

B.6.5. 廠商的擴張與結合

- “擴張”同“結合”嘅結果雖然都係廠商有所增長，或其實係兩個唔同嘅概念。
 - “擴張”係指廠商喺現有嘅架構內嘅增長。
 - ◆ 擴張嘅方式包括有開設分行、生產新嘅產品等。
 - “結合”就係指一間廠商同其他現有廠商合併嘅增長。
 - ◆ 結合嘅方式包括有歸併、收購、同業聯盟等。
- ◇ 喺依課入面我哋其實主要學嘅係“結合”。
 - 課程咁安排可能係因為擴張其實好簡單，只係一間廠商自己擴大、冇咩好講。

結合種類：縱合、橫向、側向和集團結合

- “縱合結合”可以細分為“後向結合”同“前向結合”。
 - “後向結合”係指一間廠商同進行上一工序嘅廠商嘅合併。
 - ◆ 例如製衣廠同製布廠合併。
 - “前向結合”係指一間廠商同進行下一工序嘅廠商嘅合併。
 - ◆ 例如製衣廠同時裝店合併。
- ◇ 如果你分唔清咩係前向、咩係後向。你可以諗成“向前”就係“交俾下一個人”（即下一步做D咩）。“向後”就係前一步做咩。
- ◇ 而喺度講嘅前、後只係一個相對概念。
 - ◆ 例如“製衣廠同製布廠合併”，我哋會以第一個被點名嘅廠商做參考點，因為“製布廠”喺“製衣廠”嘅“上一步”，所以依個係“後向結合”。
 - ◆ 而“製布廠同製衣廠合併”就因為要用“製布廠”做參考點，所以依個係“前向結合”。
- “橫向結合”係指一間廠商同生產近似或直接競爭產品、或進行同一工序嘅廠商結合。
 - 例如電腦生產商 HP 同 Compaq 結合（雖然結合後兩個品牌同繼續存在）。
- “側向結合”係指一間廠商同生產相關但並非直接競爭產品嘅廠商結合。
 - 例如盈科數碼動力（一間提供數碼科技嘅公司）收購香港電訊（主要提供固網電話服務嘅公司），成為“電訊盈科”。兩者雖然唔係直接競爭嘅廠商，但數碼科技同電話服務就係相關嘅產品。
- “集團結合”係指一間廠商同生產不相關嘅廠商結合。
 - 例如飲食店同玩具店合併。
- ◇ 從以上對各種結合嘅種類嘅定義，我哋可以見到分類嘅方法最主要喺睇兩間廠商所生產嘅產品或工序嘅“性質”同“相關性”

動機

- ◇ 其實廠商進行結合嘅動機基本上好簡單，就係要降低成本、擴大規模、賺多 D 錢。不過我哋當然要用一 D 經濟學嘅字眼嚟解釋。
- 廠商進行結合嘅動機可以分為兩大類：
 - 一般動機：即對所有種類嘅結合都適用嘅動機。
 - 特殊動機：唔同種類嘅結合會有一 D “獨有”嘅動機。
- 結合嘅一般動機包括有：
 - 結合可以為廠商帶嚟規模經濟。
 - ◆ 合併後廠商嘅規模通常都會大咗，而產品嘅產量亦因而上升。最終結果係規模經濟發生，而平均生產成本下降。廠商最終嘅盈利因而上升。
 - 結合後廠商可更有效地運用資源。：
 - ◆ 例如結合後嘅廠商可把先前兩間廠商重疊嘅部明或冗員裁減。
 - 例如每間廠商原先都有兩個會計，而其實每間廠商只需 1.5 個會計就可以應付相關嘅工作。因此喺結合後就可以裁減一個會員。
 - 結合有助推廣業務或產品。
 - ◆ 結合後嘅廠商可以將產品歸入兩個廠商當中較成功嘅品牌。咁做有助產品嘅銷量及推廣。
- 除咗以上“一般嘅動機”之外，唔同種類嘅結合都會有一 D 特別嘅動機。
 - 後向結合嘅特別動機：
 - ◆ 因為廠商透過後向結合而同上一工序嘅廠商合併，所以可以確保原材供應穩定（當中包括價格及供應量）。
 - 前向結合嘅特別動機：
 - ◆ 因為廠商透過後向結合而同上一工序嘅廠商合併，所以可以確保原材供應穩定（當中包括價格及供應量）。
 - ◆ 可以令競爭對有變成合作夥伴，這可以減少惡性競爭。
 - ◆ 廠商亦可以擴大市場佔有率。
 - 橫向結合嘅特別動機：
 - ◆ 廠商透過橫向結合可以令競爭對有變成合作夥伴，這可以減少惡性競爭。
 - ◆ 廠商亦可以擴大市場佔有率。
 - ◆ 而最終嘅結果係廠商可以較主動地控制產品嘅市場價格。
 - 廠商往往會因為競爭對有嘅存在而被迫降低產品嘅價格。
 - ◆ 另一方面廠商亦可以透過橫向結合而交換相關嘅生產技術。這樣有助提升生產效率。
 - 側向結合同集團結合嘅特別動機：
 - ◆ 透過側向或集團結合，廠商可以生產更多不同種類嘅產品。
 - ◆ 產品多元化嘅最大好處係可以分散風險，令廠商嘅收入變得更穩定、甚至為廠商提供盈利增長嘅動力。