

УДК 330.147

К. П. Кравець,

аспірант, Київський національний торговельно-економічний університет

СИНЕРГІЧНІ ЕФЕКТИ ПРИ СУЧАСНИХ ПРОЦЕСАХ КОНЦЕНТРАЦІЇ ВИРОБНИЦТВА

У статті розглянуто теоретичні аспекти прояву синергічних ефектів при сучасних концентраційних процесах. Досліджено основні форми прояву синергічних ефектів на прикладі харчової промисловості.

The article deals with theoretical aspects of display synergistic effects with modern concentration processes. The basic forms of the example of the food industry.

Ключові слова: концентрація виробництва, синергія, синергічні ефекти, харчова промисловість.
Key words: concentration of production, Synergy, synergistic effects, food industry.

ВСТУП

Процеси глобалізації та концентрації виробництва відбуваються зараз у всіх сферах економіки. Вони якісно і кількісно впливають як на окреме підприємство, так і на економіку держави загалом. Актуальність теми дослідження зумовлена сучасними викликами, що виникли перед українською економікою та пов'язані, в першу чергу, з необхідністю глибокої модернізації та переходу на нову — інноваційну траєкторію розвитку. Вирішення цих завдань ускладнене тим, що функціонування української економіки характеризується низкою фундаментальних протиріч. Серед породжуваних ними негативних особливостей вітчизняної економіки — недостатньо ефективні державне управління, захист прав власності, умови для інтенсивного розвитку підприємництва, високий рівень корупції. Аналіз цих проблем у сучасних умовах вимагає урахування синергетичних ефектів, що дозволяє підвищити обґрунтованість та дієвість економічної політики. Аналогічно цьому при дослідженні економічної циклічності необхідно брати до уваги її синергетичну природу, яка чинить істотний вплив на особливості прояву циклічної динаміки в реальних економічних системах.

Нелінійність і складність, що характеризують економічну систему, а також наявність у ній величезної кількості зворотних зв'язків зумовлюють синергетичну природу багатьох економічних явищ і приводять до виникнення численних синергетичних ефектів, що змінюють якісну сторону функціонування національної економіки. Дослідження економічної системи без належної уваги до таких ефектів веде до неповного або навіть некоректного розуміння притаманних їй об'єктивних закономірностей

і недостатньо ефективного управління на практиці.

Використання методології синергетики в економічних дослідженнях в даний час стає все більш поширеним, оскільки дозволяє по-новому, у порівнянні з більш ранніми методологічними підходами, виявляти нерегулярні ефекти, що існують в економічній дійсності, більш глибоко розуміти природу їх виникнення, ідентифікувати їх і відповідним чином впливати на перебіг економічних процесів. Осмислення природи і особливостей прояву синергетичних ефектів дозволяє організовувати управління економікою на якісно новому рівні, заснованому на уявленнях дискретності і стійкості траєкторій економічного розвитку. Присутність синергетичних ефектів у економіці вимагає нових підходів до прогнозування, планування, регулювання на різних рівнях — від економіки окремої фірми до економіки всієї країни.

В основі вивчення природи, механізмів прояву та змісту синергетичних ефектів лежать фундаментальні роботи Г. Ніколіс, І. Запрожіна, І. Стенгерс, Г. Хакена, а також дослідження вітчизняних вчених В. Арнольда, Є. Князевої, С. Курдюмова, Г. Малінецької, Д. Трубецького, Г. Шустера. Ідеї синергетики стосовно вивчення економічних систем знайшли істотний розвиток у роботах В.-Б. Занга, Е. Петерса та ін.

У той же час слід визнати, що між роботами, присвяченими побудові кількісних моделей синергетичних ефектів у економіці, і роботами, що зачіпають виключно якісні аспекти таких ефектів, в даний час існує великий розрив. Так, у більшості кількісних досліджень синергетичних ефектів у економіці наводиться недостатнє емпіричне обґрунтування отриманих висновків, а також порівняно слабо розкриті якісні особ-

ливості і наслідки виникнення в економічній системі синергетичних ефектів. Багато якісних досліджень синергетичних явищ в економіці, навпаки, надмірно абстрагуються від їх раціональної основи. Таким чином, потреба у вивченні якісного боку синергетичних ефектів в економіці з урахуванням їх раціональної природи, а також в емпіричній перевірці гіпотез про існування і особливості прояву синергетичних ефектів в українській економіці визначила вибір теми, мету і завдання дослідження.

Мета дослідження — проаналізувати передумови виникнення та особливості прояву синергетичних ефектів в сучасній економіці для забезпечення можливості їх врахування при дослідженні явищ економічної циклічності; самоорганізованих форм просторового економічного розвитку; чинників, що перешкоджають переведенню національної економіки на інноваційний тип розвитку.

