

комбината, жилых городков для военнослужащих, выведенных из Германии, и других объектов.

Управленческая деятельность инжиниринговых фирм заключается в предоставлении услуг по организации производственной структуры и административного управления предприятием на базе передового мирового опыта в данной сфере производства. В нее входят разработка принципов планирования производства продукции на базе маркетинговых исследований рынков, оптимизация структуры управления, организация статистического учета.

В последние годы значительно вырос спрос на инжиниринговые услуги, связанные с обеспечением и контролем качества продукции.

В настоящее время на мировом рынке вследствие развития международного трансфера технологий происходят значительные изменения: снижение объемов торговли сырьевыми ресурсами и повышением доли наукоемкой продукции.

Международный трансфер технологий представляет собой сложный процесс, который зависит от следующих факторов: общего состояния экономики; инвестиционной активности как внутри страны, так и за рубежом; инновационного потенциала страны; состояния коммуникационных каналов трансфера технологий. В республиках бывшего Советского Союза происходит снижение доли мирового рынка как экспорта научно-технической продукции с 2.8 до 1.7%, так и импорта с 4.5 до 3.3%. Лидерами на этом рынке являются США, Япония, Германия.

Внедрение нововведения - это всегда трудный и болезненный процесс для любой организации. Во всех случаях для принятия решений каждым субъектом альтернативные технологии сравниваются с решениями, принятыми предыдущими реципиентами. Но получить такую информацию достаточно сложно, так как это связано с конкурентным положением фирм на рынке. Каждая фирма может быть знакома с опытом ограниченной выборки фирм, меньшей, чем все множество реципиентов. Это обуславливает неопределенность процессов принятия решений и диффузии нововведений в рыночной экономике. Другая причина неопределенности связана с самими нововведениями. На ранних стадиях диффузии их потенциальная прибыльность неизвестна. С накоплением опыта

внедрения и использования нововведения неопределенность может быть устранена. Однако со снижением неопределенности и риска применения нововведения исчерпывается потенциал его рыночного проникновения и снижается его прибыльность. Возможность извлечения дополнительной прибыли от использования любого нововведения временна и снижается по мере приближения предела его распространения.

Следовательно, трансфер технологий зависит как от стратегии имитаторов, так и от количества пионерских реципиентов. Предприниматели открывают новые технологические возможности, но их реализация зависит от выбора имитатора. Вероятность доминирования на рынке будет большей для технологии, применяемой большим числом пионерских организаций. Разумеется, результат конкуренции технологий определяется выбором всех агентов на рынке, но влияние более ранних реципиентов будет сильнее, чем последующих.

Оценить относительные преимущества нововведения в ранней фазе диффузии трудно, особенно если речь идет о радикальных нововведениях. В такой ситуации значительную роль в деле будущего технологического развития играет выбор последователей. Дело в том, что каждый выбор позволяет повысить конкурентоспособность соответствующей технологии и увеличивает ее шанс на принятие последующими хозяйствующими субъектами, которые будут учитывать ранее сделанные выборы. После накопления достаточного опыта, когда уже многими хозяйствующими субъектами освоены альтернативные технологии и их относительные преимущества известны с высокой достоверностью, последующие реципиенты принимают решения, основываясь на ожидаемой прибыльности альтернативных технологий.

В результате конечное разделение рынка новыми альтернативными технологиями определяется стратегиями имитаторов. Для быстрого распространения инновации нужна развитая инфраструктура трансфера технологий как по вертикали (от разработчиков новых технологий к потребителям), так и по горизонтали (между предприятиями, странами и т.д.).

Таким образом, инновационная деятельность представляет собой практическое освоение результатов научных исследований и разработок.

УДК 330.341.44

Иванов М.Б.

