

УДК 334.758

Р. В. Севастьянов

Запорізька державна інженерна академія, Україна

ОСОБЛИВОСТІ КЛАСИФІКАЦІЇ СИНЕРГЕТИЧНИХ ЕФЕКТІВ

Вивчені особливості поняття «ефект синергії». Особливу увагу приділено з'ясуванню сутності дії закону синергії. Результатом проведених досліджень стала вдосконалена класифікація синергії за видами, формами, напрямками та корисністю.

Ключові слова: синергія, злиття та поглинання підприємств, взаємодія факторів, потенціал підприємства.

Исследованы особенности понятия «эффект синергии». Особое внимание уделено определению сущности проявления закона синергии. Результатом проведенных исследований стала усовершенствованная классификация синергии по видам, формам, направлениям и полезности.

Ключевые слова: синергия, слияния и поглощения предприятий, взаимодействие факторов, потенциал предприятия.

A concept of the «synergy effect» is analysed in the article. Authors place particular emphasis on defining the essence of the manifestation of the law of synergy. As a result of the research conducted, the authors have proposed an improved classification of synergy by its kinds, forms, directions and its relevance.

Keywords: synergy, mergers and acquisitions of enterprises, interaction of factors, enterprise potential.

У сучасних умовах особливий науковий та практичний інтерес становить проблема впливу синергетичних переваг на розвиток потенціалу підприємства та ефективність його функціонування. В цьому контексті актуальним стає дослідження класифікаційних ознак синергетичних ефектів за умов поглинання та злиття підприємств.

Проблеми класифікації синергетичних ефектів розглянуто в працях І. Ансофа, С. Мочерного, С. Федоніна, І. Рєпіна, О. Олексюка, В. Намонюка, В. Балабана, Т. Вашакмадзе, Е. Мартиросяна, А. Сергеева, С. Грибова та багатьох інших [1–11]. Незважаючи на велику кількість науково-методичних розробок у цій сфері, актуальними залишаються подальші дослідження особливостей синергетичних ефектів за умов злиття підприємств або за формування внутрішнього економічного механізму підрозділів холдингових компаній.

Метою статті є з'ясування особливостей «синергії», узагальнення сутності дії закону синергії та удосконалення класифікації синергії за видами, формами, напрямками та корисністю.

Особливий науковий та практичний інтерес становить проблема впливу синергетичних переваг на розвиток потенціалу підприємства та ефективність його функціонування.

Виникнення синергетики як самостійного напрямку наукових досліджень безпосередньо було пов'язано з такими науками як фізика та медицина. Наприклад, термін «синергетика» було використано в лекційному курсі з теорії лазерного випромінювання. Визначення синергізму як економічного явища належить американському вченому І. Ансоффу [1]. Він розглядав синергізм у контексті обставин, пов'язаних з диверсифікацією на підприємстві. Серед цих обставин можна виокремити розширення профілю діяльності, розширення різноманітності виробництва продукції або послуг. Наприклад, за І. Ансоффом, класифікація синергії має

вигляд: синергізм продажів; оперативний синергізм; інвестиційний синергізм; синергізм менеджменту. Також в економічній літературі наведено спрощену класифікацію цієї категорії (три види синергії: виробнича, управлінська і збутова). Під виробничою розуміють спільне використання виробничих потужностей і взаємодію науково-дослідних підрозділів, під управлінською – обмін управлінським досвідом, під збутовою – спільне використання відділеннями фірми збутової мережі, реклами, популярності товарної марки тощо. У працях І. Ансоффа наведено результати досліджень, які свідчать, що очікуваний потенційний синергізм у результаті злиття та поглинань у більшості випадків повністю не реалізується [1, с. 124]. На думку українського вченого-економіста С. В. Мочерного, синергія – це поява нової продуктивної сили або якісно нових джерел розвитку, підвищення ефективності діяльності в результаті поєднання окремих частин, елементів, факторів в єдину систему за рахунок системного ефекту [2, с. 359]. Синергія (грец. – сприяння, співдружність, співучасть) – погоджена, взаємно підсилювальна дія двох або кількох підсистем, що збільшує впорядкованість (що зменшує ентропію) системи в цілому, внаслідок чого єдина система справляє більше враження, ніж всі її підсистеми окремо. У бізнесі синергія означає перевагу від спільної діяльності декількох підприємств (компаній) порівняно з їх розрізненою діяльністю. Існує багато мотивів щодо встановлення мотивації для проведення угод щодо злиття підприємств. Синергетичний ефект проявлятиметься через взаємодію кількох факторів. Результатом такої взаємодії може бути перевищення сумарного результату, який можна було б отримати від цих факторів окремо один від одного.

