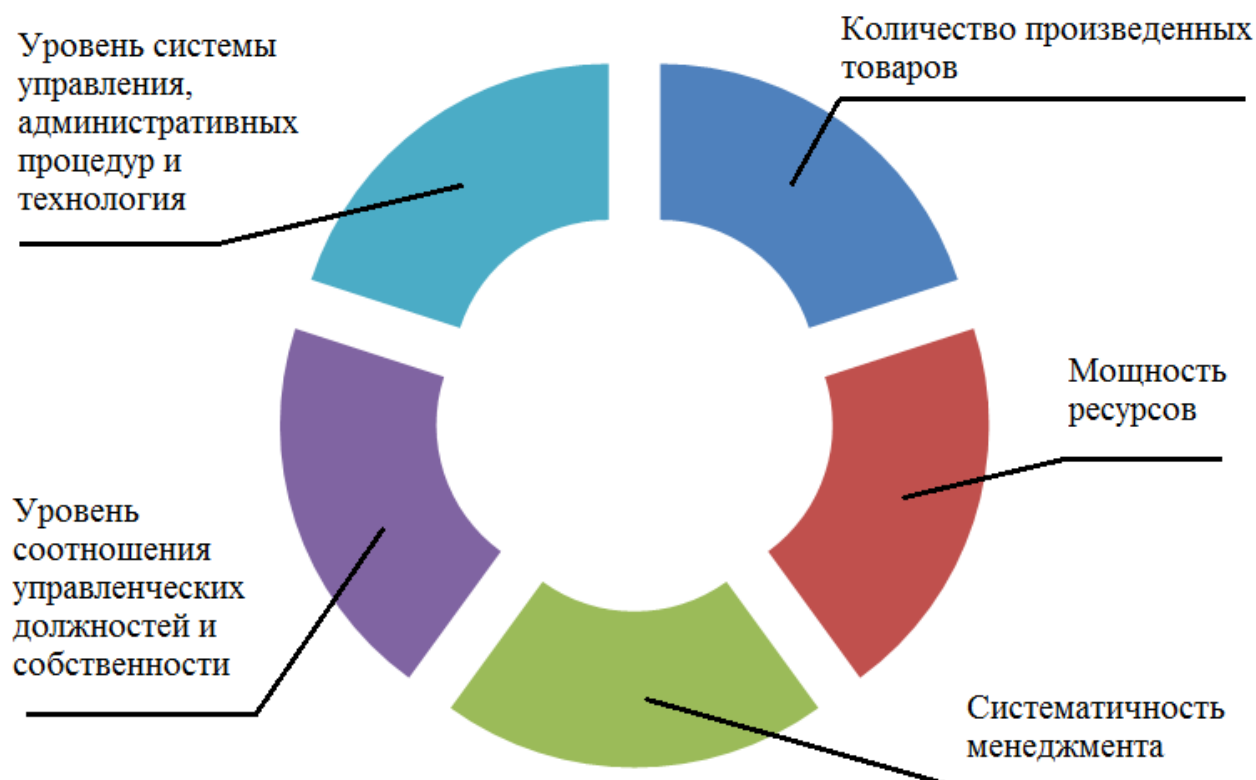


Рисунок 4 – Критерии масштаба предприятия по Ван Хорну

Для большинства производственных процессов характерно быстрое сокращение средних издержек при небольших объемах производства выпускаемой продукции. С увеличением объема выпускаемой продукции продолжается сокращение средних издержек достаточно медленными темпами. Во многих производствах происходит изменение характера отдачи от масштаба при достижении определенного объема выпуска продукции. При достижении определенных значений увеличение производства сопровождается с возрастающей отдачей ресурсов, которая затем становится убывающей. Для предприятия различных отраслей эффект масштаба проявляется по-разному. В частности, есть отрасли, в которых средние издержки достигают минимальных значений при очень большом объеме выпускаемой продукции, которая обеспечивает рыночный спрос на нее. Существование одной крупной фирмы в данных отраслях является целесообразным, поскольку обеспечивается низкое значение издержек предприятия. Подобные предприятия относятся к естественным монополиям, в частности к естественным монополиям относятся электро-, газо- и водоснабжающие предприятия крупных городов. Государство выступает регулятором деятельности естественных монополий, осуществляет финансовую поддержку, регулирует уровень на продукции и услуги данных предприятий. Для некоторых отраслей характерно такая ситуация, при которой вначале происходит быстрое снижение средних долгосрочных издержек, а затем длительное время величина издержек остается на одном уровне, при этом отдача от увеличения объемов производства является величиной постоянной, что обеспечивает эффективность работы в данных отраслях как крупных, так и мелких предприятий. В частности, к подобным отраслям относится отрасль легкой промышленности.

В разных отраслях динамика эффекта масштаба неодинакова. В некоторых отраслях возрастающий эффект масштаба быстро себя исчерпывает, уже при небольшом увеличении размеров предприятия и объема выпуска, постоянный действует долго – до тех пор, пока не произойдет значительное увеличение размеров предприятия и выпуска, убывающий же наступает не скоро, но нарастает быстро. В таких отраслях одинаково эффективны и мелкие и крупные

фирмы (например, деревообработка и мебельное производство). В других отраслях возрастающий эффект масштаба действует длительное время. Средние издержки достигают своего минимума лишь после значительного увеличения размеров предприятия и выпуска продукции. Это требует больших затрат ресурсов в течение продолжительного времени. Они под силу лишь немногим гигантским фирмам отраслевой тяжелой промышленности. Мелкие фирмы здесь нежизнеспособны, они не могут увеличить свои предприятия до того громадного размера, при котором выпуск обеспечивает минимум средних издержек и возрастающий эффект масштаба полностью исчерпывается. Есть отрасли, в которых возрастающий эффект масштаба очень быстро полностью исчерпывается и сразу сменяется убывающим. В таких отраслях жизнеспособны мелкие фирмы: они могут расширять свои предприятия до того размера, при котором объем выпуска обеспечивает максимум эффективности производства (например, предприятия розничной торговли, швейные, обувные).

Различают три вида эффекта масштаба: положительный, отрицательный и постоянный эффект масштаба [38, с. 125].

Для того чтобы выяснить особенности каждого вида, необходимо осуществление их детального анализа.

Положительный эффект от масштаба предприятия происходит в ситуации, когда затраты на единицу выпускаемой продукции снижаются при увеличении объема выпускаемой продукции и степени влияния данного предприятия на рынке. Обычно положительный эффект масштаба обусловлен углублением разделения труда. Благодаря данному эффекту экономически целесообразным явился переход от ручного труда к мануфактуре, от мануфактуры к конвейерному производству с одновременным увеличением объемов производимой продукции. При этом появляется возможность, позволяющая использование дорогостоящих технологий и осуществления производства побочных продуктов из отходов предприятия.

В модели, в которой издержки предприятия подразделяются на постоянные и переменные, положительный эффект от масштаба характеризуется снижением величины постоянных издержек в единице продукции с одновременным

сохранением величины переменных издержек в единице продукции при увеличении объема производимой продукции. Положительный эффект масштаба представляет собой снижение величины средних общих издержек с помощью увеличения выпуска продукции до определенного объема.

Положительный эффект масштаба производства характеризует ситуацию, при которой увеличение объема выпускаемой продукции сопровождается снижением средних издержек предприятия.

Экономия ресурсов, которая сопровождается увеличением объёмов производства, обусловлена следующими причинами:

- увеличение возможности использования преимуществ специализации в производстве и управлении с увеличением масштаба предприятия;
- применение крупными предприятиями нового высокопроизводительного оборудования;
- больше возможностей для изменения направлений производства, выпуска побочной продукции и продукции из отходов предприятия.

Производительность всех используемых ресурсов повышается при крупном массовом производстве, которое позволяет использовать специализацию ресурсов и разделение труда. Большие предприятия имеют возможность использования передовых технологий, автоматизации производства, которые мелким предприятиям не являются доступным. Также крупные предприятия имеют возможность осуществлять специализацию управления при максимально полном использовании труда высококвалифицированных специалистов, при котором рост затрат на управленческий персонал происходит медленнее, чем увеличение объёмов производства.

При условии положительного эффекта масштаба предприятию необходимо наращивать объем производства, поскольку данное увеличение будет сопровождаться экономией имеющихся ресурсов.

При наличии положительного эффекта масштаба экономически целесообразной представляется ситуация, при которой на рынке действует одно крупное предприятие, производящее продукцию при относительно низких средних издержках, чем большое количество мелких предприятий, производящих

продукцию с относительно высокими издержками. Поскольку в данной ситуации крупное предприятие не имеет конкурентов на рынке, оно может установить завышенные цены на выпускаемую продукцию, в данной ситуации необходимо вмешательство государства в регулировании цен и деятельности данного предприятия. Положительный эффект масштаба в производстве электроэнергии является причиной государственного регулирования деятельности крупных предприятий данной отрасли.

Эффект масштаба имеет существенное значение для предприятий в различных отраслях не только России, но и иностранных государств. Чем больше эффект масштаба, тем более крупные предприятия осуществляют свою деятельность в той или иной отрасли промышленности. Производственные предприятия имеют больший эффект масштаба по сравнению с предприятиями сферы услуг.

Со временем увеличение масштаба предприятия может привести к росту средних издержек производства на единицу выпускаемой продукции. В данной ситуации речь идет об отрицательном эффекте масштаба, который характеризует снижение эффективности производственного процесса при увеличении масштаба предприятия, когда происходит рост средних издержек при увеличении объема выпускаемой продукции сверх определенного значения. Отрицательный эффект масштаба характеризуют увеличение средних издержек с увеличением объема выпускаемой продукции.

Действие отрицательного эффекта масштаба обусловлено следующими причинами:

- снижением эффективности взаимодействия между подразделениями предприятия, потерей гибкости;
- усложнением контроля за осуществлением решений, которые приняты руководством предприятия;
- появлением в отдельных подразделениях локальных интересов, которые противоречат интересам предприятия в целом;

- увеличение масштаба предприятия предполагает увеличение затрат, связанных с обработкой информации, которая является необходимой для принятия решений.

В качестве основной причины, обуславливающей отрицательный эффект масштаба, выступают управленческие трудности, которые возникают при попытке осуществления контроля и координировании деятельности предприятия, которое является крупномасштабным производителем. В частности, на небольшом предприятии один старший администратор может принимать решения, которые касаются деятельности предприятий, поскольку при небольшом масштабе предприятия администратор чётко знает производственный процесс и поэтому может сам принять эффективное решение.

Однако с увеличением масштаба предприятия, происходит увеличение управленческого аппарата, промежуточных звеньев, отвечающих за выполнение различных задач. В масштабах крупного предприятия один человек не в силах принять быстрое и эффективное решение относительно производственного процесса всего предприятия. Ответственность при принятии решений разделяется между руководителями различных звеньев производственного процесса. Увеличение управленческого аппарата обуславливает проблемы с обменом информацией, координацией решений, в частности решения руководителей различных звеньев производственного процесса могут противоречить друг другу. В результате снижается эффективность производственного процесса, происходит рост средних издержек производства. В данной ситуации увеличение используемых ресурсов не приведет к пропорциональному росту объемов производства.

Помимо вышеназванных причин эффект масштаба обусловлен также расширением географии производства, изменением внешней среды предприятия, наличием технологических барьеров на пути чрезмерного роста объемов производства предприятия.

Отрицательный эффект масштаба характерен для предприятий сельскохозяйственной отрасли, рост масштаба производства данных предприятий ведет к снижению эффективности управления.

Третий вид эффекта масштаба – постоянный эффект масштаба, который характеризует ситуацию, при которой рост объема производства выпускаемой продукции пропорционален росту объема используемых ресурсов.

После истечения положительного эффекта предприятие может определить оптимальное значение объема выпуска продукции, при котором рост объема выпуска будет сопровождаться увеличением затрат в том же объеме.

Спрос, как один из индикаторов эффективного использования масштаба предприятия.

При эффективном использовании масштаба предприятия снижаются издержки при производстве продукции, что в свою очередь, ведёт к снижению себестоимости выпускаемой продукции и, как следствие, снижению рыночной стоимости. Данная цепочка событий ведёт к увеличению спроса на продукцию.

При неэффективном использовании масштаба предприятия возрастают различные издержки, которые приводят к увеличению себестоимости выпускаемой продукции. И, при прочих равных, спрос на продукцию снижается.

Для удовлетворения увеличивающегося спроса и, соответственно, развития предприятия по закону равновесия спроса и предложения должно следовать увеличение его масштабов, совершенствование технологий производства и т.д., что не может гарантировать такой же эффективности использования масштаба.

1.3 ВЗАИМОСВЯЗЬ ИЗМЕНЕНИЯ МАСШТАБА ПРЕДПРИЯТИЯ С ЕГО УПРАВЛЕНЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬЮ И ФИНАНСОВО-ЭКОНОМИЧЕСКИМИ ПОКАЗАТЕЛЯМИ

Положительный эффект масштаба, и соответственно, рост масштаба производства позволяет лучше использовать труд специалистов по управлению благодаря его более глубокой специализации. Руководитель, способный контролировать труд 40 рабочих, будет недоиспользоваться на мелком предприятии, располагающим двумя десятками работников. Производственный персонал предприятия мог бы в этом случае быть удвоен при неизменной величине затрат на содержание административного аппарата. Помимо этого,

мелкие фирмы не способны использовать труд специалиста-управленца по прямому назначению.

На мелком предприятии специалист по проблемам сбыта может оказаться вынужденным делить свое время между различными областями управленческой деятельности. К примеру, маркетингом, управлением трудовыми ресурсами и финансами. Расширение масштаба операций будет означать, что специалист по маркетингу сможет посвятить себя контролю за реализацией и распределением продукции, тогда как для выполнения других управленческих задач будут дополнительно привлечены соответствующие специалисты. В конечном счете это приведет к увеличению эффективности и снижению издержек производства единицы продукции.

По мере роста предприятия становится возможным повышение уровня специализации используемого труда. Дополнительный найм рабочих означает, что задания могут быть поделены между ними все более и более мелко. Вместо того чтобы выполнять четыре или пять различных операций в ходе производственного процесса, каждый рабочий может теперь получить одноединственное задание. В течение всего рабочего дня он может быть занят именно той операцией, для выполнения которой его квалификация подходит лучше всего. На мелких предприятиях квалифицированные работники затрачивают своё время на выполнение заданий, не требующих никакой квалификации. Результат – к повышению издержек производства. Далее, обеспечиваемая ростом масштабов производства возможность разделения трудовых операций позволяет рабочим приобрести особенно большой опыт в выполнении конкретных заданий, закрепленных за ними. «Мастер на все руки», обремененный пятью или шестью различными заданиями, вряд ли сможет стать столь же опытным в каждом из них. Получив возможность сосредоточиться на выполнении одного задания, тот же самый рабочий сможет работать гораздо производительнее. Наконец, более высокий уровень специализации труда исключает потери времени на переход рабочего от одного задания к другому.

Мелкие фирмы зачастую оказываются неспособными воспользоваться наиболее эффективным с технологической точки зрения производственным

оборудованием. Машины для производства многих видов продукции можно купить лишь в очень крупных и крайне дорогих комплектах. Более того, эффективное использование этого машинного оборудования требует больших объемов производства. Значит, только крупные производители могут позволить себе приобрести и эффективно эксплуатировать лучшее оборудование.

Организатор крупномасштабного производства располагает более широкими возможностями для производства побочной продукции, чем мелкое предприятие. Большая фабрика по упаковке мяса изготавливает клей, удобрения, лекарственные препараты и целый ряд других продуктов из тех отходов, которые более мелким производителем были бы выброшены за ненадобностью.

Однако, со временем расширение фирмы может привести к отрицательным экономическим последствиям и, следовательно, к росту издержек производства единицы продукции.

Основная причина возникновения отрицательного эффекта масштаба связана с управленческими трудностями, возникающими при попытке эффективно контролировать и координировать деятельность фирмы, превратившейся в крупномасштабного производителя.

Этажи управления, разделяющие административный аппарат и собственно процесс производства, становятся все более многочисленными; высшее руководство оказывается существенно отдалено от действительного производственного процесса на предприятии. Для одного человека оказывается невозможным собрать, понять и переработать всю информацию, необходимую для принятия рациональных решений в масштабах крупного предприятия. Ответственность приходится делегировать бесконечному количеству вице-президентов, вторых вице-президентов и т.д. Это разрастание иерархического аппарата управления вглубь и вширь создает проблемы обмена информацией, координации решений и бюрократической волокиты, увеличивает вероятность того, что решения, принимаемые различными звеньями управления, окажутся противоречащими друг другу. В результате страдает эффективность и растут средние издержки производства.

Отрицательный эффект масштаба может быть обусловлен:

1) Ограниченными возможностями эффективного управления крупномасштабным производством. По мере расширения предприятия процесс принятия решений все более и более усложняется, усиливается бюрократизация управленческого персонала и, как результат, постепенно снижается эффективность производства.

2) Нехваткой высокопрофессиональных кадров как в области управления, так и непосредственно на производстве.

3) Расширением географии производства и, как следствие, изменением внешней среды бизнеса.

4) Наличием технологических барьеров на пути чрезмерного увеличения масштаба предприятия.

Как правило, отрицательный эффект масштаба связан с ограниченными возможностями управления крупным производством. Рост масштаба производства сопровождается развитием внутри крупных предприятий бюрократических структур и снижением в связи с этим эффективности управления.

Увеличение масштаба предприятия ведёт к увеличению транзакционных издержек.

В своей работе [39] И.В. Кирьянов показал, что с ростом объема выпуска продукции в составе фирмы возникают специальные обособленные подразделения, в которых сосредотачиваются однородные виды транзакционных издержек. Эти подразделения он предлагает называть центрами транзакционных издержек и на основе этой концепции появляется представление о фирме, как об эволюционирующей экономической организации, формирующей свою структуру в целях снижения транзакционных издержек и проходящей в своем развитии как минимум два этапа.

Хорошо известно, что на ранней стадии функционирования предприятия его внутренняя организация носит неформальный характер с высокой степенью взаимозаменяемости сотрудников (что существенно повышает гибкость такой фирмы по сравнению с более формализованными структурами). Однако, с увеличением масштаба его деятельности возникает потребность в создании

организационной структуры, в которой, наряду с производственными, будут также и транзакционные внутренние подразделения (бухгалтерия, отдел маркетинга) и сотрудники (в частности, генеральный директор), которые будут представлять собой внутренними центрами транзакционных издержек.

Таким образом, центры транзакционных издержек возникают на предприятии последовательно, с увеличением масштаба его деятельности, и представляют собой формирование ее внутренней структуры. На первом этапе центры транзакционных издержек функционируют в виде транзакционных сотрудников, далее создаются транзакционные внутренние отделы, а затем обособленные транзакционные подразделения (это уже довольно поздняя стадия развития экономической организации). Структура предприятия следует за объемами ее производства и усложнением ее деятельности – от отдельных сотрудников к обособленным подразделениям.

Улучшение финансовых показателей деятельности во многом зависит от масштаба предприятия, а также от размеров рынка, субъектом которого является данное предприятие. Влияние фактора экономии, обусловленного масштабами, означает, что расширение предприятия и рынка сбыта, позволяет внедрять более эффективные методы деятельности, что в свою очередь, ведет к росту производительности труда и улучшению финансовых показателей деятельности. В связи с этим многие предприятия и даже целые отрасли принимают решение о расширении своей деятельности.

Помимо вышперечисленного, хочется отметить, что на изменение масштаба предприятия влияют интеграционные процессы.

Основная причина, на наш взгляд, реструктуризации предприятий в виде слияний и поглощений кроется в стремлении получить и усилить синергетический эффект, то есть взаимодополняющее действие активов двух или нескольких хозяйствующих субъектов, совокупный результат которого превышает сумму результатов отдельных действий этих компаний. Синергетический эффект в данном случае может возникнуть благодаря экономии, обусловленной масштабами деятельности, комбинированием взаимодополняющих ресурсов, минимизацией транзакционных издержек,

возросшей рыночной мощью из-за снижения конкуренции (мотив монополии), взаимодополняемость.

Предпосылками интеграции также выступают стремление к повышению качества управления и устранению неэффективности, желание снизить налоговую нагрузку, возможность диверсификации производства и использования избыточных ресурсов, мотив продажи «вразброс», стремление повысить политический вес руководства компании и личные мотивы менеджеров. Также целью слияний и поглощений является рост капитализированной стоимости объединенной компании.

Интеграция (от лат. *integrum* - целое; лат. *integratio* - восстановление, восполнение) - в общем случае обозначает деление, взаимопроникновение. Объединение каких-либо элементов (частей) в целое. Процесс взаимного сближения и образования взаимосвязей. В данном случае, будем рассматривать «интеграцию предприятий», т.е. слияние предприятий или их объединение с целью повышения производства.

Существует горизонтальная и вертикальная интеграция.

Про горизонтальную интеграцию говорят в том случае, если происходит объединение двух или нескольких предприятий внутри одной отрасли, производящих схожий продукт.

Главной целью такого объединения выступает поглощение фирм-конкурентов или установление контроля над ними и усиление тем самым позиций головной организации.