ПОСТАНОВКА ЗАДАЧІ

Вивчення особливостей прояву синергетичних ефектів у сучасній економіці дозволить глибше проаналізувати фактори, що перешкоджають переведенню національної економіки на інноваційний шлях розвитку; осмислити особливості економічної циклічності, викликані її синергетичною природою; розвинути теоретичну базу для розробки економічної політики, націленої на стимулювання ефективного і якісного економічного зростання за рахунок розвитку приватної ініціативи, в тому числі, що виявляється у формі самоорганізуючихся регіональних кластерів.

РЕЗУЛЬТАТИ

Вивчення синергетичних ефектів у економіці базується на висновках кейнсіанської, посткейнсіанської, неокласичної, інституціональної, еволюційної економічних теорій, а також на досягненнях сучасної синергетики і математики.

Синергетичний ефект в економіці є результатом кооперативного дії елементів економічної системи, що приводить до зміни якісного стану економіки і траєкторії її розвитку, а також до утримання економіки на стійкій траєкторії розвитку, незважаючи на екзогенні шоки і ендегенні флуктуації. Таке розуміння синергетичного ефекту в економіці дозволяє побудувати досить широку класифікацію синергетичних ефектів, що не обмежується лише випадками, коли $2 + 2 = 5$ і коли виявляється більш доречним говорити про синергічну (тобто про синергію), а не синергетичному ефекті [11, с. 54].

Автори вважають стратегію способом досягнення синергії. Окландер М.А. у рамках дослід-

ження функціональності взаємодії компонентів логістичного ланцюга підприємства зазначає: "Компоненти, об'єднані в логістичну систему, діючи на комбінованій основі, повинні отримувати більший результат, ніж сумарні можливості їх індивідуальних безсистемних дій. Збільшення результату називають синергійним ефектом, чи ефектом взаємодії, якого поза системою досягти неможливо. Синергізм виникає, коли частини системи функціонують як взаємопов'язані. ... Коли існує дисбаланс між компонентами системи, то реальні збитки за масштабами наближаються до потенційних, зменшуються прибутки. Для досягнення балансу необхідно і достатньо, щоб між компонентами існувала координація на основі системного підходу" [1, с. 79].

Ураховуючи певну неусталеність понятійного апарату синергійної концепції, пропонуємо у межах нашого дослідження під синергійним ефектом концентрації виробництва підприємств розуміти зміну, що полягає у поєднанні таких елементів укрупнення, при яких потенціал буде значно перевищувати (чи знижувати) суму потенціалів, що входять до її елементів, що зумовлюється виникненням так званого системного ефекту (ефекту емерджентності) та супроводжується частковою втратою кожним з елементів їх стратегічної автономності (або незалежності у прийнятті стратегічних рішень). Одразу слід зауважити, що подібний ефект може мати як позитивний (безпосередньо синергійний), так й негативний (або диссинергійний) прояв, про що у відповідних теоретичних дослідженнях згадується нечасто. Диссинергія може бути зумовлена високими витратами, що виникають у процесі укрупнення підприємства або внаслідок зниження керованості більш складною системою.

1. Позитивний ефект можна записати у вигляді такої нерівності " $2+2>5$ ". На нашу думку, позитивний синергійний ефект при укрупненні виробництва підприємств харчової промисловості проявляється у скороченні витрат за заданого рівня доходу, збільшення доходів за заданого рівня витрат або в разі збільшення доходів з одночасним скороченням витрат (ефект "подвійного синергізму") [4, с. 11].

Як приклад позитивного синергійного ефекту в харчовій промисловості можна навести наступні приклади. Швейцарська компанія Nestle у 1998 р. придбала лідера вітчизняного кондитерського ринку фабрику "Світоч", у 2003 р. була куплена компанія "Волинь-холдинг" (ТМ "Торчин"), а в 2010 р. — ТОВ "Техноком" (ТМ "Мівіна"). Синергійний ефект від об'єднання цих компаній виражається у правильному розподілі зусиль. Керівництво компанії здійс-

нюється з єдиного офісу (починаючи з розробки стратегії і закінчуючи поставками сировини та упакування), а тому фабрики можуть сконцентруватися лише на виробництві. Завдяки об'єднанню в українських компаній з'явилися джерела дешевшої сировини, зникли проблеми з обіговими коштами. У той же час Nestle змогла не тільки розширити асортиментну лінійку солодощів в Україні, але й вийти в лідери українського ринку соусів.