СЛИЯНИЯ КАК ФОРМА КОНЦЕНТРАЦИИ ПРОИЗВОДСТВА: МОТИВЫ И ПОСЛЕДСТВИЯ

В современной экономике в последнее время происходит всё больше и больше слияний между компаниями. Считается, что слияние – одна из форм концентрации производства и, при этом, быстрая и эффективная. В разное время волны слияний прокатывались по всем развитым странам. В 90-х годах в странах СНГ, и особенно в России, тенденции слияния также усилились. Что приводит к повышенному вниманию слияния как процесса: мотивам и последствиям. Главный вопрос, которому посвящена данная статья – мотивы, побуждающие к слиянию, и экономическая эффективность после слияний. При этом можно утверждать, что мотивы слияний характерны для всех стран с рыночной экономикой. Поскольку слишком рано говорить о последствиях слияний в российской экономике в силу малого срока времени, прошедшего с момента слияний, а также в силу того, что волна слияний в России не закончена, проследим последствия на примере исследования Ф.М. Шерера слияний компаний в истории самой развитой экономики мира – США.

Мотивы слияний можно разделить на три группы: мотив монополии, спекулятивный мотив и обычный мотив.

Мотив монополии выражается в стремлении достичь или усилить монопольную власть при горизонтальных слияниях. Решающую роль он играл при слияниях на рубеже веков: 19 и 20-го в США и Европе, 20 и 21-го в странах СНГ. Некоторые объединения 1887-1904 гг. в США получили монопольную власть посредством создания фирм, доминировавших в соответствующих отраслях. Другие быстро потеряли доминирующее положение, но трансформировали рыночные структуры в такой мере, что они давали возможность обуздывать ценовую конкуренцию, к которой продавцы тяготели в быстро меняющихся условиях рынка". О причинах образования в 1892 г. компании General Electric Томас Эдисон писал: «До недавнего времени существовала острая конкуренция между Thomson-Houston и Edison General Electric. Цены были снижены настолько, что каждый получал при производстве электрооборудования маленькую прибыль... Объединение компаний... устранит конкуренцию, которая стала настолько острой, что продукт предприятий стоит чуть больше, чем обыкновенная "железяка"» [1, 155].

«Это были времена, когда бизнесмены не были еще запуганы людьми, специализирующимися на подрыве доверия между компаниями и общественным мнением. Сейчас они более осмотрительны, ... к тому же энергичное требование соблюдать антитрестовское законодательство в США и за рубежом сделало много для обуздания слияний, подавлявших конкуренцию» [1, 155].

Спекулятивный мотив выражается в повышении стоимости акций компании после слияния, ослабляющего конкуренцию. Стоимость обыкновенных акций компаний зависит от ожиданий инвестора относительно будущих прибылей. Если конкуренция может быть исключена или ослаблена путем слияний, прибыль, по-видимому, вырастет, делая акции новой фирмы, возникшей в результате объединения, более дорогостоящими, чем сумма стоимостей акций прежде конкурировавших компаний. Предприниматели стремились достичь таких изменений оценок основного капитала посредством слияний, ослабляющих конкуренцию. Однако многие пошли дальше. Так как инвесторов привлекала перспектива будущего, и поскольку не было эффективного контроля за качеством распространявшейся в связи с основанием новых акционерных обществ информации, инициаторы осуществляли слияния с небольшими шансами получить ощутимую монопольную власть. Однако одновременно они выпускали проспекты, распространяли слухи и наполняли рынок такой информацией, которая могла бы убедить инвесторов другим способом. Вызывая ложные ожидания, инициаторы имели возможность продавать акции новых компаний по цене, намного превышающей их истинную (экономическую) ценность. Эта практика стала известна как «разводнение капитала». Как и в реальных монополистических объединениях, инициаторы получали на свой вклад акции новой компании. В этом случае те, кто осуществил слияние, торопились продать свои акции неосторожным аутсайдерам до того, как наступит крах. И крах наступал. Шоу Ливермор изучил 328 слияний, осуществленных между 1888 и 1905 гг. в США и обнаружил, что по крайней мере 141 из них окончилось финансовым крахом, а 53 развалились вскоре после образования. Анализируя меньшую выборку, было обнаружено, что объединения, поддержанные сторонними банками, синдикатами и т.п., проваливались намного чаще, чем те, которые создавались частными лицами с сохраняющимися обязательствами по отношению к данной отрасли. Из этого и других свидетельств он пришел к выводу, что поиск дополнительных доходов был наиболее важным и нередко единственным мотивом слияний в течение 1897-1903 и 1926-1929 гг.