Синергія може вимірюватися у відсотках повернення на капітал (міра повернення). Іншими словами, на скільки відсотків ефекти синергії збільшують/зменшують вартість капіталу інвесторів у капіталі підприємства. Також до ефекту синергії можна відносити взаємодію елементів системи (підприємства).

Єдиного визначення, що називається синергією в бізнесі, не створено. Це одне з багатозначних понять, про яке існує безліч інформації на рівні описів, бо зобразити його важко. Наприклад, дослідник С. Ю. Грибов розглядає синергію як з точки зору злиття та поглинання підприємств, так і з точки зору внутрішнього економічного механізму наявних підрозділів холдингу з урахуванням можливого розвитку потенціалу підприємства [7, с. 421].

Метою синергізму може бути одночасне використання ресурсів однієї частини компанії іншою без додаткових витрат. Ефект синергії може виражатися не лише в зростанні обсягів реалізації продукції і чистого прибутку, а також у збільшенні ринкової вартості інтегрованих компаній. Можна зробити висновок, що невдалі спроби реалізації синергетичних ефектів спостерігаються набагато частіше, ніж успішні. В процесі дослідження встановлено кілька напрямів цільового використання ефектів синергії основної частини стратегії розвитку промислового підприємства. Серед них можна відзначити ноу-хау, спільне використання ресурсів, автоматичну дію синергетичних ефектів, каналну дію синергетичних ефектів, примусову дію синергетичних ефектів, зосередження на ключових функціях, оптимізацію використання ресурсів підрозділами підприємства.

Для досягнення максимальної ефективності бізнесу можна використовувати, зокрема, розширення номенклатури продукції підприємства. Ідея полягає в тому, що об'єднання окремих виробництв у загальну систему дозволяє поліпшити вихідні показники ефективності за рахунок додаткової економії від масштабу виробництва.

Розглянемо основні чинники, які впливають на результати злиття підприємств. У міжнародній практиці використовують термін «злиття і поглинання підприємств». Головною метою процесу об'єднання компаній є створення вартості (синергетичний ефект). Найчастіше як головну мету консолідаційних процесів згадують максимізацію вартості новоствореної установи. В основі цього підходу лежить ефект синергії, який проявляється через якісне та кількісне перевищення показників діяльності об'єднаної організації над простим сумарним результатом частин, що функціонують окремо. Наслідком позитивної реакції ринку на таке покращення діяльності і є підвищення вартості. Короткостроковий синергетичний ефект можна отримати за рахунок усунення функцій, що дублюються, активів і процесів, стимулювання зростання доходів та забезпечення стабільного функціонування бізнесу. Це може допомогти новій компанії реалізувати приховані можливості, які з'являються лише в результаті підвищення її економічної ефективності. Наприклад, це може виражатися у виході на нові ринки і розробці нових технологій. Також до прихованих можливостей можна віднести реінжиніринг традиційних бізнес-процесів, спільне використання активів та самодосконалення.

Злиття та поглинання надають можливість підприємству підвищити виробництво продукції за достатньо короткі терміни. Такі угоди можна розглядати як форму реструктуризації підприємств. Головною метою угод щодо об'єднання підприємств може бути підвищення виробничої потужності, диверсифікація, розширення тощо.

Розглянемо основні фактори, які впливають на оцінку потенціалу зростання підприємства. Серед них можна виділити темпи зростання доходу, продажів та віддачу на вкладений капітал.