Горизонтальная интеграция также позволяет:

- снизить затраты на производственный процесс;
- расширить ассортимент;
- увеличить эффективность деятельности;
- отсутствие необходимости расширения собственного производства;
- снижение себестоимости товаров;
- повышение их качества;
- рост производительности труда.

Возможность продать предприятие тому, кто разбирается в производственном процессе данного типа. Предприниматели целенаправленно открывают компании, стимулируют конкуренцию, а затем выгодно их продают.

Интеграция в горизонтальном направлении помогает предприятиям справляться со сложностями экономической трансформации.

Объединение предприятий внутри отрасли может иметь ряд последствий, как положительных, так и негативных.

Как известно, чем больше количество продавцов на рынке, тем меньше каждый из них может влиять на ценообразование. При масштабной горизонтальной интеграции самостоятельных участников рынка остается немного. И здесь возможны два варианта:

1) При низких входных барьерах стремление производителей поднять цены на товар сдерживается большой вероятностью появления новых конкурентов;

2) Высокие барьеры входа на рынок с небольшим количеством производителей могут привести к появлению монополии, в руках которой окажется контроль над ценами и объемом выпуска продукции.

Таким образом, горизонтальная интеграция может стать причиной возникновения монополистов в той или иной отрасли, что является нежелательным последствием для экономики.

В результате объединения общей экономической эффект образовавшейся компании значительно превышает результаты деятельности каждого из предприятий в отдельности. Это происходит за счет снижения издержек на производственный процесс.

При большом количестве производителей и потребителей первым приходится бороться за крупные заказы. Это можно сделать только за счет снижения цен. Чтобы сохранить стоимость своей продукции на прежнем уровне, производителям необходимо укрупняться. И здесь помогает горизонтальная интеграция.

Аналогичная ситуация складывается и с поставщиками. В результате горизонтальной интеграции предприятий потребителей ресурсов на рынке

становится меньше, конкуренция между поставщиками возрастает, что приводит к снижению цен на ресурсы.

Подобные преимущества позволяют предприятиям реализовывать свою продукцию быстрее, чем конкуренты. Их создание сопряжено с использованием новейших технологий, наращиванием научно-технического потенциала. И то, и другое требует инвестиций на исследовательские работы, приобретение нового оборудования и т.п. Все это побуждает компании к горизонтальной интеграции.

Часто для увеличения уровня продаж требуется выходить на новые рынки в других регионах. Размещение филиалов и обособленных подразделений требует немалых вложений. Снизить издержки в этом случае также помогает интеграция.

Горизонтальная интеграция позволяет компаниям в значительной степени снизить уровень неопределенности на рынке. Поскольку фирмы, вступающие в объединение, сознательно отказываются от конкурентного противостояния, чтобы защитить свой производственный процесс и обеспечить стабильность своего положения.

Кроме этого, значение термин «объединение» говорит о намерении оказывать друг другу помощь и поддержку. Поэтому, объединяясь в альянсы и холдинги, фирмы преследуют одну и ту же цель — обеспечить свою безопасность за счет коллективных действий.

Следует отметить, что в реальности интеграция приводит порой к иному результату – ослаблению одних членов альянса и выгоде другого. Зачастую здесь имеет место соперничество в рамках сотрудничества, которое проявляется в двух вариантах:

Стремление участников объединения перенаправить прибыль из общей структуры себе.

Желание усилить свои рыночные позиции за счет ослабления партнеров путем овладения информацией, переманивания специалистов и пр.

Поэтому при создании интегрированного предприятия значение приобретает разработка механизмов, позволяющих сдерживать соперничество, носящее деструктивный характер.

Когда организация действует на рынке самостоятельно, она сама принимает решения, от которых зависит величина прибыли.

При интеграции возникает объединенная структура, где управляющая компания дает указания остальным. И размер дохода членов объединения зависит от решений головной организации, что ведет к снижению заинтересованности первых в результативности своей работы.

В итоге возникает потребность создания дополнительных отделов и подразделений, занимающихся вопросами контроля и управления. А это сопряжено с дополнительными расходами.

Вертикальная интеграция компаний происходит за счет включения в структуру предприятия новых компаний, входящих в технологическую цепочку выпуска продукции.

Вертикально интегрированная компания – это объединение, все структуры которого контролируются общим владельцем, и каждая из них отвечает за производство конкретного продукта или услуги в рамках единого технологического процесса.

По мнению Стрикленда [40, с. 221], вертикальная интеграция расширяет конкурентоспособную область компании в пределах той же самой отрасли. Это способствует расширению диапазона действий компании с предыдущим звеном технологической цепочки, таким как поставки, и/или со следующим, к конечным пользователям продукта. Таким образом, если изготовитель выбирает строительство нового завода для изготовления определенных частей, а не покупать их у внешних поставщиков, он остается в той же самой отрасли. Единственное изменение – владение компанией товарами, находящимися на разных стадиях производственного процесса.

Вертикальная интеграция может происходить по направлению к поставщикам – «назад» или к потребителю товара – «вперед».

Интеграция «назад» означает, что компания стремится контролировать производителей сырья и ресурсов, необходимых для технологического процесса. Такой контроль дает возможность в срок получать сырье должного качества и по приемлемым ценам. Иначе она называется восходящей интеграцией.

Интеграция «вперед» подразумевает установление контроля над компаниями, находящимися ближе к конечному потребителю. Другое название такой интеграции – нисходящая.

Так же, как и в отношении горизонтальной интеграции, влияние вертикальной на рынок и его функционирование может быть различным. С одной стороны, она позволяет эффективнее использовать ресурсы, а с другой – ограничивает конкуренцию.

Для конкретной организации вертикальная интеграция полезна тем, что она снижает издержки на производство и сбыт путем включения этих стадий в единый технологический процесс. Также она позволяет приобрести надежные каналы поставки ресурсов и сбыта готовой продукции.

Получая контроль над поставщиками, предприятие приобретает возможность уменьшить издержки на хранение запасов сырья, поскольку поставки приобретают стабильный характер.

Структуры с вертикальной интеграцией имеют возможность сэкономить при покупке сырья у внешних поставщиков, а также при заключении сделок с рекламными и торговыми агентствами за счет внутрифирменных транзакций.

При наличии единой административной системы появляется экономия на управлении. Снижение финансовых издержек возникает при использовании выгодных оптовых скидок.

Нисходящая интеграция, с одной стороны, дает эффективность сбыта, а с другой – ограничивает доступ на рынок конкурентов. Аналогичное явление характерно для восходящей интеграции. Она гарантирует стабильность поставок сырья, но не позволяет сотрудничать с этим поставщиком другим компаниям.

Отсутствие доступа к рынкам сбыта или источникам сырья образует барьер входа на рынок для потенциальных конкурентов. Заключение

Вертикальная и горизонтальная интеграция – это два способа получения компаниями конкурентных преимуществ и обеспечения себе стабильного положения на рынке.

Горизонтальная интеграция подразумевает поглощение одним производителем другого, функционирующего в той же отрасли и находящегося

на том же уровне производственного процесса. Вертикальная интеграция предполагает присоединение компаний, являющихся различными звеньями процесса выпуска конечного продукта.

Оба вида интеграции имеют различные последствия как для фирм-участников, так и для рынка в целом. Наиболее негативной ситуацией, которая может сложиться на рынке в результате объединения компаний, является ограничение конкуренции и появление предприятия-монополиста.

Участники интеграционных объединений, как правило, менее подвержены влиянию рыночных колебаний, имеют меньшие издержки на производство и больше возможностей сбыта конечного продукта.

До конца XX века в мировой экономике доминировала вертикальная интеграция фирм, позволяющая с помощью слияний и поглощений создать монополию на определенном сегменте рынка, затруднить приток конкурентов. Нобелевский лауреат О. Уильямсон один из первых поставил вопрос о зависимости вертикальной интеграции, при которой корпорация консолидирует все этапы производственного цикла – от добычи сырья и производства комплектующих – до окончательной сборки и реализации, с неудачами рынка [41, с. 33]. Соотношение плюсов и минусов вертикальной и горизонтальной интеграции, при которой компания оставляет за собой лишь ключевые компетенции, передавая все остальное на аутсорсинг в глобальную цепь поставок, представлено в таблице 2.

Таблица 2 – Преимущества и недостатки

Вертикальная интеграция	Горизонтальная интеграция
Преимущества:	
1) жесткий контроль за поставщиками сырья и комплектующих, директивное планирование их цен; 2) централизация прибыли всех участников цикла; 3) отказ от ненужных поставщиков;	1) глобальная конкуренция избираемых по конкурсу поставщиков; выбор поставщиков с меньшими издержками и высоким качеством продукции;

Продолжение таблицы 2

Вертикальная интеграция	Горизонтальная интеграция
Преимущества:	
<p>4) ограничение доступа конкурентов на интегрированный сегмент рынка;</p> <p>5) консолидация налоговых платежей</p>	<p>2) снижение капитальных вложений и потерь при смене ассортимента продукции и технологий;</p> <p>3) сокращение административного аппарата и издержек управления;</p>
Недостатки:	
<p>6) использование трансфертных цен для занижения налогообложения в зонах с высокими ставками налогов;</p> <p>7) увеличение суммы активов при слияниях и поглощениях;</p> <p>8) использование имущественного вещного права для контроля за всеми звеньями корпорации.</p> <p>9) использование имущественного вещного права для контроля за всеми звеньями корпорации.</p> <p>10) незаинтересованность входящих в корпорацию поставщиков в снижении издержек и повышении качества;</p> <p>11) сложность управления многозвенными предприятиями, рост организационно-управленческих расходов, множество этажей и звеньев управления;</p>	<p>4) формирование глобальных цепей поставок с современной логистикой и гибкими контрактами;</p> <p>5) гибкое изменение структуры и адаптация к изменению условий хозяйствования;</p> <p>6) риск срыва сроков и низкого качества поставок;</p> <p>7) рост транспортных и коммуникационных расходов;</p> <p>8) риск несовпадения интересов участников цепи поставок при резком различии рентабельности их бизнеса.</p>

Продолжение таблицы 2

Вертикальная интеграция	Горизонтальная интеграция
Недостатки:	
12) преобладание административных командных методов управления, блокирующих инициативу персонала; 13) инертность структуры и корпоративной культуры, сложность адаптации к изменению условий хозяйствования.	

2 АНАЛИЗ ОПЫТА, МЕТОДОВ И ОРГАНИЗАЦИОННО- ЭКОНОМИЧЕСКИХ ПОСЛЕДСТВИЙ РЕГУЛИРОВАНИЯ МАСШТАБА ПРЕДПРИЯТИЯ

2.1 АНАЛИЗ ЗАРУБЕЖНОГО ОПЫТА РЕГУЛИРОВАНИЯ МАСШТАБА ПРЕДПРИЯТИЯ

Впервые в мире крупный проект вертикальной интеграции осуществил Генри Форд. Его компании принадлежали силикатные карьеры, рудники и сталеплавильные заводы, а также железные дороги, которые связывали их. «Самым важным, – пишет Г. Форд – то, что мы нашли способ тратить меньше денег на предприятии – путем ускорения сбыта. Для этого нам понадобилась Детройт-Толедо-Айронтоунская железная дорога, и мы купили ее» [42]. Кроме того, Форду принадлежали каучуковые плантации, снабжавшие сырьем шинное производство его компании. Сегодня на вертикальную интеграцию специалисты смотрят недоверчиво, подобная стратегия используется лишь в определенных ситуациях, например, в условиях формирования стратегических альянсов в сфере цифровых коммуникаций.

Капитализация компании «Форд» составляет примерно 67 млрд долл., чистая рентабельность продаж — 4%, а 40% голосующих акций принадлежит наследникам Генри Форда. Компания «Форд», в отличие от «Дженерал Моторс» и «Крайслера», не обанкротилась в кризис 2008–2009 гг., так как на основе горизонтальной интеграции наладила выпуск новых экономичных моторов, электромобилей, оснащенных компьютером машин с автономным управлением, способных связаться друг с другом в сеть. Фирма «Фиат» освободилась от непрофильного производства электронного оборудования, строительных предприятий и авиакомпаний, а за счет вырученных средств приобрела доминирующий пакет акций «Крайслер», обновила ее модельный ряд, технологию и дизайн. В результате фирма восстановила рентабельность и вернула государству ранее полученные субсидии.

Примером горизонтальной интеграции может послужить автомобильный концерн Groupe PSA (являющийся крупнейшей во Франции автомобильной

корпорацией), основанный французскими компаниями Peugeot и Citroen в 1976 году. С тех пор автомобили обеих фирм унифицированы по ряду узлов и агрегатов, что дает компаниям возможность экономить на разработках новых моделей используя эффект масштаба. При этом автомобили марки Citroen позиционируются как более комфортабельные и славятся гидропневматической подвеской, а также неординарным дизайном. На сегодняшний день данный концерн является владельцем таких известных брендов, как Peugeot, Citroën, DS Automobiles, Opel и Vauxhall (последние два бренда вошли в состав Groupe PSA в 2017 году).

В то же время, подчеркнем, что сам по себе синергизм возможен, но не всегда может быть реализован в случаях, когда в процессе диверсификации объединяются две принципиально разные компании. Ярким примером тому может служить объявленное в мае 1998 года решение глав немецкой компании Daimler-Benz AG и американского концерна Chrysler Corporation об объединении данных компаний. В результате был создан новый концерн DaimlerChrysler Corp. с невиданным капиталом в 92 млрд. долл. и объемом ежегодных продаж на уровне 130 млрд. долл. Он стал пятой по величине транснациональной автомобильной монополией с ежегодным выпуском более 4 млн. автотранспортных средств, где занято в общей сложности более 420 тыс. человек.

На бумаге объединение данных предприятий должно было выразиться в огромнейшем синергетическом эффекте. Казалось, что сделка оказалась взаимовыгодной для обеих сторон. Daimler-Benz получил огромную сбытовую сеть Chrysler не только в Северной, но и в Латинской Америке, а Chrysler стал обладать дополнительной возможностью продвигать в странах Западной Европы свою продукцию. Совместные конструктивные разработки и научные исследования, создание единого координационного совета и управления, более глубокая кооперация и координация в области маркетинга должны были позволить в ближайшее время снизить общие затраты и экономить до 1,4 млрд. долл. в год.

Однако, бремя объединения «под одной крышей» двух очень разных организационных структур, систем и культур не только не позволило реализовать

его на практике, но и вызвало ряд дополнительных проблем. В результате, стремительное падение рыночной стоимости новообразованного концерна намного превысило те 36 млрд. долл., которые Daimler-Benz заплатил за приобретение Chrysler [43]. Так, только в 2006 отчетном году убыток Chrysler составил почти 1,2 млрд. евро. Для сравнения, немецкий Mercedes Car Group смог заработать в прошлом году 2,415 млрд. евро, а грузовое подразделение Truck Group принесло DaimlerChrysler еще 2,02 млрд. евро [44].

В октябре 2006 года руководитель финансового отдела концерна DaimlerChrysler Бодо Юббер заявил, что руководство компании рассматривает вопрос продажи или отделения в полностью самостоятельную структуру компании Chrysler. В феврале 2007 года было принято решение уволить с американских заводов Chrysler около 13 тыс. сотрудников. А уже в мае 2007 года было объявлено, что американский автопроизводитель Chrysler, переживающий наихудший спад производства в своей истории, был продан за 7,4 млрд. долл. (5,5 млрд. евро) действующему в Нью-Йорке инвестиционному фонду Cerberus Capital Management LP, который возглавляет бывший министр финансов США Джон В. Сноу. В результате данной сделки Daimler сохраняет за собой 19,9% акций Chrysler Group, в которую входит и финансовое подразделение Chrysler Financial Corp., что позволит продолжить совместные разработки и исследования [45], [46].

Приведенный пример ярко продемонстрировал, что при объединении двух принципиально разных компаний, где существуют различия в культуре, управлении, местах локализации объектов и других организационных условиях, которые были представлены выше, часто наблюдается отрицательный системный эффект.

Таких неудачных примеров интеграции предприятий в западной практике немало. Так, Т. Дж. Галпин и М. Хэндон в своей работе приводят примеры широко известных неудачных объединений. Для удобства они сведены в таблицу 3.

Необходимо отметить, что в западной практике под поглощением понимается процесс передачи собственности либо через покупку активов корпорации, либо через покупку акций корпорации. Под слиянием же понимается «более узкий технический термин для определенной юридической процедуры,

которая может последовать, а может и не последовать за поглощением». Соглашение о слиянии идентично соглашению о поглощении, за исключением того, что смена собственника бизнеса в случае слияния предполагает создание нового юридического лица.

Таблица 3 – Зарубежный опыт [47, с. 15].

Компании-участницы	Проблемы	Результаты
Поглощение WordPerfect компании Novell (1994 год)	Корпоративные культуры, включающие принципиально разные взгляды на обслуживание потребителей - возросшие издержки	Продана в 1996 году за 1 млрд. долл. (т.е. дешевле, чем была приобретена за два года до того)
Слияние Homedko Group и Abbey Health-care с созданием новой компании Apria Health-care Group (1995 год)	Значительные различия в управленческой структуре и процедуре принятия решений – возросшие издержки управления	В течение первого года после объединения курс акций Apria упал на 50%, объем продаж возрос всего на 4% (при том, что до объединения темп роста не падал ниже 10%)
Поглощение Frame Technology компанией Adobe Systems (1995 год)	Adobe не смогла оценить сильные стороны модели бизнеса Frame, в результате чего большинство сотрудников из отдела продаж по телефону были уволены	Объем продаж Frame упал на 50%, а команду агентов сбыта, работавших на телефоне, пришлось создавать заново. Значительные издержки поиска и обучения персонала.

Продолжение таблицы 3

Компании-участницы	Проблемы	Результаты
Слияние Aetna и U.S. Healthcare (1997 год)	Увеличение стоимости оказываемых услуг при снижении их качества и увольнению части персонала – возросшие издержки управления	Издержки выросли на 14%, количество пациентов в 1997 году увеличилось лишь на 10%; 37% врачей не продлили контракты; прибыль в первом квартале 1998 года упала на 40%.
Поглощение Southern Pacific компанией Union Pacific (1997 год)	Технические проблемы и ошибки персонала, приведшие к резкому снижению качества обслуживания и многочисленным несчастным случаям	Падение объема продаж на 125 млн. долл.; падение прибыли в третьем квартале 1997 года на 15%; ключевые специалисты уволились
Предполагавшееся в 1998 году слияние Monsanto и American Home Products	Различия в корпоративных ценностях и стиле управления, недоразумения с распределением управленческих функций – возросшие издержки управления	Сделка была отменена, курс акций Monsanto упал на 24%, а АНР – на 10%

Необходимо отметить, что в западной практике под поглощением понимается процесс передачи собственности либо через покупку активов корпорации, либо через покупку акций корпорации. Под слиянием же понимается «более узкий технический термин для определенной юридической процедуры, которая может последовать, а может и не последовать за поглощением». Соглашение о слиянии идентично соглашению о поглощении, за исключением того, что смена собственника бизнеса в случае слияния предполагает создание нового юридического лица.

Несмотря на такие отрицательные примеры о провалившихся объединениях, их количество, как было уже отмечено, увеличивается. Ускоренный процесс глобализации, положительная динамика рынка ценных бумаг, усиление влияния международных компаний, экономические препятствия к самостоятельному росту предприятий, не входящих в интеграционную структуру – все эти факторы способствуют популярности и активизации интеграционных процессов, превращая их в один из основных инструментов наращивания объемов продаж и усиления экономической стабильности.

2.2 АНАЛИЗ ОТЕЧЕСТВЕННОГО ОПЫТА РЕГУЛИРОВАНИЯ МАСШТАБА ПРЕДПРИЯТИЯ

2.2.1 КОМПАНИИ ЧЕРНОЙ МЕТАЛЛУРГИИ

Ведущие российские металлургические компании возникли на базе советских комбинатов. Они, конечно, имели кооперационные связи с рудниками и угольными шахтами, но процесс их приватизации носил изолированный характер. Поэтому изначально, за редкими исключениями (горно-металлургический комбинат «Норильский никель»), компании были лишены своей сырьевой базы. Эту проблему пришлось решать уже в ходе развития созданных на базе комбинатов акционерных обществ.

Резкий спад объемов производства в России в 1990-е гг. привел к не менее резкой переориентации сбыта металлургических комбинатов на экспортные поставки. Здесь до сих пор преобладают поставки полуфабрикатов – главным образом металлов в слитках и горячекатаного листа.

Все без исключения крупные российские металлургические компании проводят политику вертикально интегрирования. Они покупают добывающие активы, в том числе за рубежом, модернизируют свое оборудование с целью снижения издержек и повышения качества и степени обработки готовой продукции. Практически все эти компании приобретают или создают обрабатывающие активы за рубежом, строят центры дополнительной обработки металлов. Однако эти процессы у компаний отрасли развиваются неодинаково и с разной степенью эффективности, что и является предметом исследования в настоящей статье.

Очень показательной в этом отношении выступает история развития компании «Северсталь».

ПАО «Северсталь» – это вертикально интегрированная горнодобывающая и металлургическая компания с основными активами в России и небольшим количеством предприятий за рубежом [57].