Ще одним прикладом є придбання американським концерном PepsiCo одного з лідерів вітчизняного ринку соків компанію "Сандора". Новий генеральний директор "Сандори" визначає синергію, яка отримана внаслідок угоди, тим, що у PepsiCo з'явилася можливість зайняти лідируючі позиції в усіх категоріях напоїв в Україні, а для "Сандори" синергія виражається в придбанні потужних інвесторів, можливості працювати в новому ринковому сегменті, а також в отриманні досвіду з діяльності системи Pepsi в інших країнах.

Наступним прикладом зазначимо, що фактично основна мета створення спільного підприємства ЗАТ "Оболонь" та групи "Петросоюз" полягає у тому, щоб замкнути та оптимізувати ланцюг "виробництво — експортний збут" (зазначимо, що вся продукція, вироблена в рамках створеного спільного підприємства на додаткових виробничих потужностях буде експортуватись на ринок країн США); домогтись мінімізації собівартості продукції; забезпечити перехід до програм тотального управління якістю за рахунок тестування вихідної сировини та матеріалів, забезпечити їх високу якість.

Основними перевагами створення спільного підприємства для ЗАТ "Оболонь" є використання спільних каналів збуту продукції на ринках країн США (в даному випадку це канали збуту групи "Петросоюз", яка зуміла налагодити ефективну систему збуту майже в усіх країнах США).

Негативний ефект (диссинергія) можна записати у вигляді такої нерівності $2+2<5$. У цьому випадку синергетичний ефект може проявлятися через збільшення витрат за заданого рівня доходу, зменшення доходів за заданого рівня витрат або в разі зменшення доходів з одночасним збільшенням витрат. Ми вважаємо, що такий вплив має тоді, коли дія факторів макросередовища, елементів (та їх складових) укрупнення, інструментів концентрації виробництва (зокрема) має взаємно протилежне спрямування або не є визначальною причиною для справжніх зрушень.

Основна причина реструктуризації компаній у вигляді злиття і поглинань полягає в прагненні

отримати та посилити синергетичний ефект. Як зазначають Е. Н. Князева і С. П. Курдюмов, синергетичне світобачення дозволяє по-новому підійти до проблеми ефективного управління розвитком складних систем (соціоприродних, екологічних, економічних) [2, с. 160].

Суть синергетичної теорії полягає в тому, що при злитті виникає нова корпорація, яка може використовувати ряд переваг (синергій), які з'являються в результаті об'єднання ресурсів цих корпорацій. Синергетична теорія злиття ґрунтується на тому, що менеджери як корпорації-цілі, так і корпорації-покупця діють у найкращих інтересах своїх акціонерів, тобто усі їхні зусилля спрямовані на максимізацію добробуту останніх. У припущеннях синергетичної теорії менеджери корпорації-покупця і корпорації-продавця будуть зацікавлені в проведенні злиття тоді, і тільки тоді, коли це злиття збільшує чисте добробут їх акціонерів. Отже, основний мотив для менеджменту корпорації-покупця при проведенні злиття або поглинання полягає в спробі отримання синергетичних ефектів [3, с. 10].

Синергетичний ефект в економіці може виникнути в результаті:

— операційної економії (операційної синергії), основними різновидами якої є економія на масштабі, що проявляється в зниженні витрат на одиницю продукції, як правило, за рахунок зниження частки постійних витрат у загальному обсязі витрат, а також економія на охопленні, що виникає внаслідок можливості виробляти (надавати) більшу кількість найменувань товарів (послуг), використовуючи наявні основні фонди, сировину і матеріали [4, с. 19]. Як правило, саме цю мету переслідують корпорації в горизонтальних і вертикальних злиттях [5, с. 18];

— ефекту агломерації, при якому витрати на одиницю продукції при отриманні доданої вартості стосовно до товару зменшуються на фіксований відсоток при кожному подвоєнні обсягу продукції (емпіричні дані показують, що темп зниження витрат на одиницю товару становить: для корпорацій автомобільної промисловості — 12%, сталеливарних і літакобудівних корпорацій — 20%, для корпорацій, які спеціалізуються на виробництві напівпровідників, — 40% [6, с. 936]);

— розширення номенклатури продукції, що випускається в результаті об'єднання окремих виробництв в загальну систему і ефекту комбінування взаємодоповнюючих ресурсів (невеликі корпорації, з одного боку, досить часто виробляють продукцію, якої потребують більш великі корпорації або корпорації, які хотіли б розширити свій виробничий асортимент за ра-

