

ПРЕИМУЩЕСТВА СИНЕРГЕТИЧЕСКОГО ЭФФЕКТА ДЛЯ ГРУППЫ КОМПАНИЙ

Аннотация. Рассматриваются ключевые преимущества синергического эффекта в холдингах. Объединение предприятий является важным шагом для достижения синергического эффекта, т. е. пользы для этих предприятий от динамичного взаимодействия и совместной деятельности.

Ключевые слова: синергический эффект, синергизм, корпорация, холдинговые структуры, преимущество.

Опыт успешных корпораций показывает, что интеграционные образования в виде единого хозяйственного механизма имеют в своей основе конкурентные преимущества, выражающиеся в таком эффекте совместной деятельности, при котором затраченные объединенные усилия выше суммы индивидуальных усилий. Данный эффект выражает свою сущность за счет получаемой пользы от взаимодействия и сотрудничества и имеет название синергии.

Под синергическим эффектом принято понимать увеличение эффективности деятельности компании в результате интеграции отдельных частей в единую систему за счет так называемого совокупного системного эффекта, эмерджентности (свойства системы, которые не присущи ее элементам в отдельности, а возникают благодаря объединению этих элементов в единую, целостную систему) [1].

Закон синергии состоит в том, что любая сложная динамическая система стремится получить максимальный эффект за счет своей целостности, а также стремится максимально использовать возможности кооперирования для достижения эффектов [3].

При исследовании синергических эффектов выделяют следующие возможные виды эффектов:

- эффект масштаба – эффект, образующийся в результате реализации широкомасштабных действий. Например, компании снижают свои затраты и увеличивают прибыль за счет производства больших

партий продукции, организуя при этом отделы службы маркетинга, логистики и сбыта;

- эффект интеграции – эффект от преимуществ, которые получает отдельное структурное подразделение, входящее в состав корпоративного объединения, при организации всех процессов движения товара от стадии производства к стадии потребления;

- эффект комплексных преимуществ – эффект, сущность, которого заключается в том, что при крупных поставках выгод гораздо больше, чем от каждой отдельной поставки;

- эффект конгломерата – эффект, который значит, что с ростом количества структурных подразделений в холдинге количество финансовых и коммерческих рисков распределяется между ними, способствуя их уменьшению.

Компании, входящие в интегрированные холдинговые структуры, имеют статистически значимые преимущества в следующих моментах запуска нового проекта:

- 1) получение доступа к технологии производства;
- 2) определение желаемых потребителями спецификаций продукции;
- 3) разработка продукции в соответствии со спецификациями;
- 4) достижение «взаимопонимания» с производителями аналогичной продукции;
- 5) проведение раскрутки товара;
- 6) создание (освоение) новых каналов сбыта.

Холдинговые корпорации имеют синергические способности, оказывающие большое влияние в таких областях как маркетинговая деятельность (выпуск на рынок товара), инновационная деятельность (новые технологии и конструирование товара) и административная поддержка входящих в состав корпорации предприятий (контакты с государством и с конкурентами) [1].

Выделяют следующие наиболее характерные для российского рынка формы проявления эффекта синергии:

- экономия на гибкости товародвижения достигается в 80 % всех сделок слияний и поглощений;

- расширение спектра оказываемых услуг (номенклатуры выпускаемой продукции) имеет место в 40 % случаев;

- рост занимаемой доли рынка и чистой выручки – 40 %;

- финансовая синергия и повышение инвестиционной привлекательности новой структуры – 30 %;

- расширение сырьевой базы – 30 %;

- обход квот и масштабов и выход на мировой рынок – 30 %;

- повышение эффективности работы с поставщиками (снижение закупочных цен, обеспечение регулярности поставок) – 30 % и т. д. [2].

Происходит создание и распределение синергетических эффектов, проявляющихся при объединении входящих в холдинговую корпорацию бизнесов. Когда корпорация не только имеет эффект синергизма, но и умеет этим эффектом управлять, тогда корпорация приобретает специфическое конкурентное преимущество, реализующееся на уровне холдинга в целом и, в конечном счете, проявляющееся в приобретении продукцией уникальных свойств или получении дополнительной прибыли.

Управление холдинговой структурой должно быть выстроено и организовано так, чтобы можно было реализовать потенциальный синергизм от каждого звена интегрированной структуры. В случае если холдинговые объединения не будут использовать синергизм своих структурных подразделений, они не будут иметь по-настоящему значимых преимуществ перед малыми компаниями. Именно синергизм позволяет холдингам ускорить внедрение инвестиций, добиться увеличения объемов продаж продукции, работ и услуг, сократить издержки и расходы на управление, обеспечить экономию важнейших ресурсов [1].

Таким образом, ключевой целью создания группы компаний, т. е. холдинга является получение существенных преимуществ в различных сферах бизнеса холдинга, благодаря использованию синергизма структурных подразделений. А объединение отдельных частей бизнеса в единую систему и управление данной системой с целью добиться потенциального синергизма приносит холдингу многогранную пользу, выражающуюся в снижении затрат, уменьшении рисков и увеличении прибыли.

Список литературы

1. Глушенко М. Е. Синергия как цель интеграции в холдингах / М. Е. Глушенко // Сиб. торг.-экон. журн. – 2012. – № 15. – С. 11–14.
2. Чернова Е. Г. Методологические принципы и механизм интеграции хозяйственных образований : автореф. дис. ... д-ра экон. наук : 08.00.05 / Е. Г. Чернова; С.-Петерб. гос. ун-т. – СПб., 2011. – 42 с.
3. Грунина О. А. Формирование финансового синергетического эффекта в экономике России : автореф. дис. ... д-ра экон. наук : 08.00.05 / О. А. Грунина ; Рос. гос. соц. ун-т. – М., 2011. – 42 с.