Потратив крупные средства во второй половине «нулевых» годов на приобретение обрабатывающих активов в Европе и Северной Америке и получив от этого не менее крупные убытки, компания продала существенную часть этих активов, переориентировавшись на зарубежные проекты в сфере добычи.

В политике «Северстали» по покупке обрабатывающих активов в Европе и Северной Америке, безусловно, была экономическая логика. «Северсталь» поставляла на эти рынки полуфабрикаты, т. е. продукцию с низкой добавочной стоимостью (главным образом слябы). Из этого сырья американские и европейские компании производили продукцию, необходимую конечным потребителям, например, холоднокатаный прокат с оцинкованным или

полимерным покрытием для автомобильной промышленности. Приобретаемые компании имели хорошо отлаженные многолетние связи с компаниями-потребителями, соответствующие долгосрочные контракты. Приобретая их, «Северсталь» существенно продвигалась по технологической цепочке «вперед», поставляя им свои слябы, и получала возможность улавливать дополнительную добавочную стоимость на более высоких переделах.

В рамках этой стратегической логики уже в 2004 г. в США была приобретена обанкротившаяся компания Rouge Industries, а в 2005 г. за 340 млн евро (62% крупнейшего в Европе производителя железнодорожных рельсов) – итальянская компания Lucchini (к марту 2010 г. доля владения в компании была доведена до 100%). За ними последовали новые покупки в США – в 2007 г. компания Severcorp (переименована в Severstal Columbus), а в 2008 г. (пик покупательной активности «Северстали» в Северной Америке) целый ряд компаний и отдельных предприятий - компания Sparrows Point (мощности по выплавке стали – 3,9 млн т, переименована в Severstal Sparrows Point), компания WCI Steel, Огайо (переименована в Severstal Warren), компания Esmark Ink, Западная Виргиния (переименована в Severstal Wheeling) и др. В результате этих приобретений зарубежные мощности «Северстали» по выплавке металлов превысили соответствующие мощности дивизиона «Российская сталь» (Череповецкий комбинат – 11,6 млн т). Компания стала действительно международной с точки зрения географии расположения своих производственных мощностей.

Но сделанные покупки не повысили эффективность деятельности «Северстали». Будучи одной из самых прибыльных российских компаний в период до 2008 г., в 2009 и 2010 гг. «Северсталь» понесла крупные убытки (1037 млн долл. США чистых убытков в 2009 г. и 577 млн долл. – в 2010 г. На рисунке 5 представлена диаграмма выручки Северстали.

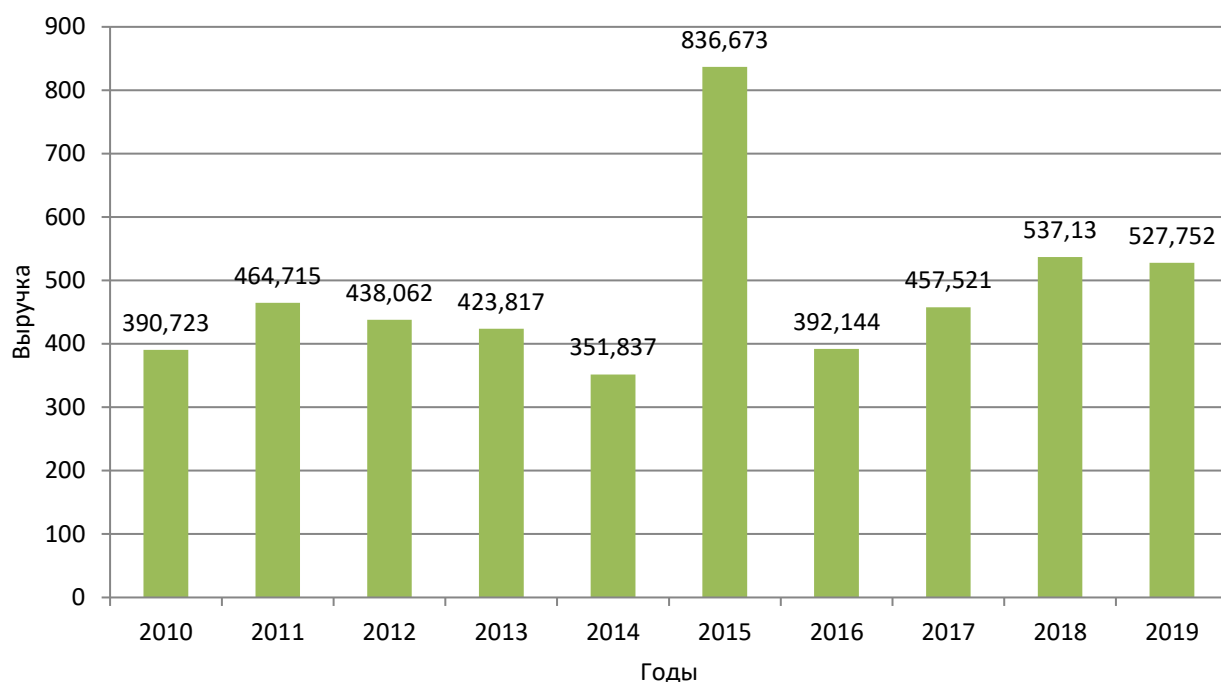


Рисунок 5 – Выручка ПАО «Северсталь», млрд руб.¹

В чем причина подобных негативных последствий указанных сделок? Конечно, «Северстали» не повезло с макроэкономической конъюнктурой. Кризис сильно ударил по американской и европейской автопромышленности и значительно уменьшил спрос на продукцию приобретенных предприятий (три завода в США в 2009 г. пришлось остановить). Но, на наш взгляд, главной причиной этих неудач были определенные просчеты в определении результативности и эффективности таких сделок. В большей степени, как выяснилось, несоизмеримое увеличение полученных издержек с прибылью.

Во-первых, европейские, а в большей степени североамериканские активы приобретались по необоснованно завышенным ценам. Такие сделки являются весьма затратным путем развития для компаний (нормальной «премией» при них считается превышение покупной цены над среднерыночной на 30 – 50%). Не случайно в 50% этих сделок фирмам не удается получить запланированного результата, а 30% вообще оказываются убыточными. Специфика рассматриваемых сделок у «Северстали» заключалась в том, что «премии» по

¹ Составлено автором по [48]

ним доходили до 200%, а сами активы отягощались большими долгами и социальными обязательствами.

Во-вторых, менеджмент компании «Северсталь» переоценил свои возможности по реструктуризации и достижению безубыточности этих активов и грубо ошибся со временем проведения сделок (максимальные цены на активы имеют место в конце фазы циклического подъема).

Акционеры и представители менеджмента компании «Северсталь» сделали необходимые выводы из полученного опыта. Уже в 2009 г. был продан завод Allenport и четыре компании по обработке и дистрибуции в США. В первом квартале 2011 г. были закрыты сделки по продаже основной части убыточных активов (проданы заводы S. Sparrows Point, S. Warren и S. Wheeling в США, а контрольный пакет фирмы Lucchini за символическую сумму в 1 евро был продан основному акционеру компании — А. Мордашеву). Компания понесла убытки в сумме не менее 1,5 млрд долл. Только от продажи североамериканских активов (по оценкам, сумма затрат на приобретение трех проданных компаний составила порядка 2,7 млрд долл. при выручке от продажи в 1,2 млрд долл.). Однако эти действия позволили компании показать чистую прибыль уже в первом полугодии 2011 г.

Несмотря на понесенные убытки, «Северсталь» явно не отказалась от своих планов зарубежной экспансии, но теперь ее характер существенно изменился. Вместо ранее преобладавших проектов прямой вертикальной интеграции компания перешла к реализации политики обратной вертикальной интеграции, т. е. к приобретению активов в сфере добычи сырья и, главным образом, на условиях нового строительства. Примером реализации компанией этой новой стратегии может служить приобретение ею 25% крупного железорудного месторождения в Бразилии (покупка в 2011 г. 25 % акций бразильской компании SPG Minerasao за 49 млн долл. с опционом еще на 50%).

Данная сделка демонстрирует резкое изменение стратегии зарубежной экспансии – от приобретения низкомаржинальных сталелитейных мощностей в

развитых странах к добывающим проектам в развивающихся странах. При этом используется классический механизм «реальных опционов»: сначала малозатратный вход в проект, затем – его тщательное изучение и только в дальнейшем – принятие решения о возможной реализации.

Абсолютным лидером программы зарубежной экспансии среди компаний черной металлургии стала компания ООО «ЕвразХолдинг». Одна из крупнейших в мире вертикально интегрированных металлургических и горнодобывающих компаний с активами в России, на Украине, в Европе, США, Канаде и Южной Африке. Горнодобывающие подразделения компании на 100% обеспечивают ее потребности в железной руде и на 58% – в коксующихся углях. Численность занятых на предприятиях компании превысила 110 тыс. человек.

Компания имеет достаточно четкую отраслевую специализацию – производство продукции для развития инфраструктуры. Например, в России она обеспечивает 90% производства железнодорожных рельсов, 86% – балки, 56% – швеллеров и т.д. Предприятия компании «ЕВРАЗ Групп» в США и Канаде специализируются на производстве рельсов и труб. Они в меньшей степени пострадали в период кризиса, чем, например, североамериканские предприятия «Северстали» (основная специализация – прокат для автомобильной промышленности), в том числе из-за бурного роста потребителей – компаний по добычи сланцевого газа. Однако реализация программы зарубежной экспансии потребовала крупных заимствований. По величине задолженности компания является лидером среди российских фирм отрасли. Стратегия покупки за заемные средства низкомаржинальных активов в обрабатывающей промышленности развитых стран привела к падению ее прибыльности (по сравнению с конкурентами).

У компании «ЕвразХолдинг» самые низкие инвестиционные рейтинги из компаний «большой пятерки», самая высокая стоимость обслуживания долга и самые низкие темпы роста курса акций в 2010 г.

Не будем утверждать, что стратегия развития компании менее оптимальна, но и игнорировать данные различия в показателях деятельности было бы неправильно. В отличие от группы лидеров в области приобретения зарубежных активов в 2005–2010 гг. (компании «Северсталь» и «ЕвразХолдинг») такие фирмы, как ПАО «Новолипецкий металлургический комбинат» и ПАО «Магнитогорский металлургический комбинат»;, проводили более консервативную политику, больше инвестировали в развитие своих мощностей в России.

Важной составляющей «ЕвразХолдинг» является «ЕВРАЗ НТМК». Нижнетагильский металлургический комбинат является одним из крупнейших в России металлургических комбинатов с полным производственным циклом, включающим коксохимическое, доменное и конвертерное производства и ряд сталепрокатных цехов [58]. На рисунке 6 можно увидеть финансовые результаты деятельности «ЕВРАЗ НТМК» за период с 2010 по 2019 гг.

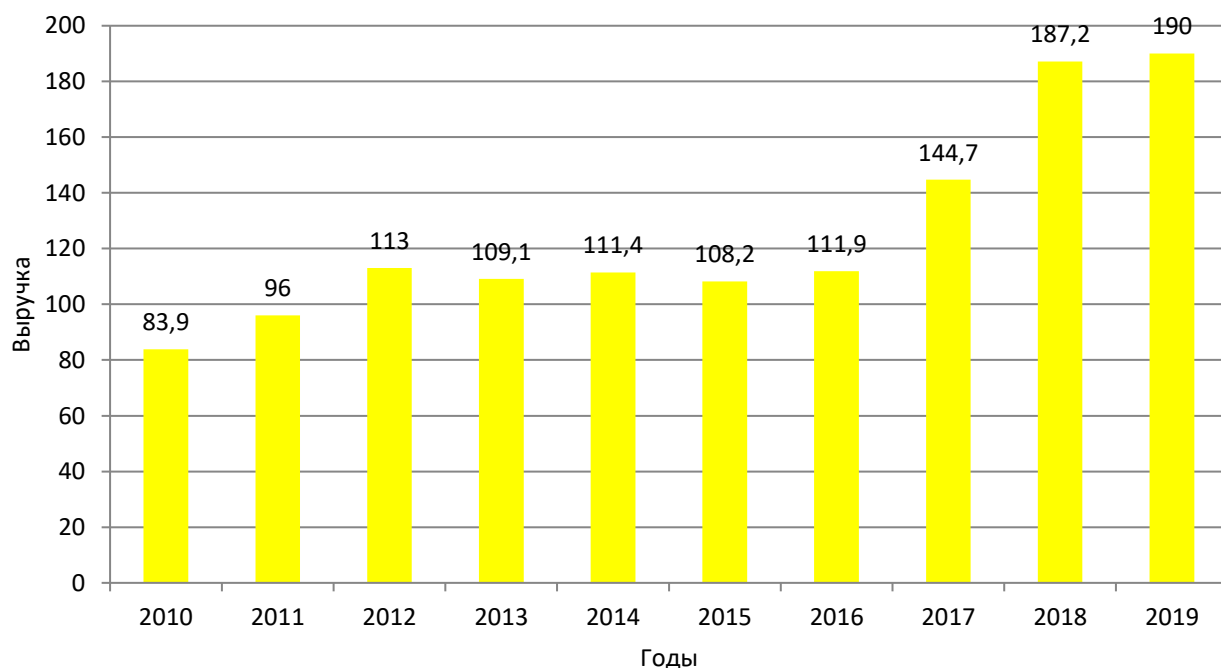


Рисунок 6 – Выручка «ЕВРАЗ НТМК», млрд руб.²

ПАО «Новолипецкий металлургический комбинат» – лидирующий международный производитель высококачественной стальной продукции с

² Составлено автором по [55]

вертикально-интегрированной моделью бизнеса. Добыча сырья и производство стали сосредоточены в регионах в низкими затратами, изготовление готовой продукции осуществляется в непосредственной близости от основных потребителей в России, Северной Америке и странах ЕС [59].

В силу самообеспеченности в основных сырьевых материалах, энергии и высокой технологической оснащенности ПАО «Новолипецкий металлургический комбинат» входит в число самых эффективных и прибыльных производителей стали в мире. Компания имеет диверсифицированный продуктовый портфель, обеспечивающий лидерство на локальных рынках и высокую эффективность продаж. Используя преимущества гибкой производственной цепочки, сбалансированного продуктового ряда, эффективной системы сбыта и обширной географии продаж, Компания обладает возможностью своевременно реагировать на постоянно изменяющиеся рыночные условия [59].

Низкие затраты производства стали ее основным конкурентным преимуществом. На наш взгляд, компания реализует очень правильную стратегию развития, всемерно инвестируя свои ресурсы в закрепление этого преимущества. Будучи преимущественно экспортером своей продукции (доля отгрузок комбината на внутренний рынок – 30% – является самой низкой в отрасли), компания заинтересована в приобретении предприятий финишного передела на своих основных рынках сбыта (Европа и США). Но, в отличие от своих более агрессивных конкурентов, проводит более осторожную и сбалансированную политику приобретения зарубежных активов. Например, в августе 2008 г. она подписала договор на приобретение американской компании John Maneele Co (11 заводов в США и Канаде, производство более 3 млн тонн труб) за 3,53 млрд долл. Однако, столкнувшись с ухудшением мировой конъюнктуры, предпочла в октябре 2008 г. расторгнуть данную сделку, заплатив 234 млн долл. компенсации что и отражает падение выручки на рисунке 7.

Примером более осторожной и поэтапной стратегии компании в приобретении прокатных активов за рубежом является ее сделка с итальянской компанией Dufenco.

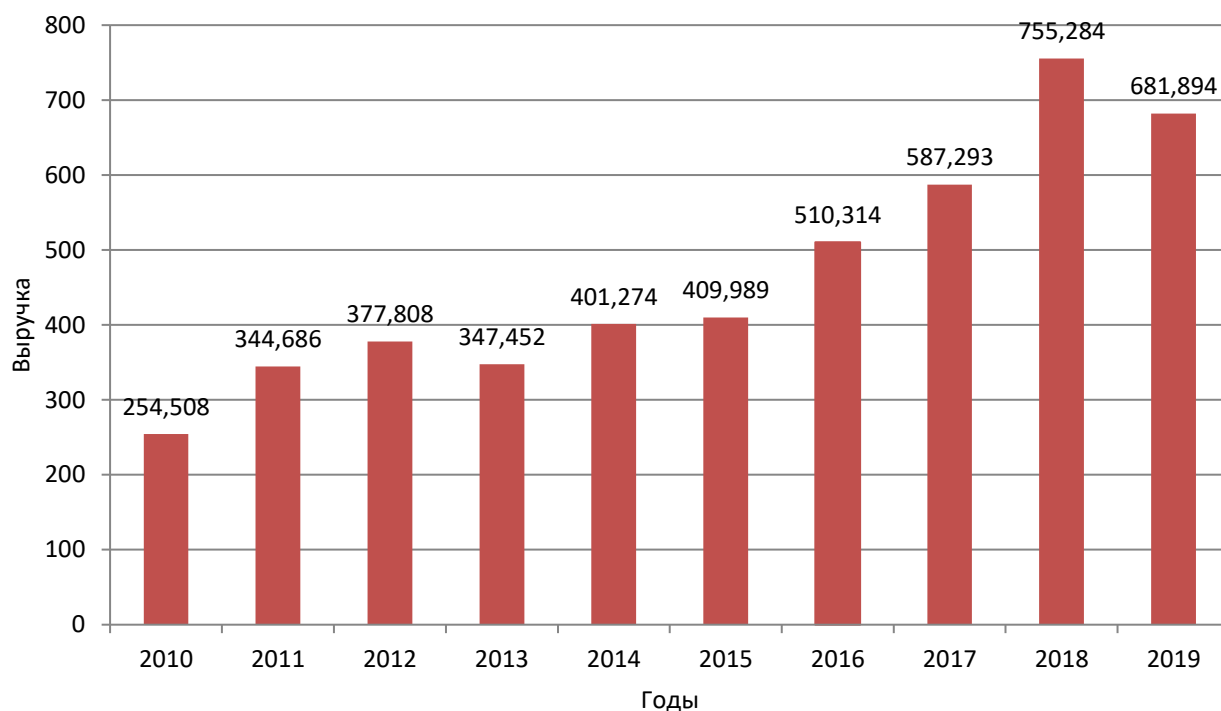


Рисунок 7 – Выручка ПАО «НЛМК», млрд руб. ³

Сначала в ноябре 2006 г. с компанией было подписано соглашение о партнерстве и создано совместное предприятие SIF (зарегистрировано в Люксембурге с равными долями партнеров 50 на 50). Компания ПАО «НЛМК» оплатила свою долю деньгами (805 млн долл.). Dufenco внесла в совместное предприятие шесть сталепрокатных производств во Франции, Бельгии, Италии и США, а также девять сервисных металлоцентров. Далее фирмы осуществили совместную инвестиционную программу объемом в 400 млн долл., и, наконец, в апреле 2011 г. был подписан договор о выкупе НЛМК 100%. Таким образом, процесс «узнавания и освоения» активов растянулся почти на пять лет. Сделка была проведена по ценам, близким к среднерыночным.

Большую часть новых мощностей компания вводит на территории России (пуск в 2010 г. прокатного стана в Березовском мощностью в 1 млн тонн,

³ Составлено автором по [50]

строительство завода в Калуге на 1,5 млн тонн и т. д.). Весьма активно модернизируются мощности компании на ее основной производственной площадке в городе Липецке.

ПАО «Магнитогорский металлургический комбинат» входит в число крупнейших мировых производителей стали и занимает лидирующие позиции среди предприятий черной металлургии России. Активы компании в России представляют собой крупный металлургический комплекс с полным производственным циклом, начиная с подготовки железорудного сырья и заканчивая глубокой переработкой черных металлов [60]. ПАО «Магнитогорский металлургический комбинат» отличался от других рассматриваемых компаний наихудшими стартовыми условиями с точки зрения как обеспеченности собственным сырьем, так и степени изношенности установленного оборудования. Продуманная стратегия развития компании, особенно в течение последних пяти лет, позволила решить большую часть проблем, сделала компанию одним из лидеров отрасли.

Компания в качестве своих стратегических целей провозглашает сохранение долговременной конкурентоспособности на рынке металлопроката, достижение самообеспеченности сырьем, лидерства в области внедрения новых технологий и повышения эффективности производства.

Следует отметить, что заявленные цели не являются дежурной декларацией, а последовательно реализуются менеджментом компании.

Основные инвестиции компании за эти годы направлялись либо на покупку добывающих активов в России, либо на модернизацию своих сталепрокатных мощностей.

Основным успехом первого направления стало приобретение контрольного пакета акций крупной российской угольной компании «Белон» (покупка 41,3% акций в 2008 г. с доведением пакета до 82,6 % в 2009 г.). В состав компании входят четыре шахты, разрез, две обогатительные фабрики. Она почти

полностью обеспечила потребности компании «Магнитогорский металлургический комбинат» в коксующихся углях.

Особый интерес представляет то, как компания ПАО «ММК» использовала вновь приобретенный актив. Во-первых, она перекредитовала практически все долги компании «Белон» за счет выпуска своих облигаций, а во-вторых, продала бизнес по добыче энергетических углей (шахта «Листвяжная»). Последний приносил до 35% выручки «Белона», но снижал общую маржинальность бизнеса (рентабельность продажи коксующихся углей – 50%, энергетических – 10%) [62]. Вырученные средства были направлены на расширение добычи коксующихся углей.