хунок цієї продукції, але створення аналогічних власних виробництв було б для подібних корпорацій економічно невідповідним проектом. З іншого боку, невеликі корпорації часто стикаються з проблемою нестачі фінансових ресурсів для фінансування своїх нових і вже існуючих проектів [7, с. 512]). Таким чином, у результаті інтеграції компанії здобувають відсутні у них ресурси і активи дешевше, ніж вони могли б обійтися при самостійному їхньому створенні кожною компанією;

— підвищення ефективності роботи з постачальниками в результаті придбання додаткового важеля зниження закупівельних цін шляхом збільшення сукупного обсягу закупівель, придбання тим самим можливості користуватися додатковими знижками і шляхом прямої загрози зміни постачальника. Наприклад, при зниженні витрат на постачальницьку діяльність всього на 10% цілком реально збільшити прибутковість компанії на 10—20% [7, с. 16];

— функціональної синергії (коли цільова фірма виявляється більш сильною в тих сферах функціонування, де фірма-покупець проявляє слабкість) [6, с. 936] та взаємодоповнюваності в сфері НДДКР (скорочення витрат на НДДКР досягається за рахунок того, що корпорація-покупець може використовувати науково-дослідні центри придбаної корпорації, а також її працівників для розробки і впровадження нових продуктів, товарів і послуг на ринок [8, с. 11]). А. Г. Грязнова і М. А. Федотова називають даний ефект "ефектом доповнення, коли система заповнює бракуючі елементи, яких бракує" [8, с. 12];

— централізації маркетингу, або, за визначенням І. Ансоффа, "торгового синергізму" (в результаті — можливості реалізації стратегії "пов'язаних продажів", можливості пропонувати дистриб'юторам більш широкий асортимент продуктів і використовувати загальні рекламні компанії, що дозволяє уникнути нових інвестицій у розвиток збутової мережі та просування продукту);

— різниці в ринковій ціні компанії і вартості її заміщення: найчастіше простіше купити діюче підприємство, ніж створити нове;

— зростання ринкової потужності через зниження конкуренції та можливості конкурувати за великі, в тому числі державні, контракти, отримання яких забезпечує високий рівень завантаження виробничих потужностей. Основним індикатором збільшення монополістичної міцності корпорації прийнято вважати отримання корпорацією більш високих прибутків в порівнянні з рештою корпораціями в галузі. Емпі-

ричні дані свідчать, що збільшення частки ринку в середньому на 10% супроводжується збільшенням прибутку на 5% [10, с. 35]. Зокрема, джерелом отримання більш високих прибутків може бути використання статусу "лідера ринку": великі корпорації, що є лідерами своєї індустрії, ніколи не забувають згадати про цей факт у своїх рекламних компаніях, причина цього полягає в тому, що на покупців подібний статус сприятливо впливає. Емпіричні дослідження поведінки купівельного попиту підтверджують: окремі люди схильні до копіювання дій натовпу, більш того, покупець оцінює продукцію за такими характеристиками, як розмір випустила її корпорації, кількість років, протягом яких існує корпорація, і її репутація [10, с. 39];

— прискорення руху компанії за стратегічною траєкторією: швидше вирішуються задачі росту (зростає швидкість розширення ринку, створення / зміцнення займаної ринкової ніші, створення нових продуктів). Синергетичний ефект, пов'язаний зі створенням стратегічних переваг, виділив Хіроюкі Ітамі в дослідженні в сфері підвищення ефективності використання ресурсів. Він пов'язує синергізм з використанням "ефекту безбілетника", коли ресурси, що акумулюються в одній частині компанії, використовуються одночасно і без будь-яких витрат іншими її частинами. Прикладом такого синергізму є використання сильної торгової марки для виведення на ринок нових товарів, використання сприятливого іміджу компанії для залучення клієнтів до нової продукції або використання наукових, виробничих та управлінських напрацювань у різних напрямках діяльності компанії, тобто до ресурсів, потенційно, здатних до створення синергетичного ефекту, Ітамі відносить активи, засновані на інформації [10, с. 27];

— збільшення політичного впливу компанії у регіоні / країні для відстоювання своїх інтересів, подолання законодавчих бар'єрів, обмежень та зниження національних ризиків за рахунок міжнародної диверсифікації;

— пом'якшення впливу факторів ділового ризику, що може виражатися в зниженні розмаху коливань надходжень від продажу товарів та послуг, стабілізації припливу грошових коштів від операцій компанії за рахунок формування портфеля активів з різними життєвими циклами і об'єднання компаній різного профілю діяльності (ефект диверсифікації) [12, с. 512];

— фінансової економії: об'єднання компаній може зробити внесок у зміцнення платоспроможності, поліпшити покриття виплат за позиковими коштами за рахунок додаткових грошових потоків і, в кінцевому рахунку, привести до