Обычный мотив. Конечно, можно считать, что спекулятивный мотив присутствует во всех современных слияниях компаний. Однако существуют много других стимулов для слияния. Шерер пишет: «Принято считать, что слияния служат эффективным способом выхода из ситуации для компаний, которые находятся на грани банкротства. Это верно, но не столь важно с количественной стороны. Как правило, те, кто осуществляет слияния, ищут жизнеспособную, а не бросовую компанию-цель. Среди 698 более или менее крупных компаний в обрабатывающей промышленности, приобретенных с 1948 по 1968 г., только 4,8% имели отрицательную прибыль за год до их приобретения. В случае с 634 компаниями, включая малые и крупные фирмы, 5,8% компаний имели отрицательный текущий доход до выплаты процентов за год до поглощения. Мелкие компании зачастую приобретаются потому, что их собственники-управляющие стареют или устают от дела и не имеют наследников или последователей, которые могли бы занять их место. С этим мотивом совпадает стремление семьи владельца компании диверсифицировать инвестиционный портфель, тем самым, снижая уровень своей незащищенности и получая средства для уплаты иногда весьма существенных налогов на недвижимость после смерти собственника-управляющего» [1, 156].

Рост капитала приводит к росту эффекта масштаба. Когда присоединяется мелкая фирма к более крупной, можно ожидать, что первая выиграет от низких издержек на заемный капитал крупной фирмы. Мелкие фирмы практически не имеют прямого выхода на рынок заемного капитала и преодолевают барьер входа (для мелких фирм заемный процент, как правило, выше) путем слияния. Однако это преимущество имеет свои пределы. В 60-х фирмы разных отраслей объединялись в конгломераты ради привлечения капитала с более низкой премией за риск. Однако в дальнейшем конгломераты доказали свою плохую управляемость и рынки стали их оценивать как наиболее рискованные инвестиции. Поэтому экономии издержек не получилось.

Эффект масштаба быстрее всего достигается при горизонтальных слияниях, когда объединяются компании, производящие однородные продукты. Однако и тут могут возникать проблемы. Шерер пишет: «Когда сливаются фирмы, производящие однородные продукты, у них уже есть заводы. В краткосрочном периоде трудно демонтировать эти заводы для обеспечения эффекта масштаба производства на уровне предприятия. Исключения, вероятнее всего, обнаруживаются в отраслях, подверженных депрессии или находящихся в упадке. Когда объединяется множество заводов, наименее эффективные единицы могут быть устранены, а наиболее эффективные - поддержаны или даже расширены. Однако можно задать вопрос, зачем тратить столько денег для приобретения завода конкурента с тем, чтобы затем его демонтировать? На него существует несколько ответов. В соответствии с одним из них производство может потребовать сложной комбинации оборудования. В процессе слияния будут сохранены и интегрированы только лучшие единицы каждого из партнеров. Например, одна фирма в сталелитейной промышленности может иметь хорошие печи для обжига и конвертеры, но неэффективные прокатные станы; другая может обладать преимуществом в прокате и завершающих операциях. Достижение интеграции в такой ситуации легко на словах, но не на деле. Это показывает трудности, связанные со слиянием Jones & Langhlin и Republic Steel. Мы должны также задать вопрос, почему необходимая рационализация не может быть достигнута без слияния, например продажей болванок эффективному производителю на более ранней стадии производства независимой фирме для производства проката и последующей его обработки. Заводы, которые предполагается закрыть, также могут быть использованы, поскольку непосредственно требуется не конкретная производственная мощность, а репутация продуктов и контролируемых каналов их реализации, спрос на которую будет удовлетворен наиболее эффективной из доступных единиц. Или, как в случае Вестфальской цементной отрасли, ФРГ, конкуренты могут быть приобретены и затем закрыты, потому что выгоднее выкупить их и устранить ценовую конкуренцию, чем опустить цены ниже средних переменных издержек, заставляя всех производителей нести существенные потери до тех пор, пока слабейший, наконец, не прекратит производство.