«Магнитогорский металлургический комбинат» делает основную ставку на обеспечение потребителей стали на внутреннем российском рынке (у нее самая высокая доля продаж на внутреннем рынке из всех российских металлопроизводителей – 69% в 2010 г.). Для вытеснения конкурентов на этом рынке сделан упор на применение самого современного оборудования высокого качества металлопроката и привлекательных цен. Такую стратегию можно охарактеризовать как весьма продуманную и успешную.

Упор на внутренний рынок не означает отказа от зарубежной экспансии. Но и здесь ее политику можно признать близкой к образцовой. Вместо приобретения низкомаржинальных обрабатывающих активов в развитых странах она реализовала эффективный инвестиционный проект в Турции. Сначала в рамках стратегического партнёрства с турецкой компанией Atakas (старт проекта в 2007 г., доля «Магнитогорского металлургического комбината» — 50% + 1 акция) был построен самый современный в Турции завод металлопроката (в г. Искандерун) и два металлосервисных центра (в Искандеруне и Стамбуле). В марте 2011 г. компания «ММК» выкупила у турецкой стороны ее долю за 485 млн долл. при общих инвестициях в проект в 2,1 млрд долл. В результате реализации этого проекта компания получила один из самых современных металлургических заводов на Ближнем Востоке

(быстроразвивающийся рынок металлопродукции) по нормальным рыночным ценам.

Подводя итог можно сказать, что стратегия развития компании была весьма разумной, сбалансированной и эффективной. Компания не имела убытков в кризисные годы (в отличие от компаний ООО «ЕвразХолдинг» и «Северсталь»), улучшила ситуацию с самообеспечением сырьем, хотя, и не на 100%, значительно модернизировать свои мощности с применением самого современного оборудования, реализовать ряд эффективных инвестиционных проектов за рубежом. При этом компания не допустила драматического роста своей внешней задолженности, имеет хороший инвестиционный рейтинг, превосходит большую часть своих зарубежных конкурентов по показателям эффективности. На наш взгляд, это говорит о выверенной стратегии эффективного использования масштаба предприятия, о чём свидетельствует рост выручки с 2010 по 2018 гг. с небольшим падением в 2013 г. на рисунке 8.

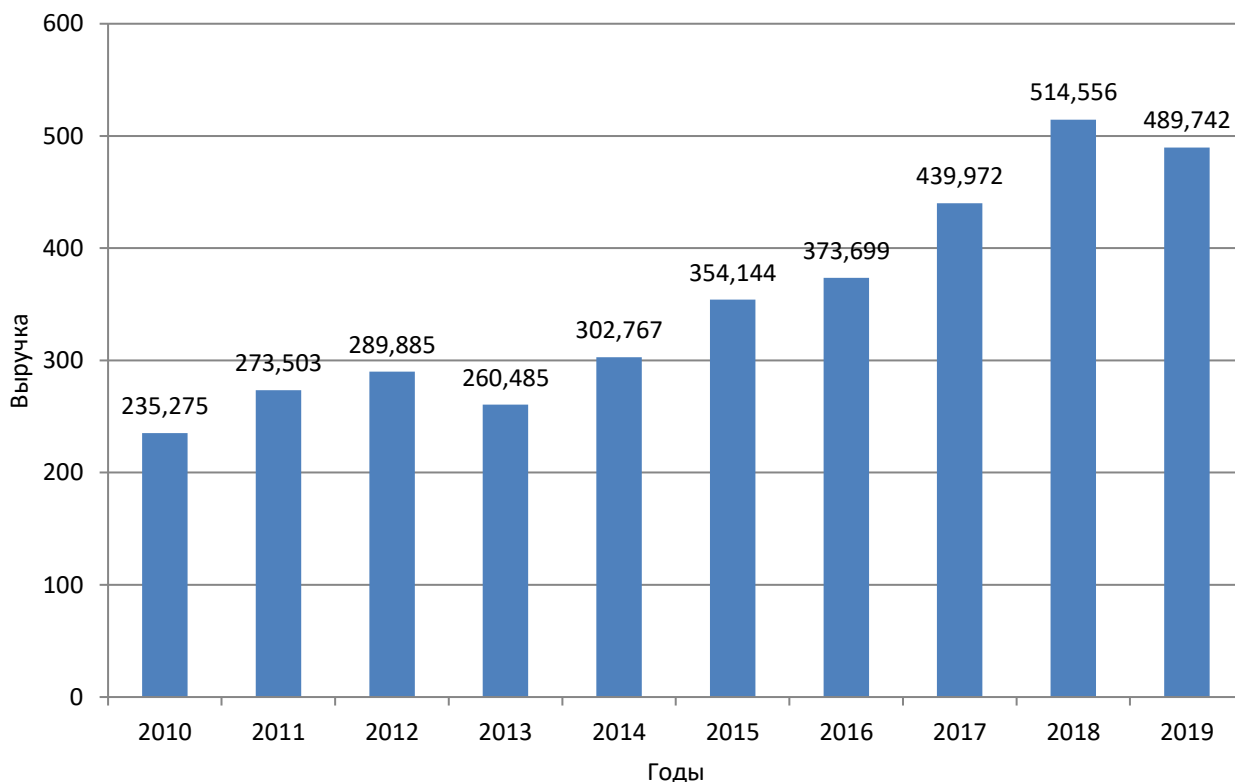


Рисунок 8 – Выручка ПАО «ММК», млн руб. 4

4 Составлено автором по [52]

В структуре совокупной прибыли всех без исключения компаний черной металлургии доля добывающего сегмента значительно превосходит его долю в выручке компании. Это подталкивает фирмы отрасли к борьбе за самообеспечение сырьем или даже к его экспорту как преобладающему виду деятельности. Более того, рентабельность производства проката в России значительно выше, чем в Европе и Северной Америке, и приобретение прокатных активов в этих регионах почти всегда влечет за собой сокращение общей маржинальности деятельности компаний. Например, компания ПАО «Новолипецкий металлургический комбинат» выкупила остававшуюся 50%-ю долю в совместном предприятии SIF (Steel Invest & Finance S.A.) у ее западноевропейского партнера компании Dufenco. Договор о выкупе был подписан 25 апреля 2011 г. Компания начала демонстрировать финансовые результаты деятельности фирмы SIF в своей консолидированной отчетности, начиная с третьего квартала 2011 г. Это неизбежно приведет к снижению общей прибыльности производства. Компания известна как национальный и один из мировых лидеров в области рентабельности работы. Однако маржа в деятельности компании SIF никогда не превышала 10% (например, в первом квартале 2011 г. она составляла всего 1%). Консолидация отчетности SIF приведет к снижению общей маржинальности операций ПАО «Новолипецкий металлургический комбинат», притом, что за данный актив было уплачено 2,5 млрд долл.

Почему российские компании черной металлургии жертвуют своей нормой прибыли ради приобретения перерабатывающих активов за рубежом? На наш взгляд, мотивом их деятельности является прямая вертикальная интеграция, обеспечивающая гарантированный выход на конечных потребителей металлопродукции в США и странах ЕС. Это снижает общие риски их деятельности и привлекает акционеров и менеджмент компании в большей степени, чем возможность иметь более высокие показатели отдачи на капитал при более узкой специализации.

Сравнение эффективности деятельности «Магнитогорского металлургического комбината», «Новолипецкого металлургического комбината», «НТМК» и «Северстали» в период с 2010 по 2019 можно увидеть на рисунке 6 и рисунке 7.

Первая группа компаний осуществила в период с 2005 по 2010 г. крупную программу приобретения зарубежных активов, главным образом сталепрокатных мощностей, в Европе и Северной Америке. Результатом этих сделок стали чистые убытки рассматриваемых компаний в 2009 – 2010 гг., падение общей маржинальности их деятельности, снижение инвестиционных рейтингов и ряд других негативных последствий.

Сделки этих компаний финансировались по смешанной схеме, но со значительным использованием заемных средств. В результате их задолженность достигла критических величин в период экономического кризиса 2008–2009 гг., несколько снизившись лишь в более благоприятном 2010 г. (до 7,8 млрд долл. – у «НТМК» и 6,1 млрд долл. – у ПАО «Северстали»). Приобретенные активы оказались низкомаржинальными, что снизило общую эффективность деятельности компаний. Падение их инвестиционных рейтингов имело следствием удорожание обслуживания накопленной задолженности.

Компании ПАО «НЛМК» и ПАО «ММК» в рассматриваемый период сосредоточились на наращивании мощностей в России (наиболее эффективный сегмент их деятельности), их обновлении и модернизации, а также на решении проблемы роста самообеспеченности сырьем. При этом они либо преимущественно финансировали свои программы капиталовложений за собственный счет (ПАО «НЛМК»), либо не допустили критического роста задолженности (ПАО «ММК»). В результате компании имели прибыль от деятельности и в кризисные годы, более высокие показатели рентабельности по сравнению с компаниями предыдущей группы, более высокие инвестиционные рейтинги и т. д.

Сравнение эффективности и полученных результатов реализации двух указанных альтернативных курсов явно свидетельствует в пользу второй модели. Компании «ЕвразХолдинг» удалось увеличить присутствие за рубежом, но за счет снижения общей маржинальности своих операций, существенного увеличения величины долговой нагрузки и стоимости ее обслуживания.

В 2009 г. компания имела операционные убытки. Компания ПАО «Северсталь» вообще была вынуждена продать большую часть приобретенных активов с существенными для себя убытками и показала операционные убытки в 2009 и 2010 гг.

Компания ПАО «ММК» за этот период добилась существенного прогресса в решении своей основной проблемы — обеспечила себя собственным сырьем (покупка компании «Белон»), значительно расширила и модернизировала мощности в России (прокатные станы «2000» и «5000»), реализовала очень интересный и конкурентоспособный проект строительства металлургического завода в Турции. При этом величина задолженности (3,528 млрд долл. в 2010 г.) и величина коэффициента долговой нагрузки остались на абсолютно приемлемых уровнях. Таким образом, рост долговой нагрузки допустим при инвестировании привлеченных средств в активы и компетенции, составляющие основу конкурентоспособности компании, при этом он вряд ли оправдан в том случае, если сопровождается общим падением показателей рентабельности и инвестиционных рейтингов компаний [61].

2.2.2 КОМПАНИИ ЦВЕТНОЙ МЕТАЛЛУРГИИ

В России действуют как минимум две компании мирового класса в отрасли производства цветных металлов – ПАО «ГМК «Норильский никель»; и «РУСАЛ». Обе фирмы имеют лидирующие позиции в мире в производстве никеля и алюминия соответственно.

ПАО «ГМК «Норильский никель» занимает первое место в мире в области производства никеля (297 тыс. тонн – 22% мирового производства) и палладия

(81,11 тонн – 38% мирового производства), а также является одним из ведущих производителей меди (389 тыс. тонн – 3% мирового производства), платины (почти 20 тонн – 4-й в мире производитель, 9% мирового производства), кобальта, хрома, серебра, золота и целого ряда редкоземельных металлов. Она владеет активами в России, Финляндии, Ботсване, ЮАР и Австралии. На рисунке 9 представлена выручка компании в период с 2010 по 2019 гг.

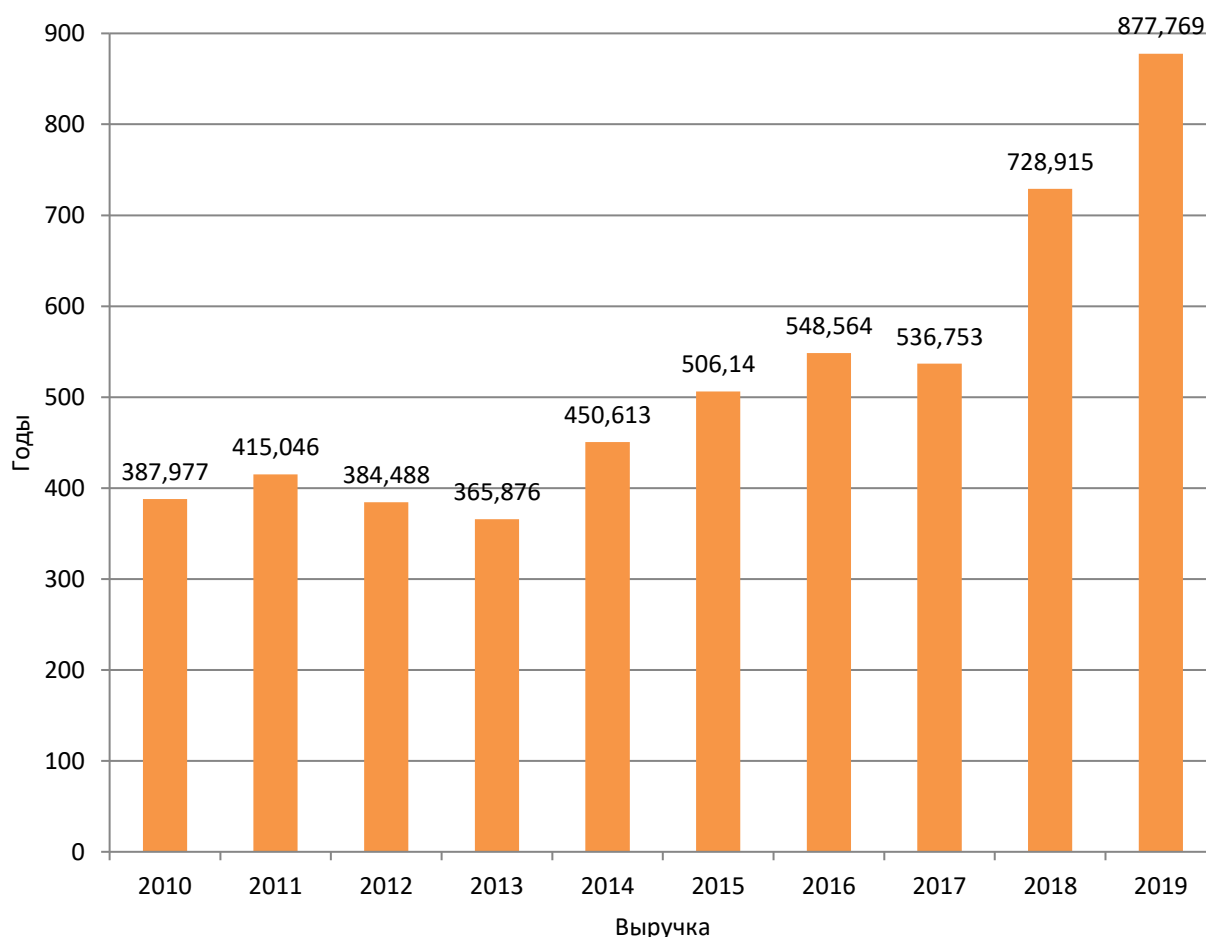


Рисунок 9 – Выручка ПАО «ГМК «Норильский никель», млрд руб. ⁵

Компания располагает самой уникальной в мире минерально-сырьевой базой по своей группе металлов, полностью обеспечивает себя сырьем, и поэтому проблемы обратной вертикальной интеграции для нее не так актуальны, как для российских компаний черной металлургии. Мощности по выплавке металлов сбалансированы с сырьевой базой. Все переделы отличаются одними из самых низких в отрасли издержками. Продукция компании

⁵ Составлено автором по [53]

высокомаржинальна, валовая прибыль составляет 53%. Приобретение активов за рубежом по своей структуре скорее преследует цель наращивания объемов производства и доли на мировом рынке. Не все зарубежные проекты компании оказались эффективными. Так, ее крупнейшее приобретение в Австралии и Южной Африке (компания LionOre – 2007 г.) принесло компании крупные убытки. В период кризиса все производства в Австралии пришлось остановить. Технология добычи компании LionOre – гидрометаллургическая технология окисления мелкоизмельченного сульфидного сырья под низким давлением Activox, на которую возлагались большие надежды, – оказалась не пригодной к российским условиям.

По нашему мнению, компания осознала низкокзатратное производство в России на основе уникальной минерально-сырьевой базы как свое главное конкурентное преимущество и сосредоточила внимание на его закреплении и развитии.

Большой интерес представляет изучение стратегии развития и особенностей ее реализации у компании «РУСАЛ». Компания является лидером мировой алюминиевой отрасли. В 2010 г. она произвела 4,08 млн тонн алюминия и 7,8 млн тонн глинозема, что вкуче составляет 10% мирового производства. Фирма имеет активы в 19 странах на пяти континентах (72 тыс. занятых). В состав компании «РУСАЛ» входят 16 заводов по выплавке алюминия, 13 предприятий по производству глинозема, 8 рудников по добыче бокситов, 3 предприятия по производству металлических порошков, 3 – кремния, 3 – вторичного алюминия, 3 фольгопрокатных завода и целый ряд других активов.

Классической является стратегия компании по созданию самообеспеченного горнометаллургического вертикально интегрированного холдинга. Ее главным конкурентным преимуществом выступает низкая себестоимость продукции в силу наличия собственной дешевой электроэнергии (в 2010 г. – 0,0192 долл. за киловатт-час по сравнению 0,0376 долл. за киловатт-час в среднем в мире). Это делает компанию самой высокоприбыльной в отрасли

(показатель Profit margin в 2010 г. – 19,6% против 4,56% у главного конкурента компании – американской компании Alcoa). На рисунке 10 представлена выручка компании в период с 2010 по 2019 гг.

Главной проблемой развития компании в первое десятилетие текущего столетия являлось ее высокая долговая нагрузка. В 2009 г. она достигала 13,633 млрд долл. Основной причиной образования такой задолженности стало приобретение в 2008 г. блокирующего пакета акций компании «Норильский никель». В начале экономического кризиса 2008–2009 гг. существовала реальная угроза перехода контроля над компанией в руки иностранных кредиторов. Однако компании «РУСАЛ», в том числе с помощью российских государственных банков, удалось перекредитовать свою задолженность в самый сложный период кризиса.

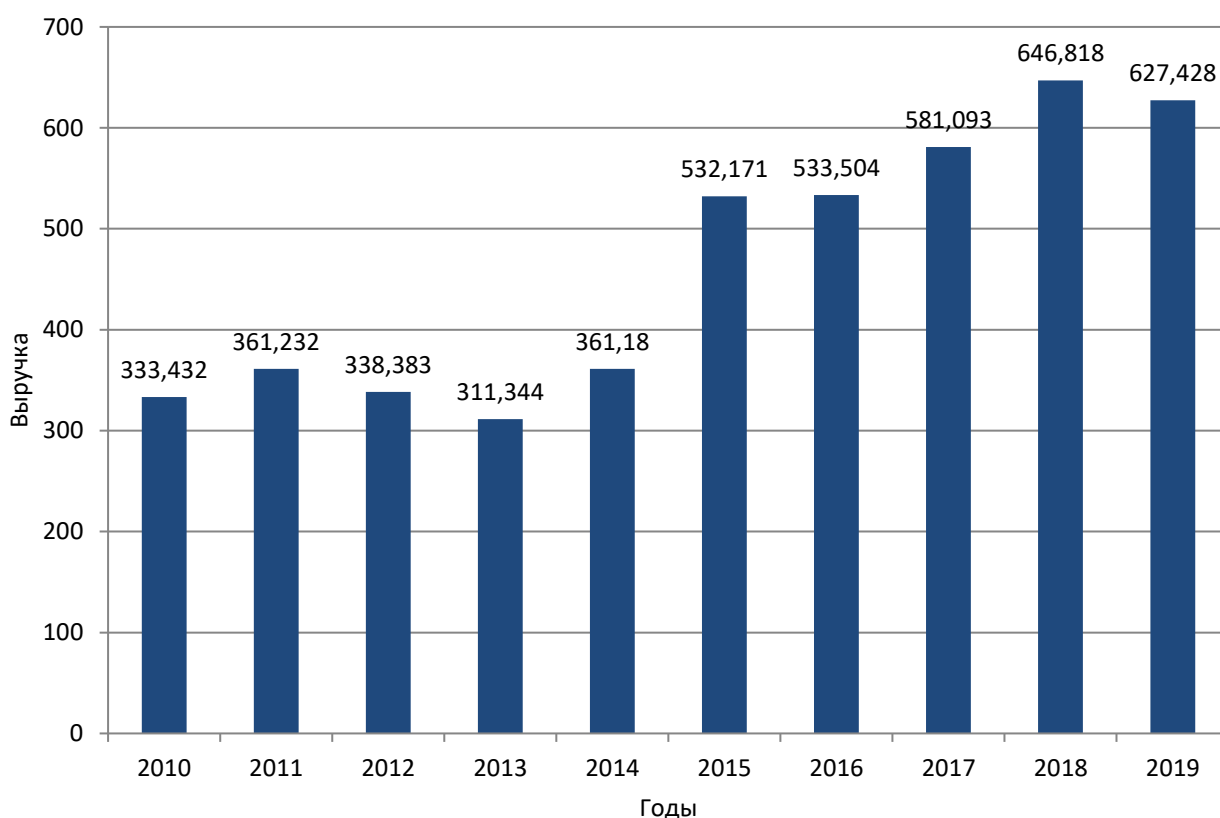


Рисунок 10 – Выручка «РУСАЛа», млрд руб. 6

6 Составлено автором по [54]

Ситуация с задолженностью компании «РУСАЛ» делает актуальным обсуждение проблемы относительной эффективности развития российских компаний за счет собственных и заемных средств, допустимого и целесообразного уровня долговой нагрузки с точки зрения эффективности реализации их стратегических программ.