Короткострокові синергетичні ефекти є важливим джерелом створення вартості під час злиття компаній. Резерви компанії можна використовувати завдяки посиленню позицій у стосунках з постачальниками, збільшенню розміру компанії або зниженню вартості фінансування.

У процесі інтеграції буває складно забезпечити стабільну роботу компанії на перехідний період. У початковий період злиття продуктивність праці може знизитися на 5–10 %, що потенційно може загрожувати зниженням доходів. Зміни в організаційних структурах, процесах і системах за злиття та поглинання підприємств можуть створювати атмосферу невизначеності.

Як критерії успіху дослідники розглядають такі можливі результати злиття та поглинання підприємств: збереження вартості, створення вартості та руйнування (втрата) вартості. Таким чином результатом створення вартості є комерційна, операційна, сервісна та/чи фінансова синергія [6, с. 82].

Синергетичні ефекти можуть бути не пов'язані із скороченням витрат. Наприклад, можна отримати додаткове джерело доходу за рахунок перехресних продажів, вирівнювання цін, вивільнення активів. Іноземні вчені, в основному, проводять аналіз мотивів консолідації та можливості підвищення акціонерної вартості новостворених установ [4].

До видів синергії, які доцільно розглядати, можна віднести виробничу, інноваційну, інвестиційну, кадрову, управлінську, фінансову, операційну, маркетингову, функційну, а також синергію продажів та синергію збільшення вартості.

Синергія може мати пряму й опосередковану користь. Пряма користь припускає збільшення чистих грошових потоків від якнайповнішого використання потенціалу підприємства. Вона можлива за операційної, управлінської і фінансової

синергії. Операційна синергія – це економія на операційних витратах за рахунок взаємодії маркетингового, фінансового та логістичного потенціалу. Управлінська синергія – це економія за рахунок оптимального формування потенціалу організаційної системи управління. Фінансова синергія – це економія за рахунок змін підходів до формування фінансового потенціалу підприємства. Опосередкована користь – це збільшення вартості потенціалу підприємства або зміна мультиплікатора ціна/прибуток.

Важливо відзначити, що в багатьох випадках негативний напрям синергії має автоматичну дію. А в свою чергу позитивний напрям потребує пошуку раціональних управлінських рішень.

У табл. 1 наведено удосконалену класифікацію складових поняття «синергія».

Таблиця 1

Класифікація видів, форм, напрямів та корисності синергії

Синергія			
Види	Форми	Напрями	Корисність
1. Виробнича 2. Інноваційна 3. Інвестиційна 4. Кадрова 5. Продажів 6. Управлінська 7. Фінансова 8. Збільшення вартості потенціалу 9. Операційна 10. Маркетингова 11. Функційна	1. Автоматична 2. Канальна 3. Примусова	1. Позитивна 2. Негативна	1. Прямая 2. Опосередкована

Ця класифікація у вигляді таблиці дозволить студентам більш якісно опанувати тему «Формування потенціалу підприємства» під час вивчення нормативної дисципліни «Потенціал і розвиток підприємства». На основі аналізу наукових публікацій та власних досліджень автор виокремить чинники, які перешкоджають визначенню реального синергетичного ефекту. До них можна віднести інформаційні недоліки про угоду, тривалість аналізованого періоду після підписання угоди та обмеження можливості відтворення результатів угоди. Іншою важливою причиною вказаної суперечності можуть бути відмінності інтересів різних груп акціонерів.

До ефектів синергії також можна віднести:

– економію на зменшенні постійних витрат за збільшення масштабів виробництва;

– збільшення вартості акцій об'єднаної компанії таким чином, що ринкова капіталізація перевищує сумарну ринкову капіталізацію обох фірм до злиття (проявляється за умов, коли ринок уважає, що придбано недооцінену компанію);

– зменшення ставок кредитування бізнесу.