Горизонтальные слияния, не ведущие к необходимому закрытию завода или его расширению, могут, тем не менее, принести выгоду эффекта масштаба в долгосрочном плане. Есть два основных сценария. Компания с большим количеством старых заводов, вероятно, должна иметь больше мощностей, подлежащих замещению, чем мелкая фирма, в рамках любого периода времени, при прочих равных условиях. Это может облегчить крупномасштабные инвестиции в замещение мощностей, особенно когда производственные единицы оптимального размера являются огромными техническими сооружениями, как в сталелитейной, цементной промышленности и нефтепереработке. Во-вторых, если все фирмы в отрасли стремятся удовлетворить примерно пропорциональный рост спроса, то компании с наибольшей долей рынка, увеличившейся, помимо всего прочего, через слияния, могут ожидать еще большего

увеличения спроса. Таким образом, они могут быть в большей степени подготовлены к инвестициям в создание новых крупных производственных мощностей. В обоих случаях долгосрочные преимущества от слияния основаны на допущении, что фирмы рассматривают свой потенциал реализации пассивно и не предпринимают активных усилий — например, через ценовую конкуренцию, — чтобы каким-то образом увеличить объем продаж, необходимый для эффективного использования новой мощности. То, что фирмы могут вести себя таким образом, особенно в Европе, подтверждается существенной положительной корреляцией размеров предприятий с их рыночной долей — у ведущих фирм. Однако нельзя пропустить основополагающую причинную связь. Если слияния, как предполагается, обеспечивают реализацию эффекта масштаба, то это происходит именно из-за невозможности предпринимателей конкурировать друг с другом за создание нового предприятия эффективного размера.

Эффект масштаба в производстве какого-либо продукта предлагает несколько иные возможности. Когда сливающиеся фирмы используют схожие производственные цепочки, производство можно быстро переналадить с целью объединить и удлинить производственные периоды. Наиболее яркий пример: слияние в 1969 г. трех английских компаний — производителей антифрикционных подшипников - Ransome and Maries, Hoffmann и Pollard. Две первые продали слишком тесно переплетающиеся линии производства антифрикционных подшипников, параметры которых соответствовали международным стандартам. При последовавшем слиянии производство было частично перенастроено для исключения дублирования и удлинения производственных периодов. В течение трех лет производительность труда выросла на 40% отчасти как прямой результат увеличивающейся специализации, отчасти — за счет простого затягивания поясов. В дальнейшем существенные выгоды ожидалось от введения автоматизированных линий по производству подшипников большого размера — первых в Великобритании» [1, 158 – 159].

Исследования Шерера показали, что слияния мелких фирм с более крупными или в более крупную с целью получения эффекта масштаба производства далеко не всегда приносят ожидаемый результат. И хотя, если исходить из того, что в современной рыночной экономике существует достаточно широкий диапазон оптимальных размеров предприятий, что указывает на неизменность экономической эффективности при изменении масштаба производства, тем не менее, эта самая эффективность зачастую падает для конгломеративных объединений. Причиной тому может служить снижение производительности труда в слившихся компаниях по сравнению с их периодом независимого существования из-за увеличения аппарата управления (бюрократии) со всеми вытекающими последствиями. Кроме того, слияние не гарантирует эффективного управления в дальнейшем. Тот, кто управлял малым предприятием, может переоценить свои силы и не справиться с управлением большим. Особенно, если речь идет о построении империй.

О том, какова была в среднем судьба компаний после слияний, можно прочитать в исследовании Равенскрафта и Шерера: «... Для точного выявления различий в уровне прибыльности компаний по сферам деятельности без слияния, до их расширения через слияния в 50-е годы и присоединения к родительской фирме в результате диверсифицирующих слияний они использовали данные Федеральной комиссии по торговле за 1974—1976 гг. о финансовых неудачах 471 крупной корпорации обрабатывающей промышленности США. Для каждого из почти 6000 слияний, в период с 1950 по 1976 гг., относящегося к 4409 сферам деятельности, Равенскрафт и Шерер выделили методы учета активов. Результаты их анализа сложны. Упрощенно они могут быть суммированы следующим образом:

1. В соответствии с оценками 47% приобретенных компаний впоследствии были проданы. Эти компании имели более высокий уровень прибыльности до слияния, чем в соответствующей отрасли в целом. Однако в среднем их прибыльность была отрицательной за год до продажи. Таким образом, происходило роковое ухудшение деятельности. Доля продаж была существенно выше по конгломерационным приобретениям, чем по горизонтальным и вертикальным слияниям.