На диаграммах рисунков 11, 12 и 13 сравнивается выручка, чистая прибыль и EBITDA всех рассмотренных предприятий в период с 2010 по 2019 гг.

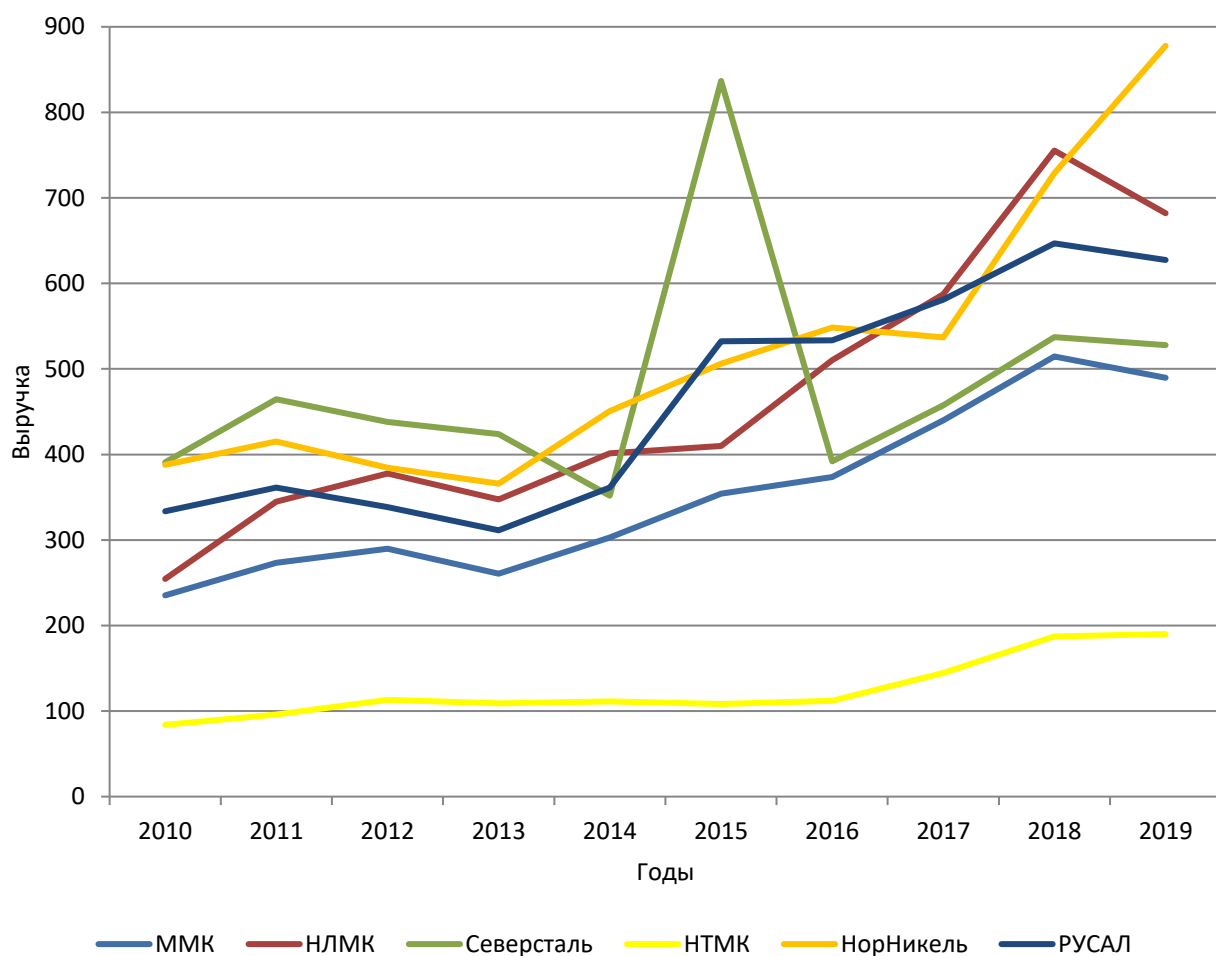


Рисунок 11 – Выручка, млрд руб.⁷

⁷ Составлено автором по [48], [50], [52], [52], [53], [54], [55]

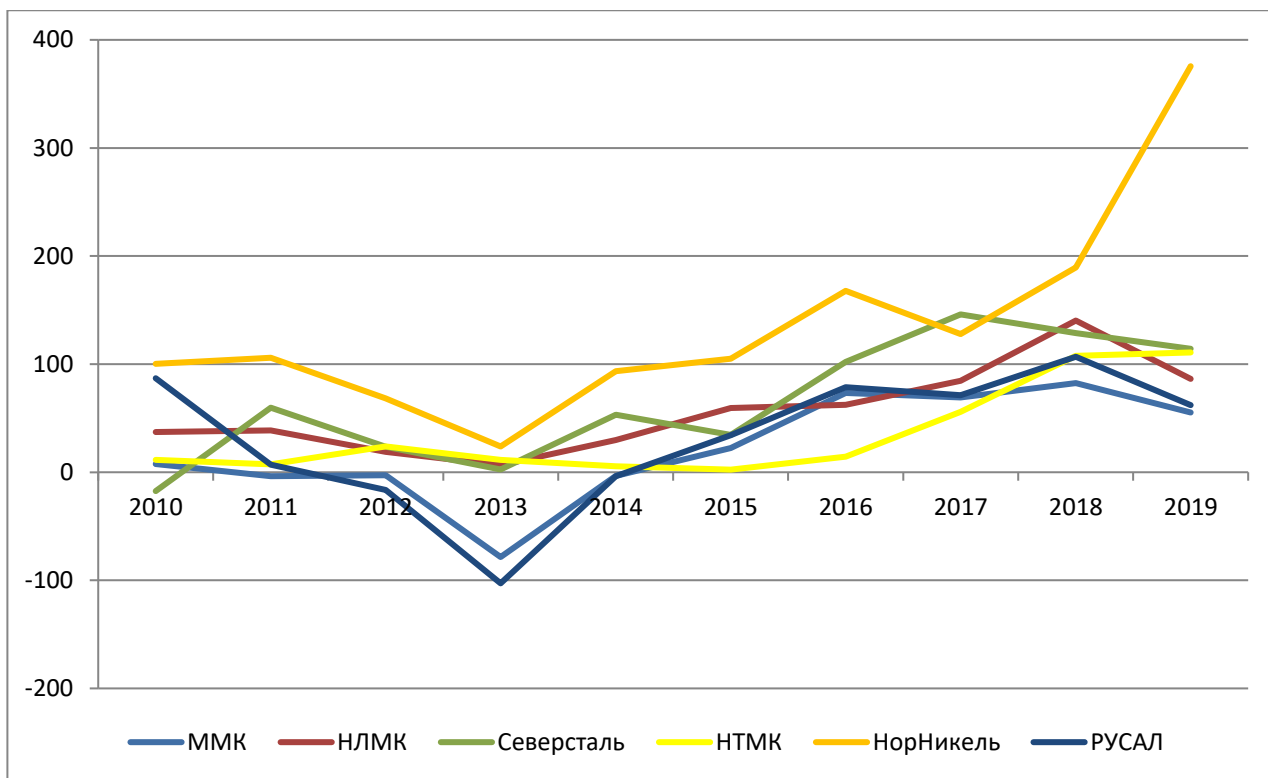


Рисунок 12 – Чистая прибыль, млрд руб.⁸

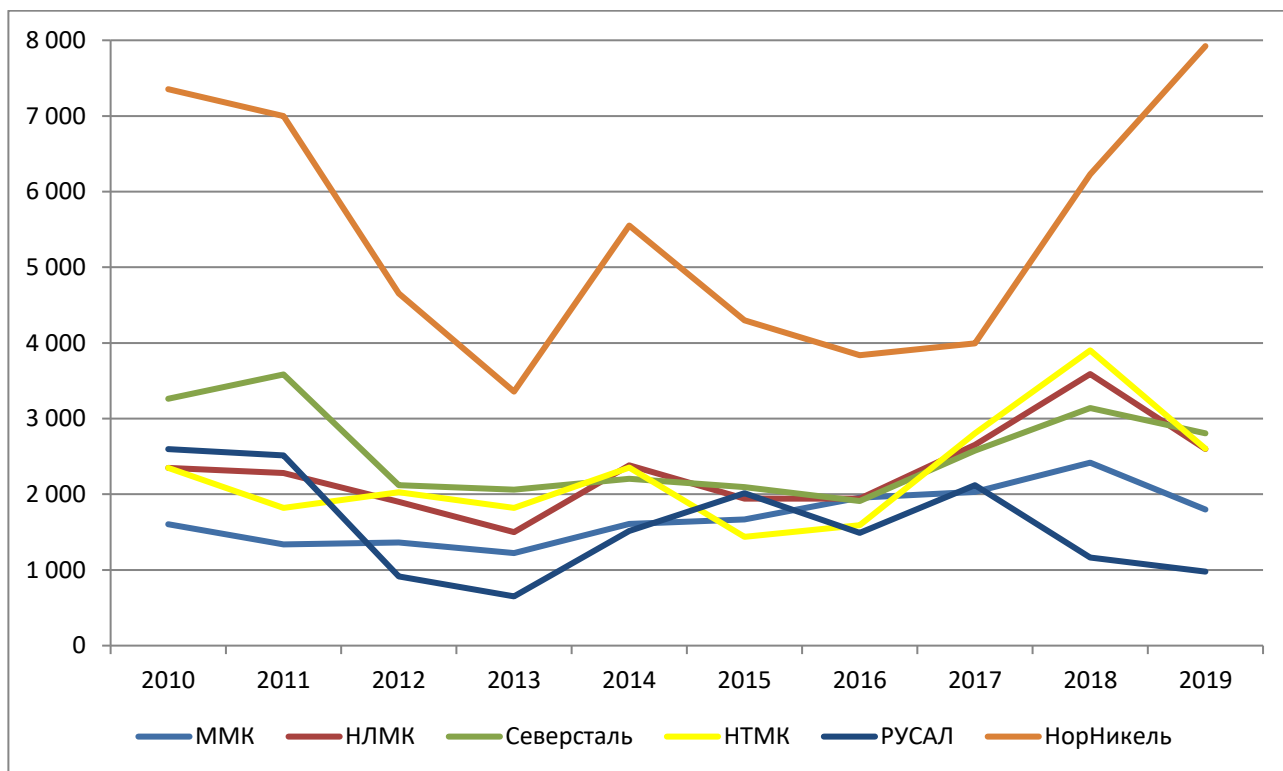


Рисунок 13 – EBITDA, млн долл.⁹

⁸ Составлено автором по [48], [50], [52], [52], [53], [54], [55]

⁹ Составлено автором по [48], [50], [52], [52], [53], [54], [55]

2.2.3 ВЫВОДЫ

Мы рассмотрели примеры изменения масштаба иностранных и отечественных предприятий. На наш взгляд, предприятия применяли однотипную модель изменения масштаба – слияние и поглощение, что на наш взгляд, не является панацеей. Мы видим примеры, когда поглощённые предприятия начинали приносить колоссальные убытки всему объединению, не учитывая вложенных в покупку эти предприятий денег, далёких от реальной рыночной стоимости. В итоге, убыточные структуры продавались за стоимость ниже рыночной. Но и так же видим, что удачно вложившись можно избавиться от издержек, тем самым увеличить эффективность своей деятельности.

Хочется отметить, что приведённые примеры действий предприятий чёрной и цветной металлургии были «обычным делом» в те годы. Пытаясь занять как можно больший объём в набирающей обороты нише и иметь под контролем всю технологическую цепочку от изысканий месторождений до реализации готовой продукции, предприятия увеличивались, порой, непропорционально своей готовности.

На наш взгляд, прибегая к принципу аутсорсинга в некоторых сферах своей деятельности, предприятия не получали бы возникающих проблем.

В целом, предприятию требуется проводить глубокий анализ и детальную проработку дальнейшего развития при приёме решений изменения масштаба.

3 МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ РЕГУЛИРОВАНИЯ МАСШТАБА ПРЕДПРИЯТИЯ С ЦЕЛЬЮ ПОВЫШЕНИЯ ЕГО ФИНАНСОВО- ЭКОНОМИЧЕСКОЙ РЕЗУЛЬТАТИВНОСТИ

3.1 РАЗРАБОТКА МЕТОДИЧЕСКИХ РЕКОМЕНДАЦИЙ ПО РЕГУЛИРОВАНИЮ МАСШТАБА ПРЕДПРИЯТИЯ

Как основу методических рекомендаций по определению границ масштаба предприятия для его эффективной деятельности используем теорию средних издержек в долгосрочном периоде.

В частности, проблема средних издержек в долгосрочном периоде сводится к выбору количества и комбинации ресурсов, обеспечивающих производство продукции с минимальными затратами, то есть к выбору оптимального размера предприятия. Оптимальным является такой размер предприятия, при котором достигается минимум долгосрочных средних издержек.

Экономический рост измеряется темпами роста или прироста этих показателей за определенный период времени – отношение показателей в конце и в начале периода или отношение прироста показателя к его начальному значению.

Производственная функция – это зависимость между набором факторов производства и максимально возможным объемом продукта, производимым с помощью данного набора факторов. Производственная функция всегда конкретна, т.е. предназначается для данной технологии. Новая технология – новая производительная функция. С помощью производственной функции определяется минимальное количество затрат, необходимых для производства данного объема продукта.

Первый успешный опыт построения производственной функции, как уравнения регрессии на базе статистических данных и, безусловно, самая известная производственная функция носит название по именам ее авторов –

американского ученого - математика Ч. Кобба и экономиста П. Дугласа в 1928 году.

Функция имеет вид:

$$Y = AK^{\alpha}L^{\beta}M^{\gamma} \quad (1)$$

где Y – объем производства,

K – капитал,

L – труд,

M – материальные затраты,

A – коэффициент пропорциональности, учитывающий влияние факторов, не вошедших в это уравнение (его конкретные числовые значения определяются на основе статистических данных с помощью корреляционных методов),

α , β и γ – коэффициенты эластичности объема производства по затратам труда, капитала и материальных затрат.

После публикации результатов, полученных Коббом и Дугласом, а главное – их интерпретации появилось огромное количество математических работ в области производственных функций. Вводились новые переменные, и им переписывались усредненные за много лет степенные коэффициенты. Экономисты были весьма благосклонны по отношению к производственной функции Кобба – Дугласа, поскольку она дает простые решения для многих экономических проблем.

Производственные функции, независимо от того, какой вид производства ими выражается, обладают следующими общими свойствами:

1) Увеличение объема производства за счет роста затрат только по одному ресурсу имеет предел (нельзя нанимать много рабочих в одно помещение – не у всех будут места).

2) Факторы производства могут быть взаимодополняемы (рабочие и инструменты) и взаимозаменяемы (автоматизация производства).

Применим трёхфакторную модель производственной функции Кобба – Дугласа в нашей работе для анализа отдачи от использования следующих производственных факторов:

- выручка;
- численность;
- капитал;
- материальные затраты на производство.

В открытых источниках такой фактор, как материальные затраты на производство найти невозможно, поэтому будем считать отдачу от двух основных производственных факторов:

- выручка;
- численность;
- капитал.

В данной главе будет описан методический подход принятия решения о целесообразности изменения масштаба предприятия. Он направлен на определение оптимальных экономических показателей промышленного предприятия для повышения его эффективности.

Для расчёта отдачи от капитала используем формулу (2):

$$От_K = \frac{Q_{\Pi}}{K_{\Pi}}, \quad (2)$$

где Q_{Π} – Выручка предприятия,

K_{Π} – Капитал предприятия

а для расчёта отдачи от численности используем формулу (3):

$$От_{\text{ч}} = \frac{Q_{\Pi}}{СС\text{ч}_{\Pi}}, \quad (3)$$

где Q_{Π} – Выручка предприятия,

ССЧ_п – Среднесписочная численность работников предприятия

При анализе будем руководствоваться следующими правилами для определения границ предприятия:

- а) Если отдача растёт, то предприятие находится в стадии роста и о сокращении масштаба нецелесообразно.
- б) Если снижается, то эффективность использования факторов снижается и наращивать масштабы предприятия смысла нет.

На наш взгляд, разработанный методический подход поможет в принятии решения о изменении масштаба уже существующих предприятий с целью увеличения эффективности своей деятельности.

Методический подход представлен в виде блок-схемы на рисунках 14 и 15.

Данный методический подход позволяет руководителям осуществлять мониторинг внутренней среды предприятия для влияния на эффективность, поддержания конкурентных преимуществ и возможности определения слабых и сильных сторон.

Помимо этого, развитию предприятия способствует перераспределение инвестиционных ресурсов по направлениям, которые обеспечивают максимальную эффективность деятельности. Однако, рассмотрение экономического развития с точки зрения повышения эффективности имеет несколько направлений, так как повышать эффективность можно как увеличивая результативность, так и снижая уровень ресурсов, используемых при сохранении результатов, а также сочетая данные процессы. Разработанный нами методический подход позволяет выявлять значимость ресурсов.

При увеличении масштаба путём слияния или поглощения данный методический подход позволяет руководителям оценить эффективность деятельности как присоединяемого предприятия, так и образующегося предприятия.

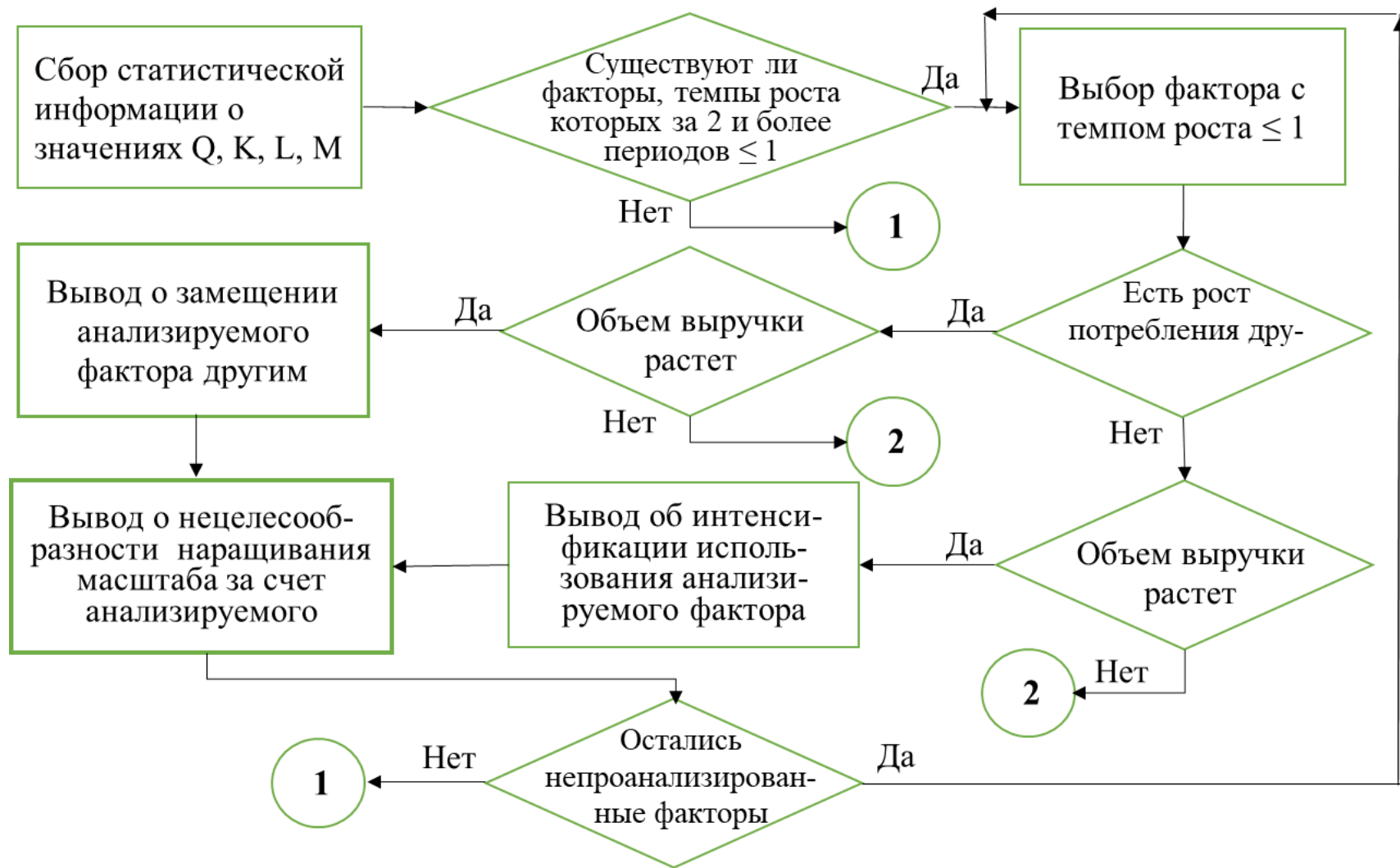


Рисунок 14 – Алгоритм реализации методического подхода к регулированию масштаба предприятия лист 1