Важливим є той факт, що в більшості операцій відбувається передача додаткового синергетичного ефекту покупцем акціонерам підприємства (акції якого купують). Можна припустити, що таке становище пов'язане з некоректною оцінкою підприємств потенційного синергетичного ефекту. Кожен із відмічених видів синергії може реалізуватися в автоматичній, каналній та примусовій формах. Автоматична форма означає, що взаємозв'язки встановлюються шляхом безпосередніх контактів між різними бізнесами. Канальна форма означає, що

штаб-квартира корпорації повинна визначити і підтримувати ефективний спосіб комунікації між бізнесами для появи бажаної синергії. Примусова форма необхідна у випадках, коли вигоди від кооперації видно для корпорації в цілому, але вони неочевидні для окремих бізнесів.

Висновки. Отже, синергія є однією з важливих переваг, які недоступні для повторення конкурентами підприємства. Правильно використані переваги синергії здатні в 2–5 разів збільшити економічний прибуток середнього підприємства. Проте управління синергією вимагає відповідних знань, навичок, здібностей персоналу й організації, умов, що дозволяють їх застосувати.

Синергія є результатом цілеспрямованого управління. Вона не виникає сама собою як випадковий ефект. Спостереження за реальними підприємствами дозволили висунути таку гіпотезу, що незнання об'єктивних законів синергії не звільняє підприємство від результатів негативної синергії. Синергію для публічних компаній оцінює ринок. Для непублічних компаній її можна оцінити в межах моделі дисконтування грошових потоків з окремим виміром вигод і витрат центру, шляхом оцінки корпоративного бренду.

У статті запропоновано вдосконалену класифікацію видів, форм і напрямів синергії.

Бібліографічні посилання

1. **Ансофф И.** Стратегическое управление / И. Ансофф. – М. : Экономика, 1989. – 519 с.
2. Економічна енциклопедія : у 3 т. / [редкол. : С. В. Мочерний (відп. ред.) та ін.]. – К. : Академія, 2002. – Т. 3. – 951 с.
3. **Федонин О. С.** Потенціал підприємства: формування та оцінка : навч. посіб. / О. С. Федонин, І. М. Рєпіна, О. І. Олексюк. – К. : Київський нац. економічний ун-т, 2004. – 316 с.
4. **Намонюк В. Є.** Ефективність міжнародних злиттів і поглинань в банківській сфері: роль синергетичних вигод / В. Є. Намонюк // Економічний простір. – 2008. – № 10. – С. 19–25.
5. **Балабан В. А.** Синергия: сферы проявления и источники получения / В. А. Балабан // Вестник Тихоокеанского государственного экономического университета. – 2006. – № 3. – С. 90–98.
6. **Вашакмадзе Т. Т.** Модель управления стейкхолдерами в сделках слияний и поглощений [Электронный ресурс] / Т. Т. Вашакмадзе, Э. Г. Мартиросян, А. А. Сергеева // Корпоративные финансы : электронный журнал. – 2013. – № 26. – Режим доступа : http://www.cfjournal.hse.ru/data/2013/08/12/1291483580/cfi_26_81_89_Vashakmadze.pdf
7. **Грибов С. Ю.** Особенности расчета синергетического эффекта в холдинге [Электронный ресурс] / С. Ю. Грибов. – Режим доступа : http://www.mmf.spbstu.ru/mese/2013/419_425.pdf
8. **Севастьянов Р. В.** Проблемы классификации синергетических эффектов в экономике / Р. В. Севастьянов // Науковий вісник молодих вчених Запорізької державної інженерної академії : зб. наукових праць. – Запоріжжя : Запорізька держ. інженерна академія, 2011. – № 2(3). – С. 149–153.
9. **Занг В. Б.** Синергетическая экономика. Время и перемены в нелинейной экономической теории / В. Б. Занг; [пер. с англ.]. – М. : Мир, 1999. – 335 с.
10. **Портер М. Е.** Конкурентное преимущество: Как достичь высокого результата и обеспечить его устойчивость / М. Е. Портер. – М. : Альпина Бизнес Букс, 2005. – 714 с.
11. **Ivanov A.** Genesis of synergetic approach in researches of m&a: Dethronement of themain myth about the synergy [Электронный ресурс] / A. Ivanov // South ural state university. – 2013. – 3 September. – Режим доступа : <http://www.mpra.ub.uni-muenchen.de/50307>

Надійшла до редколегії 04.04.2014