2. Компании, стоимость активов которых была объявлена во время приобретения и которые впоследствии не были проданы, испытали умеренное снижение прибыльности, значительная доля этого снижения была результатом бухгалтерской переоценки и лишь незначительная часть — результатом ухудшения эффективности.

3. Компании, стоимость активов которых не была подтверждена и которые не были затем проданы, испытали резкое снижение прибыльности после слияния. До слияния их прибыльность превышала среднеотраслевую более чем в два раза; в среднем за 9 лет после слияния отношение их текущего дохода к активам сравнялось с отраслевыми нормами. С горизонтальными слияниями дело обстояло несколько лучше, чем с конгломерационными. Значительная доля снижения прибыльности была связана с отказом от непомерно высокой оценки активов перед слиянием. Но часть снижения все же могла быть следствием снижения эффективности деятельности.

4. Слияния компаний примерно одинакового размера связаны с получением более благоприятной позиции на рынке для последующей продажи. Их прибыльность слегка выросла по сравнению с периодом до слияния — в соответствии с одной оценкой, и оставалась неизменной — в соответствии с другой.

5. Компании, поглощенные прямо или косвенно в результате тендера, страдали от значительного снижения прибыльности. Однако такое положение почти целиком относится к бухгалтерским манипуляциям. При устранении подобного рода бухгалтерских переоценок средний уровень результативности оказался неизменным».

Хотя исследования Равенскрафта и Шерера были ограничены временным периодом 1974 – 1977 годов и только обрабатывающими корпорациями США, другие исследования не выявили в дальнейшем существенных различий: такая же ситуация наблюдается и в других отраслях и странах. Слияния, как правило, приводили к незначительному улучшению в одних корпорациях и незначительному ухудшению в других. Таким образом, не было дано однозначного ответа на вопрос о пользе или вреде слияний. Слияния умеренно влияют на прибыльность сливающихся компаний в течение 3 – 5 лет после слияния.

С другой стороны, если посмотреть на эффективность слияний в долгосрочной перспективе при условии наличия эффективного управления, то можно заметить и выгоды от слияния:

1. Объединённые ресурсы позволяют гораздо быстрее обновлять производственные технологии, что в свою очередь изменяет модель производства и оптимальный размер компании. Так что в перспективе неэффективная корпорация может стать очень даже эффективной. Например, изменение системы менеджмента корпорации «Боинг» привело к росту её экономической эффективности без изменения размера корпорации.
2. С течением времени слившиеся компании перестают воспринимать друг друга как конкурентов и начинают ощущать себя как части одного целого. Что также повышает производительность труда.
3. Формируются внутрикорпоративные рынки продукции и технологий, которые распределяются между подразделениями корпорации на основе более низких издержек, чем на соответствующих конкурентных рынках (более низкие

цены, приоритетность доступа и т.д.). Это также усиливает позиции объединенной компании.

Обобщая вышеизложенное, отмечу следующее: слияния имеют свои минусы и плюсы. К положительным чертам можно отнести вышеупомянутые выгоды плюс облегченный доступ на рынок капитала. К отрицательным чертам можно отнести снижение эффективности за счет роста бюрократизма и потери управляемости, за счет изменения соотношения факторов производства и возможной потери оптимального уровня производства. История слияний показывает, что в среднем эффективность производства от слияний не изменяется, однако общая эффективность деятельности снижается. Поэтому при обсуждении перспектив слияния как способа повысить

масштаб производства следует тщательно взвесить все факторы, включая те, которые напрямую к производству не относятся, но могут повлиять. Возможно, что медленный рост за счет собственных ресурсов окажется в перспективе гораздо выгоднее, чем быстрые слияния с конкурентами.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Шерер Ф., Росс Д. Структура отраслевых рынков. – М.: ИНФРА-М, 1997.
2. Дэниелс Джон Д., Радеба Ли Х. Международный бизнес: внешняя среда и деловые операции. Пер с англ. – М.: «Делто Лтд.», 1994.

УДК 330.47:339.5:338.26

Прилуцкая Н.А., Кристиневич Н.Д.