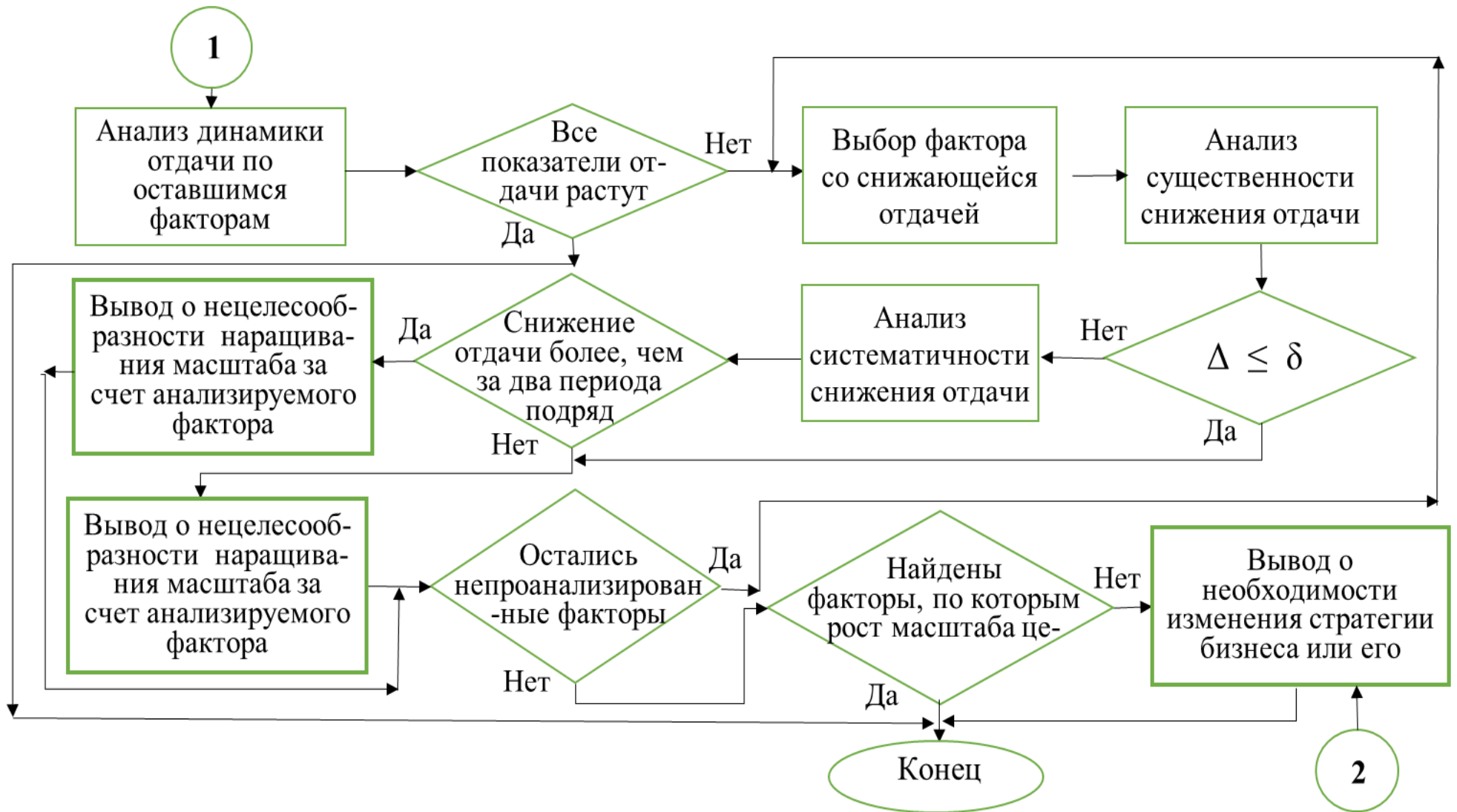


Рисунок 15 – Алгоритм реализации методического подхода к регулированию масштаба предприятия лист 2

При реструктуризации предприятия путём выделения из своего состава производственных или обеспечивающих частей мы можем оценить и сравнить эффективность деятельности получившегося.

Данные рекомендации могут быть использованы разными агентами на рынке.

Собственник, сравнивая результаты данного методического подхода через равные промежутки времени, может определять, насколько эффективно используются инвестиции. Полученную информацию могут использовать руководители предприятия для отслеживания результативность принятых решений и выбранного направления развития. А потенциальный покупатель проводя анализ может делать выводы о целесообразности приобретения данного предприятия и возможности получения прибыли.

Несомненное преимущество данного методического подхода заключается в использовании данных и материалов, собранных из открытых источников. Основным является годовой отчёт предприятия. Стоит сразу оговориться, что в расчёт мы берём акционерные общества, которые согласно пункту 1 главы 70 [64] обязаны раскрывать информацию в форме годового отчета.

Методический подход состоит из следующих этапов:

- сбор информации;
- расчёт показателей отдачи от производственных факторов;
- поиск и анализ зависимостей показателей отдачи, которые меньше или равны 1;
- поиск и анализ зависимостей по остальным показателям отдачи и поиск решения о целесообразности изменения масштаба предприятия.

Детальнее рассмотрим каждый этап.

Первый этап, как говорилось ранее, осуществляется заинтересованной в анализе стороной посредством сбора производственных факторов, предварительно оценив их значимость и возможность получения данных.

Предпочтение для получения данных отдаётся годовым финансовым и бухгалтерским отчётам и информации, взятой у первоисточников.

На втором этапе происходит расчёт и анализ темпа роста факторов. Этот этап реализуется для определения производственных факторов со снижающимся темпом роста и отрицательным влиянием на эффективность предприятия.

Третий этап реализуется по формулам 2 и 3 и заключается в расчёте показателей отдачи.

На четвёртом этапе происходит исследование взаимосвязи исследуемого фактора производства и:

- роста потребления другого производственного фактора;
- роста потребления объёма выручки.

Пятый этап отвечает на вопросы связанные с определением количества увеличивающихся показателей вместе с исследуемым фактором или определения существенности снижения отдачи. Результатом четвёртого этапа является определение целесообразности изменения масштаба предприятия.

3.2 АПРОБАЦИЯ МЕТОДИЧЕСКОГО ПОДХОДА К РЕГУЛИРОВАНИЮ МАСШТАБА ПРЕДПРИЯТИЯ

Для апробации разработанного методического проведём анализ крупных металлургических предприятий:

- ПАО «Магнитогорский металлургический комбинат»;
- ПАО «Новолипецкий металлургический комбинат»;
- ПАО «ГМК «Норильский никель»
- ООО «ЕвразХолдинг»

3.2.1 ПАО «Магнитогорский металлургический комбинат»;

Шаг 1. Сбор данных

В таблице 4 представлены значения выручки, капитала и среднесписочной численности сотрудников ПАО «ММК», собранных на основании данных,

указанных годовых бухгалтерских и финансовых отчётах за исследуемый период.

Таблица 4 – Показатели ПАО «ММК»

Годы	Капитал, млрд руб.	Выручка, млрд руб.	Численность, 100 чел.
2005	99,13	161,39	286,01
2006	144,02	190,29	263,96
2007	156,18	225,96	260,49
2008	194,96	210,00	244,45
2009	234,21	201,82	227,01
2010	253,98	247,29	214,00
2011	245,22	243,06	212,60
2012	187,31	224,64	212,28
2013	219,98	266,48	213,29
2014	230,65	314,12	200,29
2015	211,42	339,11	185,72
2016	323,29	392,78	180,77
2017	307,42	458,22	179,55
2018	300,36	434,87	178,87

На рисунке 16 изображена динамика изменения показателей ПАО «ММК».

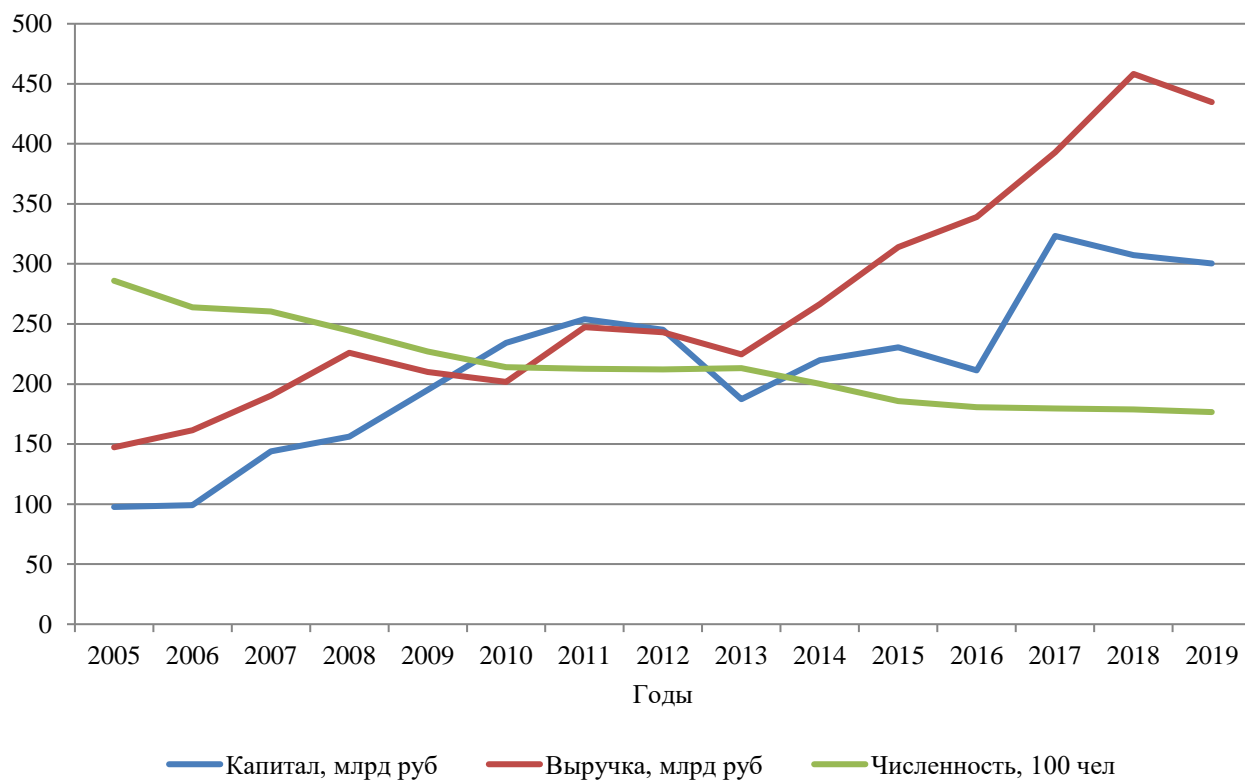


Рисунок 16 – Динамика изменения показателей ПАО «ММК»

Шаг 2. Анализ темпов роста

Темп роста производственных факторов считаем по формуле (4):

$$T_p = \frac{П_{ТП}}{П_{БП}}, \quad (4)$$

где $П_{ТП}$ – значение исследуемого параметра в текущий период;

$П_{БП}$ – значение исследуемого параметра в базовый период.

Результаты расчёт темпов роста капитала и среднесписочной численности сотрудников по формуле (4) представлены в таблице 5.

Таблица 5 – Темпы роста ПАО «ММК

Годы	05	06	07	08	09	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19
Темп роста капитала	1	1,0	1,5	1,6	2,0	2,4	2,6	2,5	1,9	2,3	2,4	2,2	3,3	3,2	3,1
Темп роста численности	1	0,9	0,9	0,9	0,8	0,8	0,7	0,7	0,8	0,7	0,7	0,6	0,6	0,6	0,6

Вывод: существуют факторы, темпы роста которых ≤ 1 за два и более периода. Это численность за весь период исследования, т.е. 2005-2019 гг.

Шаг 3. Рост потребления других производственных факторов.

Отмечаем рост потребления капитала.

Шаг 4. Рост объёма выручки.

Отмечаем рост объёма выручки.

Шаг 5. Вывод по первой части.

Нецелесообразно наращивать масштаба за счет сотрудников. Исключаем его из процесса рассмотрения. Но рост потребления капитала, согласно формуле (1), свидетельствует о возможности сохранения объёма производства, путём замещения одного производственного фактора другим, и не снижают привлекательность предприятия для инвесторов.

Проведём анализ капитала.

Шаг 6. Анализ показателей отдачи оставшихся факторов.

Рассчитаем отдачу от капитала по формуле (5):

$$От_K = \frac{\text{Выручка, млн руб.}}{\text{Капитал, млн руб.}} \quad (5)$$

Результаты расчёта показателей отдачи от капитала за период исследования приведены в таблице 5 и проиллюстрированы на рисунке 17.

Таблица 5 – Показатели отдачи ПАО «ММК»

Годы	05	06	07	08	09	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19
Отдача от капитала	1,5	1,6	1,3	1,5	1,1	0,9	1,0	1,0	1,2	1,2	1,4	1,6	1,2	1,5	1,5

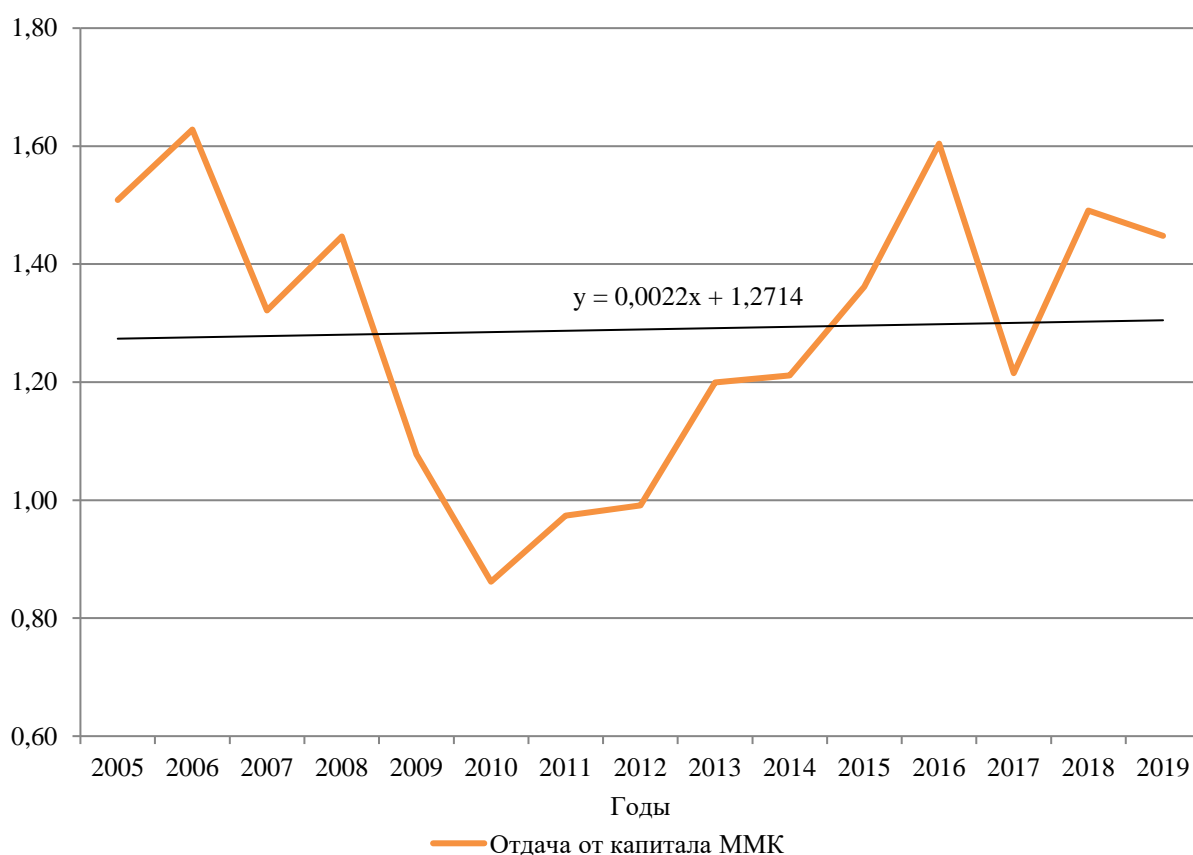


Рисунок 17 – Показатели отдачи ПАО «ММК»

Для определения динамики отдачи воспользуемся направлением тренда. Для его определения используем функционал Microsoft Excel и построим линию тренда и определим её уравнение.

Тренд представляет собой прямую линию и описывается уравнением $y = kx + b$, где k - тангенс угла наклона оси абсцисс и прямой. При $k = 0,0022 > 0$ определяем тренд, как восходящий.

Делаем вывод о том, что целесообразно наращивать масштаб с помощью капитала. путём, например, дополнительных взносов, выпуска новых акций, расширение круга собственников.

3.2.2 ПАО «Новолипецкий металлургический комбинат».

Шаг 1. Сбор данных.

В таблице 7 представлены значения выручки, капитала и среднесписочной численности сотрудников ПАО «НЛМК», собранных на основании данных, указанных годовых бухгалтерских и финансовых отчётах за исследуемый период и на рисунке 18 изображена динамика изменения показателей. Таблица 7 – Показатели ПАО «НЛМК»

Годы	Капитал, млрд руб.	Выручка, млрд руб.	Численности, 100 чел
2001	120,55	37,22	490,00
2002	39,05	53,30	462,89
2003	62,41	75,03	409,81
2004	139,92	125,88	394,33
2005	169,34	128,59	387,98
2006	229,97	159,16	374,86
2007	97,08	189,50	348,95
2008	168,96	343,69	342,42
2009	219,27	185,64	316,66
2010	287,16	179,94	301,27
2011	352,07	221,18	296,23
2012	348,65	240,12	300,05
2013	332,22	225,49	296,16
2014	360,17	262,74	292,50
2015	410,06	318,59	281,64
2016	410,55	335,24	273,46
2017	403,57	410,03	271,30
2018	390,15	493,83	275,02
2019	368,46	421,82	274,01

Шаг 2. Анализ темпов роста

Провели расчёт темпов роста капитала и среднесписочной численности сотрудников по формуле (4). Они представлены в таблице 8.

Вывод: существуют факторы, темпы роста которых ≤ 1 за два и более периодов. Это численность за весь период исследования, т.е. 2001-2019 гг.

Шаг 3. Рост потребления других производственных факторов

Отмечаем рост потребления капитала.

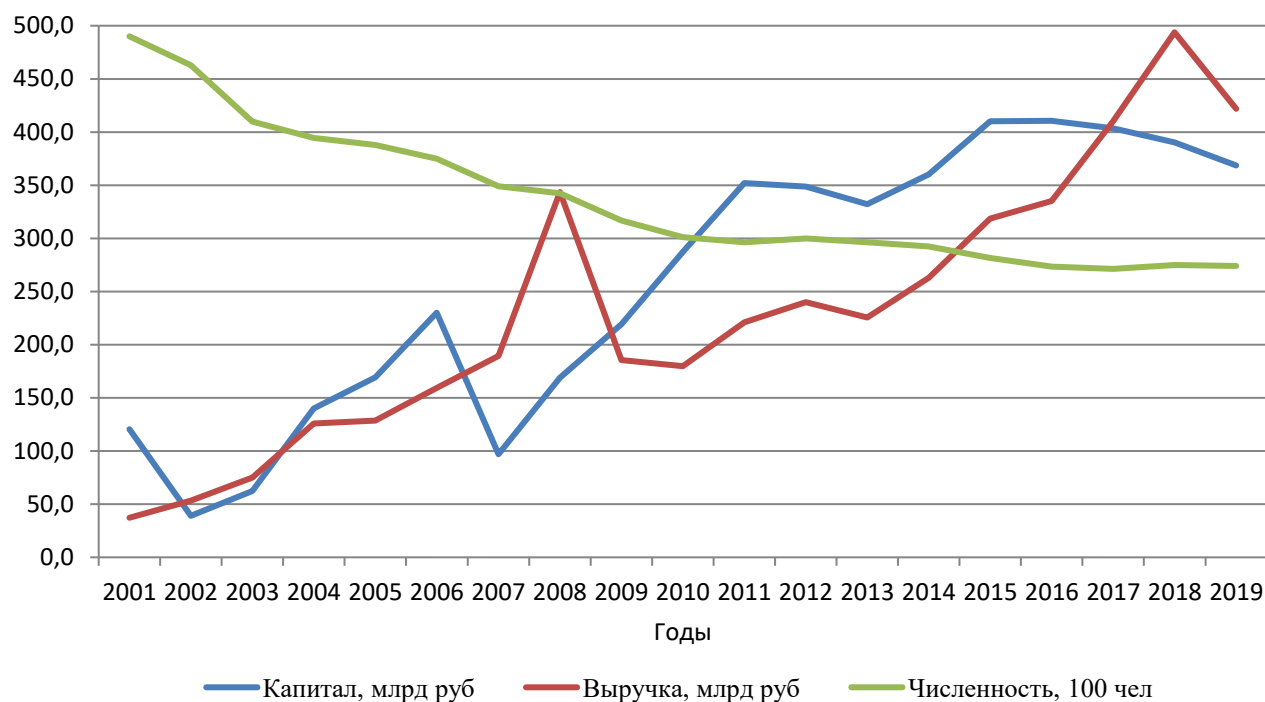


Рисунок18 – Динамика изменения показателей ПАО «НЛМК»

Шаг 4. Рост объёма выручки.

Отмечаем рост объёма выручки.

Шаг 5. Вывод по первой части.

Нецелесообразно наращивать масштаба за счет численности сотрудников. Исключаем его из процесса рассмотрения. Но рост потребления капитала, согласно формуле (1), свидетельствует о возможности сохранения объёма производства, путём замещения одного производственного фактора другим, и не снижают привлекательность предприятия для инвесторов.

Проведём анализ капитала.

Таблица 8 – Темпы роста показателей ПАО «НЛМК»

Годы	Темп роста капитала	Темп роста численности
2001	0,00	0,00
2002	0,32	0,94
2003	0,52	0,84
2004	1,16	0,80
2005	1,40	0,79

Продолжение таблицы 8

2006	1,91	0,77
2007	0,81	0,71
2008	1,40	0,70
2009	1,82	0,65
2010	2,38	0,61
2011	2,92	0,60
2012	2,98	0,61
2013	2,76	0,60
2014	2,99	0,60
2015	3,40	0,60
2016	3,41	0,57
2017	3,35	0,56
2018	3,24	0,55
2019	3,06	0,56

Шаг 6. Анализ показателей отдачи.

Результаты расчёта показателей отдачи от капитала по формуле (5) за период исследования приведены в таблице 9 и проиллюстрированы на рисунке 19.

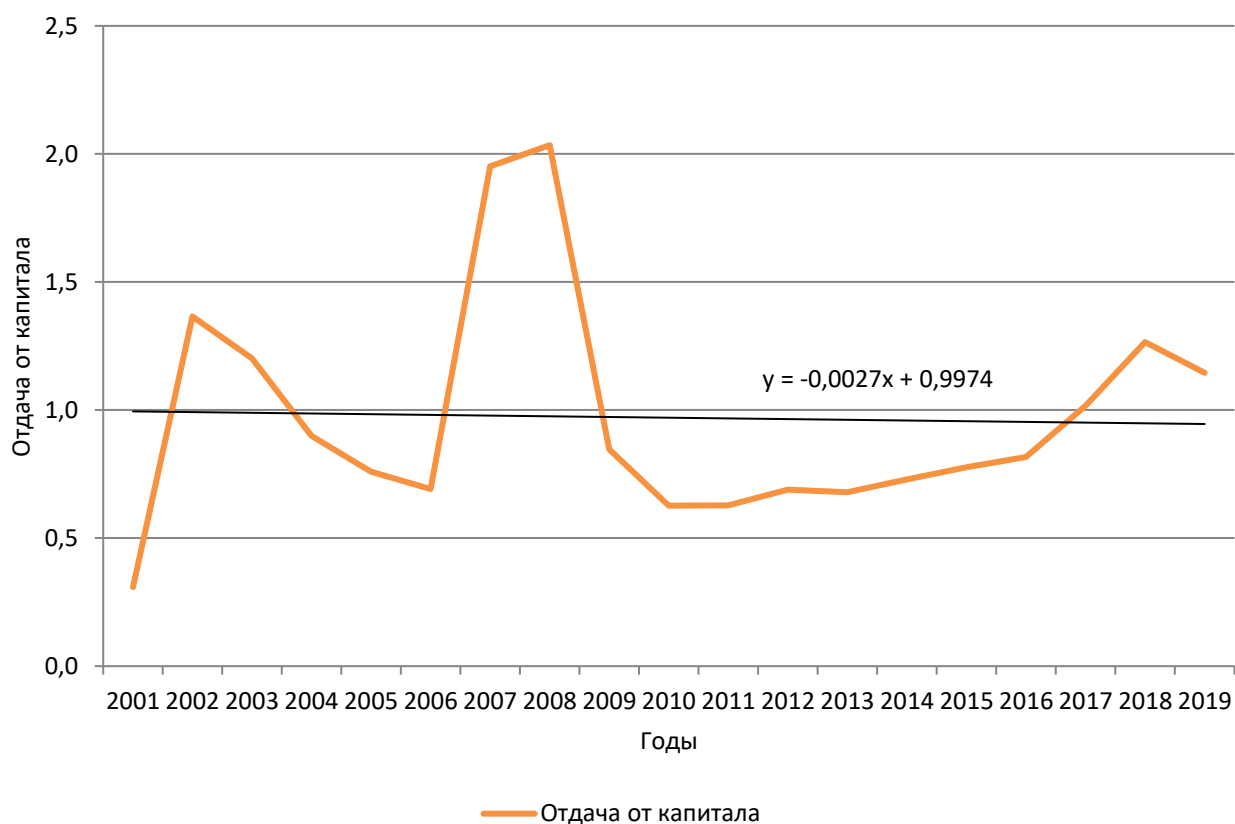


Рисунок 19 - Отдача от капитала ПАО «НЛМК» и направление тренда

Таблица 9 – Показатели отдачи ПАО «НЛМК»

Годы	01	02	03	04	05	06	07	08	09	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19
Отдача от капитала	0,3	1,4	1,2	0,9	0,8	0,7	2,0	2,0	0,8	0,6	0,6	0,7	0,7	0,7	0,8	0,8	1,0	1,3	1,1

Воспользуемся методикой определения направления тренда, представленном в пункте 3.2.1 анализа ПАО «ММК» и определим тренд, как нисходящий и, следовательно, снижение отдачи от капитала.

Проводя анализ отдачи от капитала отметим, что несмотря на некоторые колебания отдачи систематическое и устойчивое ее снижение отсутствует.

Делаем вывод о целесообразности наращивания масштаба по капиталу.

3.2.3 ПАО «ГМК «Норильский никель».

Шаг 1. Сбор данных

В таблице 11 представлены значения выручки, капитала и среднесписочной численности сотрудников ПАО «Норникель», собранных на основании данных, указанных годовых бухгалтерских и финансовых отчётах за исследуемый период и на рисунке 20 изображена динамика изменения этих показателей.

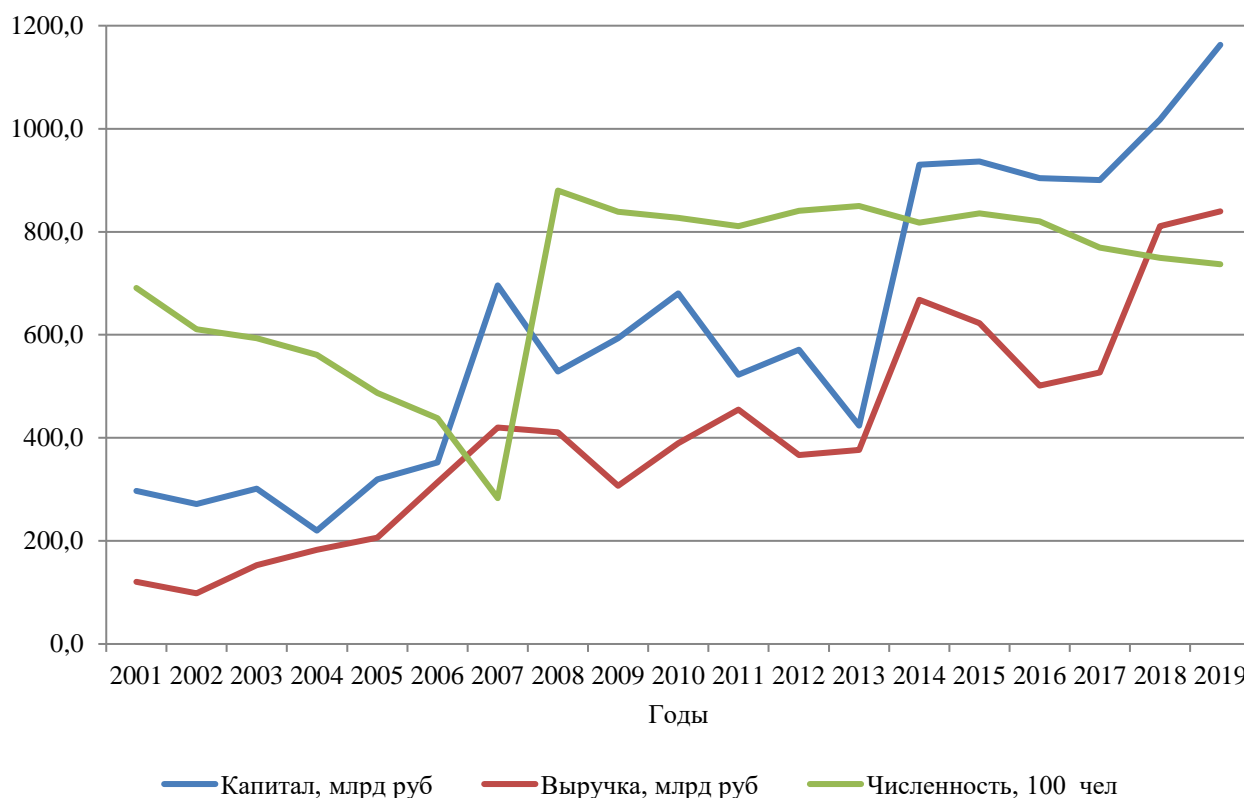


Рисунок 20 – Динамика изменения показателей ПАО «Норникель»

Таблица 11 – Показатели ПАО «Норникель»

Годы	Капитал, млрд руб.	Выручка, млрд руб.	Численность, 100 чел.
2001	297,34	120,96	691,11
2002	271,50	98,33	611,05
2003	301,66	153,02	593,49
2004	220,08	182,83	560,99
2005	319,63	206,32	487,33
2006	352,48	313,93	438,00
2007	695,74	420,27	283,04
2008	528,92	410,73	880,00
2009	593,58	307,09	839,00
2010	680,37	389,38	827,00
2011	522,47	454,73	810,76
2012	571,41	366,41	840,82
2013	423,91	376,36	849,98
2014	929,92	667,75	818,00
2015	936,50	622,54	836,00
2016	903,83	501,59	820,00
2017	900,51	526,81	769,00
2018	1017,80	810,71	749,26
2019	1162,85	839,68	737,15

Шаг 2. Анализ темпов роста

Провели расчёт темпов роста капитала и среднесписочной численности сотрудников по формуле (4). Они представлены в таблице 12.

Вывод: существуют факторы, темпы роста которых ≤ 1 за два и более периодов. Это численность период 2001-2007

Шаг 3. Рост потребления других производственных факторов

Отмечаем рост потребления капитала.

Шаг 4. Рост объёма выручки.

Отмечаем рост объёма выручки.

Шаг 5. Вывод по первой части.

Нецелесообразно наращивать масштаба за счет численности сотрудников. Исключаем его из процесса рассмотрения. Но рост потребления капитала, согласно формуле (1), свидетельствует о возможности сохранения объёма производства, путём замещения одного производственного фактора другим, и не снижают привлекательность предприятия для инвесторов.

Таблица 12 – Темпы роста показателей ПАО «Норникель»

Годы	Темп роста капитала	Темп роста численности
2001	1,00	1,00
2002	0,91	0,88
2003	1,01	0,86
2004	0,74	0,81
2005	1,07	0,71
2006	1,19	0,63
2007	2,34	0,41
2008	1,78	1,27
2009	2,00	1,21
2010	2,29	1,20
2011	1,76	1,17
2012	1,92	1,22
2013	1,43	1,23
2014	3,13	1,18
2015	3,15	1,21
2016	3,04	1,19
2017	3,03	1,11
2018	3,42	1,08
2019	3,91	1,07

Проведём анализ капитала.

Шаг 6. Анализ показателей отдачи.

Результаты расчёта показателей отдачи от капитала по формуле (5) за период исследования приведены в таблице 13 и проиллюстрированы на рисунке 21.

Таблица 13 – Показатели отдачи ПАО «Норникель»

Годы	01	02	03	04	05	06	07	08	09	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19
Отдача от капитала	0,4	0,4	0,5	0,8	0,6	0,9	0,6	0,8	0,5	0,6	0,9	0,6	0,9	0,7	0,7	0,6	0,6	0,8	0,7

Воспользуемся методикой определения направления тренда, представленной в пункте 3.2.1 анализа ПАО «ММК» и определим тренд, как восходящий.

Нецелесообразно наращивать масштаб предприятия по численности. Численность работников определяется применяемым на предприятии технологическим процессом и потребностям деятельностью предприятия. В связи с нецелесообразностью наращивания масштаба предприятия по

численности персонала, для увеличения экономической эффективности предприятия предлагаем для снижения численности:

- провести модернизацию производственной технологии и упором на роботизацию;
- провести совершенствование организации производства;
- стимулировать досрочный выход работников на пенсию, одновременно с сокращением приема на работу новых сотрудников;
- стимулирование увольнения лиц, достигших пенсионного возраста, за счет введения для них специальных льгот.

Целесообразно наращивать масштаб предприятия по капиталу путём, например, дополнительных взносов, выпуска новых акций, расширение круга собственников.

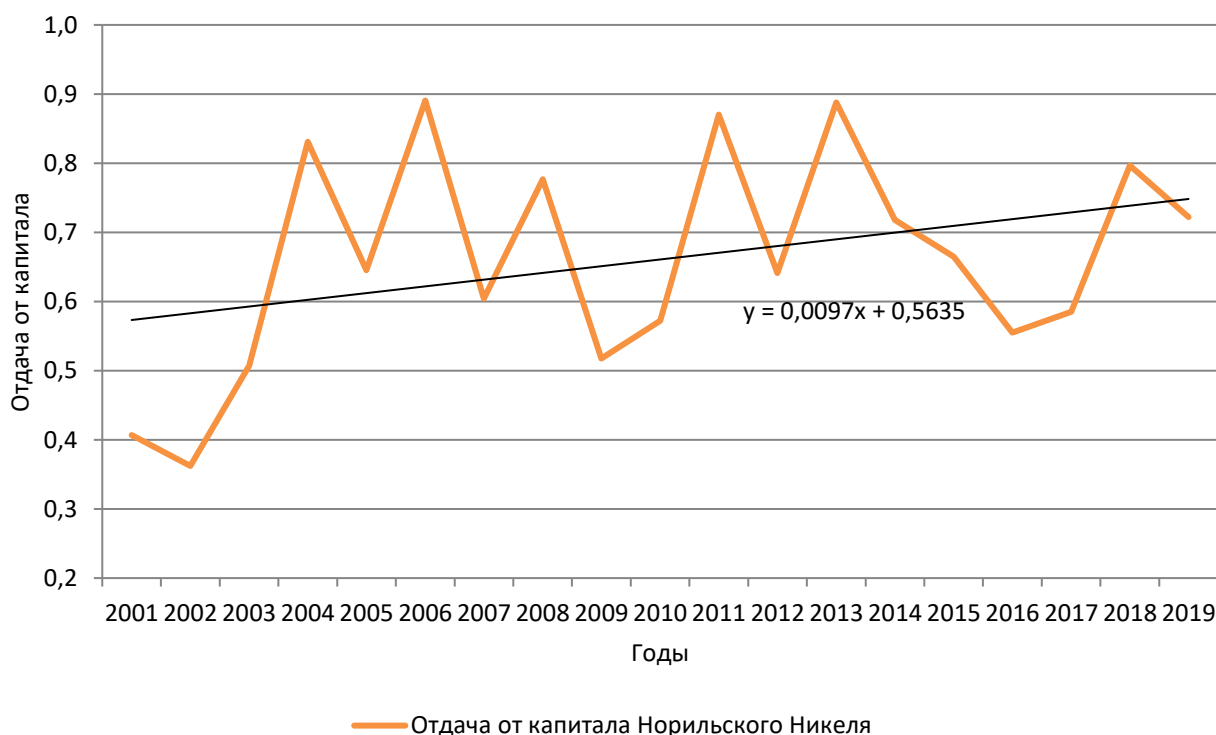


Рисунок 21 - Отдача от капитала ПАО «Норникель» и направление тренда

3.2.4 ООО «ЕвразХолдинг»

Шаг 1. Сбор данных

В таблице 14 представлены значения выручки, капитала и среднесписочной численности сотрудников ООО «ЕвразХолдинг», собранных

на основании данных, указанных годовых бухгалтерских и финансовых отчётах за исследуемый период, а на рисунке 22 изображена динамика изменения этих показателей.

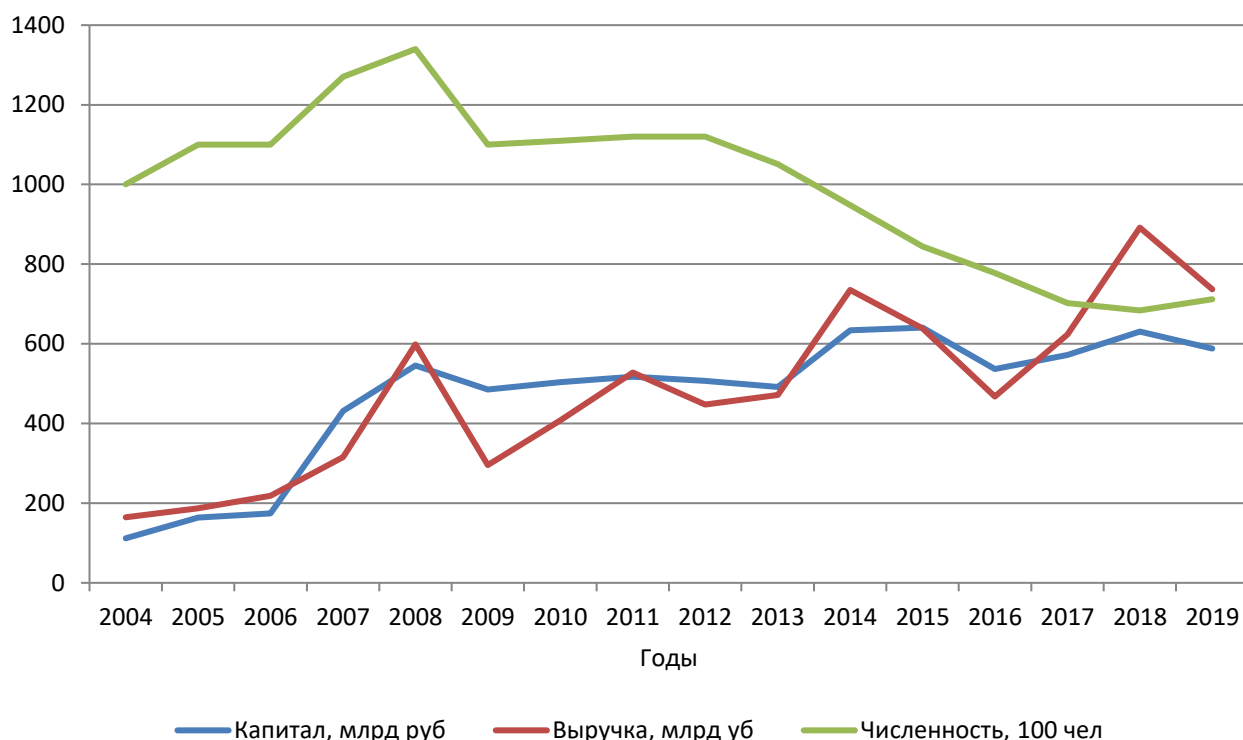


Рисунок 22 – Динамика изменения показателей ООО «ЕвразХолдинг»

Таблица 14 – Показатели ООО «ЕвразХолдинг»

Годы	Капитал, млрд руб.	Численность, 100 чел.	Выручка, млрд руб.
2004	112	1000	165
2005	164	1100	187
2006	175	1100	218
2007	431	1270	316
2008	546	1340	599
2009	485	1100	296
2010	504	1110	408
2011	518	1120	528
2012	507	1120	447
2013	492	1051	472
2014	634	948	735
2015	641	845	639
2016	537	778	468
2017	572	702	624
2018	631	684	892
2019	588	712	737

Шаг 2. Анализ темпов роста

Провели расчёт темпов роста капитала и среднесписочной численности сотрудников по формуле (4). Они представлены в таблице 15.

Вывод: существуют факторы, темпы роста которых ≤ 1 за два и более периодов. Это численность за 2014-2019.

Шаг 3. Рост потребления других производственных факторов

Отмечаем рост потребления капитала.

Шаг 4. Рост объёма выручки.

Отмечаем рост объёма выручки.

Таблица 15 – Темпы роста ООО «ЕвразХолдинг»

Годы	Темп роста капитала	Темп роста численности
2004	1,00	1,00
2005	1,46	1,10
2006	1,56	1,10
2007	3,86	1,27
2008	4,88	1,34
2009	4,34	1,10
2010	4,51	1,11
2011	4,63	1,12
2012	4,53	1,12
2013	4,40	1,05
2014	5,67	0,95
2015	5,73	0,84
2016	4,80	0,78
2017	5,12	0,70
2018	5,64	0,68
2019	5,26	0,71

Вывод: существуют факторы, темпы роста которых ≤ 1 за два и более периодов. Это численность за 2014-2019.