РОЛЬ РАЗВЕДЫВАТЕЛЬНОГО ОБЕСПЕЧЕНИЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ В СОВРЕМЕННЫХ УСЛОВИЯХ

История зарождения разведки уходит своими корнями в те далекие времена, когда развивавшиеся социальные взаимоотношения между людьми объединяли их в группы, стратегические интересы которых вступали в конфликт с интересами других групп. Первые упоминания об оперативных мероприятиях тех времен появляются в первых письменных источниках. Это и произведение Гомера «Одиссея», где описаны события по взятию греками Трои – одно из первых дезинформационных мероприятий, являющееся классическим примером организации таких операций; это и материалы русских летописцев, описывавших случаи взятия «языка» из стана монголо-татарских завоевателей. Если в те времена такие операции носили тактический характер и были связаны преимущественно с военными действиями, то в средние века и Новое время с бурным развитием науки, искусств, ремесел и торговли между регионами и государствами, появились ростки стратегической разведки. Это проявилось в форме установления посольских связей между странами, учащении случаев браков между детьми царствующих. Причем такие мероприятия часто «легендировались», т. е. провозглашалась одна цель, например, укрепление военного союза или примирение враждующих народов, а на практике осуществлялся замысел по укоренению традиций, усилению влияния, созданию агентуры и т.д.

При Петре Первом в России создается специальная структура, занимающаяся контрразведкой (в основном) и разведкой «Слово и дело». После этого стремительное развитие получает аналитическая разведка. Собираемая в огромных количествах информация нуждается в систематизации: уже простым клеймением преступников не обойтись – назревает необходимость ведения карточек преступников и их сообщников. К началу прошлого века такой учет был несколько усовершенствован использованием перфорированных карточек, но потребности в обработке и накоплении информационных массивов постоянно росли. Эту проблему частично решило развитие компьютерных информационных технологий.

В наши дни разведки интересуются все больше узкоспециальной технологической информацией. Это отвечает запросам со стороны современного западного бизнеса, характерной чертой которого становится фронтирование других рынков, технологий, разработок, «мозгов». Наибольший интерес вызывают такие области, как компьютерные технологии, телекоммуникации, биотехнологии, новые материалы, энергетика. Бурное развитие этих отраслей и высокие затраты на проведение мно-

голетних НИОКР и внедрение инноваций при больших трудностях с прогнозированием породили ситуацию, когда дешевле содержать структуру по добыче такой информации, чем развивать собственную инновационную базу.

Ситуацию усугубляет то, что в некоторых странах, например, Японии, только в прошлом году промышленный шпионаж был причислен к уголовно наказуемому деянию.

В 1957 г. правительство Японии организовало научно-технологический информационный центр, который ежегодно анализирует 10 000 журналов, в т. ч. 7 000 зарубежных, 15000 технических отчетов и докладов и рассылает более 500000 резюме представителям бизнес-структур. Затраты на разведку составляют в среднем 1,5 % торгового оборота крупных концернов [1]. В середине 70-х годов в Японии был разработан «Проект информационного общества – национальная идея к 2000 году». Сейчас система наблюдения за рынками других стран приобретает в Японии все более глобальный характер [2].

Спецслужбы США также очень плотно работают с бизнес-структурами для реализации интересов своей страны. Кроме того, промышленное законодательство делает возможным получение информации о любом предприятии своей страны и большого количества предприятий мира. В открытом доступе имеются данные о финансовом положении, котировках акций, кредитной истории, налоговых платежах, кадровом потенциале и т. д. Собственные службы бизнес-разведки (далее – БР) имеются практически на всех крупных предприятиях и большинстве средних. В США действует Общество специалистов по конкурентной разведке. В университетах и колледжах ведется подготовка специалистов в этой области, действует огромное количество специальных агентств, оказывающих услуги по информационно-аналитической поддержке бизнеса, проведению бизнес-тренингов и семинаров.

Как область знаний бизнес-разведка формировалась параллельно в разных странах в 50-е годы [3] и может быть определена как активный процесс по поиску, сбору, проверке, обработке и анализу данных по различным аспектам деятельности предприятия с дальнейшим использованием полученной информации для решения конкретных задач его хозяйственной деятельности. «Активность» процесса означает противопоставление мероприятий БР простому мониторингу, соприкосновение области БР с такими науками, как менеджмент, психология, военная разведка.

Кристиневич Наталья Дмитриевна. Студентка 4-го курса Брестского государственного технического университета. Беларусь, БГТУ, 224017, г. Брест, ул. Московская, 267.