Шаг 3. Рост потребления других производственных факторов

Отмечаем рост потребления капитала.

Шаг 4. Рост объёма выручки.

Отмечаем рост объёма выручки.

Шаг 5. Вывод по первой части.

Нецелесообразно наращивать масштаба за счет численности персонала. Исключаем его из процесса рассмотрения. Но рост потребления капитала, согласно формуле (1), свидетельствует о возможности сохранения объёма производства, путём замещения одного производственного фактора другим, и не снижают привлекательность предприятия для инвесторов.

Проведём анализ капитала.

Шаг 6. Анализ показателей отдачи.

Результаты расчёта показателей отдачи от капитала по формуле (5) за период исследования приведены в таблице 16 И проиллюстрированы на рисунке 23.

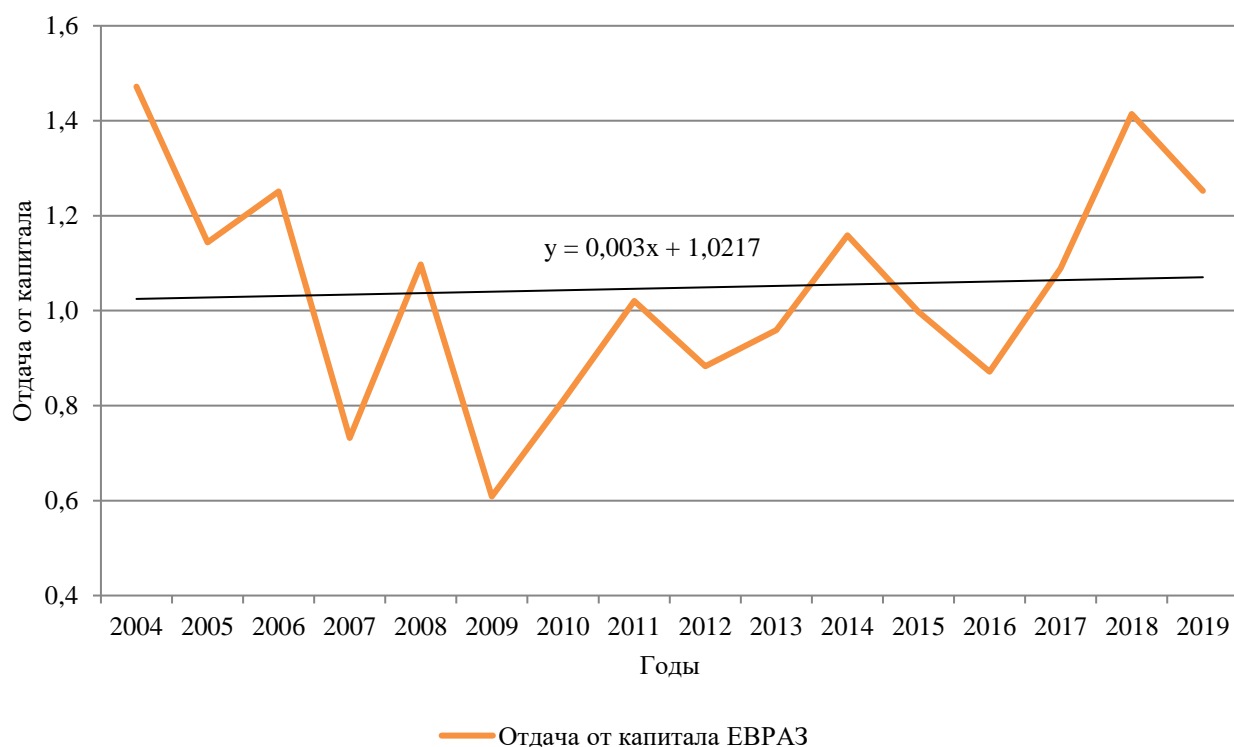


Рисунок 23 – Отдача от капитала ООО «ЕвразХолдинг» и направление тренда

Таблица 16 – Показатели отдачи ООО «ЕвразХолдинг»

Годы	04	05	06	07	08	09	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19
Отдача от капитала	1,5	1,1	1,3	0,7	1,1	0,6	0,8	1,0	0,9	1,0	1,2	1,0	0,9	1,1	1,4	1,3

Воспользуемся методикой определения направления тренда, представленной в пункте 3.2.1 анализа ПАО «ММК» и определим тренд, как восходящий.

Делаем вывод о том, что целесообразно наращивать масштаб с помощью капитала и нецелесообразно по численности персонала.

3.3 ЭКОНОМИЧЕСКИЕ ПОСЛЕДСТВИЯ РЕГУЛИРОВАНИЯ МАСШТАБА ПРЕДПРИЯТИЯ

Важный показатель эффективности деятельности любого предприятия – это норма прибыли. Этот критерий наглядно показывает, сколько прибыли приносит каждый вырученный рубль.

Показатель нормы прибыли позволяет владельцам и руководителям оценить уровень доходности предприятия. Чем выше значение, тем, соответственно, больше извлеченная прибыль и эффективнее управление.

$$\text{Норма прибыли} = \frac{\text{ЧП}_\Pi}{Q_\Pi}, \quad (4)$$

где Q_Π – Выручка предприятия,

ЧП_Π – Чистая прибыль предприятия

Норма прибыли формируется отношением двух показателей доходности, соответственно, факторы, влияющие на числитель и знаменатель, оказывают влияние и на итоговое значение.

Выручка зависит от объема продаж в натуральных единицах измерения и от цены реализации товаров или услуг компании. В то же время ценовая политика компании, установленные правила по оплатам – с отсрочками, авансовыми платежами и так далее – оказывают влияние и на объем продаж.

Чистая прибыль зависит как от цены и объема продаж, так и от всех затрат, понесенных предприятием в процессе хозяйственной деятельности, как

производственных, так и связанных с другими обеспечивающими процессами в компании.

Так, компания может реализовывать большие объемы продукции по приемлемым для неё ценам, но если при этом себестоимость очень высока и прочие затраты также выше, чем их приемлемый уровень, то весь эффект от больших продаж будет нивелирован неэффективными процессами производства и управления.

Норма прибыли применяется руководством предприятия для:

- отслеживания динамики рентабельности, посредством сравнения показателя с предыдущими периодами;

- бенчмарк с другими предприятиями отрасли, если известна средняя норма прибыли для аналогичных производств, что позволяет сохранять или достигать конкурентные преимущества по цене при низких издержках;

- ожидаемая норма прибыли используется для принятия решения о запуске или отказе от инвестиционного проекта или при выборе из нескольких инвестиционных проектов, когда предпочтение отдается инвестиции с наивысшей нормой прибыли.

Для обеспечения требуемой нормы прибыли у предприятия должны быть возможности, определяемые существующей технологией, организацией и другими составляющими.

Предприятие, у которого лучше технология производства продукции, получает доход на рубль инвестиций больше, чем на аналогичном предприятии, но с менее развитой технологией. Это применимо и к другим составляющим производства.

Методический подход позволяет целенаправленно изменять и корректировать направление инвестирования на основе вовлечения или взаимозамещения производственных факторов с низкой отдачей на факторы с высокой отдачей, тем самым увеличивая норму прибыли. Предприятие с нормой

прибыли выше – более конкурентоспособно. Получаемое таким образом преимущество называется демпинг цен.

Демпинг (от англ. dumping – сброс) – продажа товаров по искусственно заниженным ценам. Демпинговые цены существенно ниже рыночных цен, а иногда даже ниже, чем себестоимость товара или услуг.

Демпинг подразумевает добровольный отказ от нормального уровня рентабельности или реализацию продукции с финансовыми убытками для достижения прибыли в будущем, роста продаж и (или) захвата рыночной доли.

Захват новых рынков, как первая цель использования демпинга. Вытеснение конкурентов, как вторая цель использования демпинга.

При вытеснении своих потенциальных конкурентов предприятие может заранее согласиться на определенные убытки и невыгодные для себя цены, чтобы отвоевать значительную долю рынка и поднять цены – компенсируя свои потери за счет большей прибыли. Распространенный инструмент в работе сетевых розничных компаний.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Нами, в рамках первой теоретической главы, было проведено исследование, в результате которого было определено, что важным критерием при принятии решения о изменении масштаба предприятия являются предельные издержки. Таким образом, анализируя их можно определить масштаб предприятия, которому соответствует объем производства с минимальными издержками на единицу производимой продукции. Экономическая роль предельных издержек состоит в том, что увеличение масштаба предприятия сопровождается снижением отдачи от использования основных производственных факторов

Проведя анализ отечественного и зарубежного опыта изменения масштаба предприятия нами сделан вывод о том, что принятие решения о уменьшении своего масштаба предприятия принимают, как правило, после проведения вертикальной или горизонтальной интеграции, которая повлекла за собой снижения прибыли. Что, в свою очередь, является показателем снижения отдачи от производственных факторов. В проведенном анализе зарубежного и отечественного опыта не выявлено предприятий, руководители которых осознано уменьшали масштаб деятельности. Тем самым повышая эффективность использования производственных факторов.

В рамках третьей главы проведена разработка методических рекомендаций по определению эффективного масштаба предприятия. В её основе лежит расчёт показателей отдачи от производственных факторов, определение зависимости и анализ направления движения тренда.

Логика методического подхода состоит в выявлении факторов производства, по которым устойчиво снижается объем их потребления (что говорит либо об общем снижении масштабов деятельности предприятия, либо о происходящем замещении данного фактора другими). По данным факторам наращивание объемов их потребления и, соответственно, наращивание масштаба за счет этих факторов нецелесообразно. Факторы с отсутствием такой

негативной динамики объемов потребления в сочетании с растущей отдачей от них и задают направления, в которых предприятию целесообразно наращивать масштабы своей деятельности. Снижение отдачи, устойчивое и существенное, свидетельствует о проявлении тенденции к росту предельных издержек, что делает нецелесообразным наращивание потребления соответствующего фактора.

Завершающим этапом проведена апробация разработанных методических рекомендаций на крупных металлургических предприятиях. В результате выявлена возможность изменения масштаба предприятия за счёт определённых производственных факторов для наиболее результативной деятельности.

Разработанный методический подход позволяет контролировать динамику отдачи от производственных факторов, тем самым, анализировать эффективность всего предприятия.

Важным результатом данного методического подхода является возможность его использования экономическим отделом и отделом стратегического (перспективного) развития для ежегодного мониторинга и анализа параметров отдачи от производственных факторов, что в свою очередь, позволяет корректировать стратегические планы. Периодичность корректировки напрямую связана с выбором периода развития. В последнее время используют 10-20 лет, что позволяет на основе выполнения годовых задач и ежегодного мониторинга один раз в 3-5 лет осуществлять её корректировку.

Результаты полученные в ходе выполнения данной работы заключается в разработке методического подхода к обоснованию решения о целесообразности наращивания масштаба предприятия, основанный на анализе динамики вовлечения производственных факторов в производство и оценке устойчивых и существенных изменений их отдачи, вызванных ростом предельных издержек в долгосрочном периоде, что позволяет повысить обоснованность стратегических инвестиционных решений на основе закономерностей, установленных функцией Кобба – Дугласа, что является научной новизной.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Ксенофонт Сократические сочинения / [Текст]: Ксенофонт - СПб: АО «Комплект», 1993.
2. Всемирная история экономической мысли. Т. 1. / [Текст]: М.: «Мысль» 1987.
3. Пети У. Трактат о налогах и сборах / [Текст]: Антология экономической классики. – Т. 1. – М. : Эконов, 1993.
4. Смит А. Исследование о природе и причинах богатства народов / [Текст] – М. : Соцэкгиз, 1962.
5. Рикардо Д. Сочинения. – Т.3. – М. / [Текст] : Госполитиздат, 1955. –
6. Маркс К. Капитал [Текст]: Сочинения / Маркс К. и Энгельс – Т. 25, Ч. I. – М.: Политиздат, 1961.
7. Маркс К. Теории прибавочной стоимости [Текст]: Сочинения / Маркс К. и Энгельс Ф. – Т. 26, Ч. III. – М.: Политиздат, 1964.
8. Фабричнов А.М. Проблемы издержек производства в экономическом учении К. Маркса [Текст]: Воронеж, 1987.
9. Большой экономический словарь [Текст]: словарь / Под. ред. Азрилияна А.Н. – М. : Институт новой экономики, 1997.
10. Тончу Е.А. Состав затрат по закупкам, обработке, хранению и реализации хлебопродуктов / [Текст]: Сборник научных трудов КГАУ / Основные направления повышения эффективности и устойчивости предприятий АПК. – Краснодар, 1998.
11. Грузинов В.П. Экономика организации (предприятия) [Текст]: учебник / Грузинов В.П. – М. : КНОРУС, 2010.
12. Управление затратами на предприятии [Текст]: учебное пособие/ – 2-е изд., перераб. и доп. – В.Г. Лебедев, Т.Г. Дроздова, В.П. Кустарев, А.Н. Асаул, И.Б. Осорьева / Под общ. ред. Г.А. Краюхина. – СПб.: Издательский дом «Бизнес-Пресса», 2003.

13. Coase R.H. The Nature of the Firm [Текст]: *Economica*.— Vol. 4, no. 16. — 1937.
14. Coase R. H. Lighthouse in Economics, The [Текст]: *Journal of Law & Economics*, Vol. 17. — 1974.
15. Stigler G. J. The Economics of Carl Menger [Текст]: *Journal of Political Economy*. Vol. 45, no. 2. — 1937.
16. Hicks J R. A Suggestion for Simplifying the Theory of Money [Текст]: учебник/ Hicks J R., New Series, Vol. 2, no. 5. — 1935
17. Klaes M. The History of the Concept of Transaction Costs: Neglected Aspects [Текст]: *Journal of the History of Economic Thought*. — Vol. 22, no. 02 — 2000.
18. Klaes M. The Birth of the Concept of Transaction Costs: Issues and Controversies / [Текст]: *Industrial & Corporate Change*, Vol. 9, no. 4. — 2000.
19. Hoff K. Beyond Rosenstein-Rodan The Modern Theory of Coordination Problems in Development [Текст]: *Annual World Bank Conference on Development Economics*, Vol. 2000, no. 2000. — 2001
20. Marschak J. Rational Behavior, Uncertain Prospects, and Measurable Utility [Текст]: Учебник / Marschak J., Vol. 18, no. 2. — 1950
21. Baumol W. J. The Transactions Demand for Cash: An Inventory Theoretic Approach [Текст]: *Oxford Journals.*, Vol. 66, no. 4 — 1952
22. Tobin J. Money, Capital, and Other Stores of Value / [Текст]: *The American Economic Review*, Vol. 51, no. 2 — 1961.
23. Friedman B. M., Kuttner K. N. Money, Income, Prices, and Interest Rates [Текст]: *The American Economic Review*, Vol. 82, no. 3 — 1992
24. Niehans J. Interest and Credit in General Equilibrium with Transactions Costs [Текст]: *American Economic Review*, — Vol. 65, no. 4 — 1975
25. Niehans J. Innovation in monetary policy. Challenge and response / [Текст]: *Journal of Banking and Finance*, Vol. 6, no. 1 — 1982

26. Arrow K. J., Debreu G. Existence of equilibrium for a competitive economy / [Текст]: Учебник Arrow K. J., Debreu G, Vol. 22, no. 3 – 1954.
27. Foley D. K. A Statistical Equilibrium Theory of Markets [Текст]: Foley D. K – 1994.
28. Kurz M. Equilibrium in a finite sequence of markets with transaction cost / [Текст]: учебник Kurz M., Vol. 42, no. 1 – 1974.
29. Williamson O. Markets and hierarchies [Текст]: Journal of Law and Economics. – 1975.
30. Williamson O. The Economics of Organization: The Transaction Cost Approach [Текст]: Journal of Law and Economics – 1981.
31. Williamson O. Transaction-cost economics : The governance of contractual relations [Текст]: Journal of Law and Economics. – 1979. – Vol. 22, no. 2.
32. Williamson O. Transaction Cost [Текст]: The Economic Institutions of Capitalism. — 1985. — P. Available: The Economic Institutions of Capitalism.
33. Ghoshal S. Bad management theories are destroying good management practices [Текст]: Academy of Management Learning & Education, Vol. 4, no. 1 – 2005
34. Антоненко, Е. В. Управление транзакционными издержками промышленного предприятия на основе экономико-математического моделирования взаимодействия с поставщиками : специальность 08.00.13 «Математические и инструментальные методы экономики» : диссертация на соискание ученой степени кандидата экономических наук / Антоненко Елизавета Викторовна ; Пермский национальный исследовательский политехнический университет. - Пермь, 2018.- Текст : непосредственный.
35. Маршалл А. Принципы экономической науки [Текст]: учебник / Маршалл А., М. : Прогресс-Универс, 1993.
36. Саркисян В. Г., Карибов А. П. Классификация организаций по масштабу в менеджменте [Текст]: учебник, 35 (218) – 201, УДК 338.2

37. Минцберг Г. Структура в кулаке: создание эффективной организации [Текст]: учебник/ Минцберг Г. пер. с англ., под ред. Ю.Н. Каптуревского. СПб.: Питер, 2002.

38. Апалькова Т.Г. Микроэкономика [Текст] учеб. пособие для вузов/ Апалькова Т.Г. М.: Издательство МГОУ, 2016.

39. Трансакционные издержки, феномен торгового дома и экономическая организация [Текст]: Журнал институциональных исследований, Т. 7, № 4.

40. Thomson, Artur A., Strickland, A.J. Strategic management: concepts and cases. – 9th ed. – Irwin McGraw-Hill

41. Уильямсон О.И. Вертикальная интеграция производства: соображения по поводу неудач рынка // Вехи экономической мысли. Теория фирмы [Текст]: учебник/ Под ред. В.М. Гальперина. - СПб, 1999.

42. Форд Г. Моя жизнь, мои достижения. Сегодня и завтра [Текст]: Форд Г. Пер. с англ. /– Мн.: Харвест – 2003

43. Аакер Д. Стратегическое рыночное управление / [Текст]: учебник/ Аакер Д., пер. с англ. Под ред. С. Г. Божук. – СПб.: Питер, 2007

44. Manager magazin Online, [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.manager-magazin.de/> (дата обращения 20.10.2020)

45. Daimler AG, [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.daimler.com/> (дата обращения 20.10.2020)

46. Информационно-аналитический портал K2Капитал, [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.k2kapital.com> (дата обращения 20.10.2020)

47. Галпин, Тимоти Дж., Хэндон, Марк Полное руководство по слияниям и поглощениям компаний [Текст]: учебник/ Галпин, Тимоти Дж., Хэндон, Марк, Пер. с англ. – М.: Издательский дом «Вильямс», 2005.

48. Фундаментальный анализ [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://fundamental-analysis.ru/moex/metally-i-dobycha/severstal> (дата обращения 20.10.2020)

49. Анализ [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://ppnf.ru/oao/nlmk/nlmk-itog.htm> (дата обращения 20.10.2020)

50. Фундаментальный анализ [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://fundamental-analysis.ru/moex/metally-i-dobycha/nlmk>(дата обращения 20.10.2020)

51. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://ppnf.ru/oao/mmk/mmk-itog.htm> (дата обращения 20.10.2020)

52. Фундаментальный анализ [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://fundamental-analysis.ru/moex/metally-i-dobycha/mmk> (дата обращения 20.10.2020)

53. Фундаментальный анализ [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://fundamental-analysis.ru/moex/metally-i-dobycha/nornickel> (дата обращения 20.10.2020)

54. Фундаментальный анализ [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://fundamental-analysis.ru/moex/metally-i-dobycha/rusal> (дата обращения 20.10.2020)

55. Анализ [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://ppnf.ru/oao/evraz-ntmk/evraz-ntmk-itog.htm> (дата обращения 20.10.2020)

56. Анализ [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://ppnf.ru/oao/severstal/severstal-itog.htm> (дата обращения 20.10.2020)

57. Северсталь Официальный сайт [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.severstal.com/rus/about> (дата обращения 20.10.2020)

58. ЕВРАЗ Официальный сайт [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.evraz.com/ru/company/assets/evraz-ntmk/#evrazntmk> (дата обращения 20.10.2020)

59. Анализ [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://nlmk.com/ru/about/key-factors/> (дата обращения 20.10.2020)

60. Анализ [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.mmk.ru/about/> (дата обращения 20.10.2020)

61. Менеджмент [Текст]: Вестник С.– Петерб. Университета / Ю. В. Лаптев – Вып. 4, 2011.

62. Белон / ММК – продажа энергетического бизнеса / [Текст] , 2011

63. Нестеренко А.Н. Экономика и институциональная теория

64. О раскрытии информации эмитентами эмиссионных ценных бумаг : Положение Банка России от 30.12.2014 № 454–П (ред. от 25.05.2018) : Зарегистрировано в Минюсте России 12.02.2015 № 35989

65. Хейне П. Экономический образ мышления перевод. с англ. [Текст] – М.: Дело, 1992. – 704 с.

66. Хэл Р. Вэриан Микроэкономика Промежуточный уровень: Современный подход [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://freakonomics.ru/text/Glava20> (дата обращения 10.01.2022)