зниження фінансового ризику компанії, а отже, до зниження витрат на капітал, здешевити його залучення і полегшити доступ до нього. Розмір компанії нерідко сам по собі є гарантом стабільності і дозволяє отримати більш вигідний кредитний рейтинг: фінансові організації дорожать великими клієнтами, що дозволяє компанії ефективніше використовувати інструмент тиску. Нерідко вагомою причиною злиттів і поглинань є скорочення податкових платежів у разі, коли високоприбуткова фірма, яка несе високе податкове навантаження, купує компанію з великими податковими пільгами, які будуть використані для створеної корпорації в цілому. Фінансова синергія особливо чітко простежується в разі конгломеративної злиття. Так, у 1971 р. Вілбур Левелленом була запропонована чиста фінансова раціональність конгломеративного злиття, відома тепер також як ефект страхування корпоративного боргу. Левеллен показав, що злиття двох і більше корпорацій, потоки прибутку яких не корелюють між собою, знижує ризик дефолту за борговими зобов'язаннями нової корпорації і, отже, збільшує потенціал використання корпорацією боргового фінансування. Можливість збільшення боргового навантаження корпорації створює її акціонерам добре відомий податковий щит — зменшення розмірів оподатковуваного прибутку, оскільки платежі за борговими зобов'язаннями у багатьох країнах віднімаються з оподатковуваного прибутку [9, с. 39—40];

— фінансової синергії, теорія якої, що виправдує існування конгломератів, була запропонована в 1999 р. Флак і Лінчем. Теорія стверджує, що головним мотивом конгломератного злиття є бажання однієї з компаній вирішити проблему браку ресурсів для проведення вигідного інвестиційного проекту. Компанія, яка має фінансові труднощі, але має прибутковий інвестиційний проект (або цілу серію таких проектів), через агентські проблеми і асиметрично розподілену інформацію між менеджерами компанії та зовнішніми інвесторами, які вважають проект надмірно ризикованим, не може залучити фінансування під його проведення. У цій ситуації компанія вливається в конгломерат і там отримує необхідне фінансування. Більш формально фінансова синергія може бути визначена таким чином: обсяг фінансування, який може повернути конгломерат, завжди більше або дорівнює обсягу фінансування, який могли б залучити компанії, складові конгломерату, будучи окремими бізнес-одинацями [14, с. 145];

— диференційованої ефективності, яка означає, що управління однієї з фірм було не-

ефективним і після злиття активи фірми стануть більш продуктивними [9, с. 403—404]. В економіці в цілому і в окремих її галузях завжди можна знайти корпорації, поточна вартість яких занижена внаслідок неефективного управління її активами поточним менеджментом, яке може бути результатом нездатності або небажання менеджменту корпорації максимізувати ринкову вартість своєї компанії. Тут синергія розуміється як додаток управлінських здібностей менеджерів корпорації-покупця до неефективно використовуваних активів корпорації-цілі. Цей синергетичний ефект був відкритий в 1965 р. Генрі Манні [2, с. 103];

— вдосконалення корпоративної стратегії і культури [8, с. 3] і прояви ефекту об'єднання управлінських здібностей команди, або командної синергії: в команді учасники відчують себе в безпеці, вона дає відчуття приналежності до колективу, що є дуже сильним мотивом, особливо для сучасної культури. Команда визнає і заохочує індивідуальні особливості своїх членів, внесок кожного в загальну справу, учасники розділяють почуття гордості за спільні досягнення. В результаті зовнішній світ вважає команду (корпорацію) більш потужною і впливовою соціальною одиницею;

— ефекту від перенесення компетенції: керуюча компанія може володіти унікальною компетенцією, управлінським "ноу-хау", умінням створювати ефективні системи управління, здатним забезпечити конкурентоспроможність на ринку. При злитті дана компетенція переноситься на знову придбану бізнес-одинацю. Компанії, "що роблять ставку" на політику поглинань ("компанії-рейдери"), прагнуть одержати доступ до комерційних секретів компаній — кандидатів на поглинання, що стосуються перспектив їх доходів, — інформації про підготовку нових продуктів і контрактах [6, с. 128];

— ліквідації дублюючих функцій (скорочення керуючого і обслуговуючого персоналу, а також ряду схожих функціональних підрозділів (бухгалтерія, управління фінансового контролю, дослідницькі та збутові підрозділи) і створення єдиних централізованих підрозділів, що призведе до значного зниження витрат на їх утримання. Наприклад, при реструктуризації холдингу "Сонячні продукти" (Саратов) були централізовані наступні функції: кредитування, закупівля сировини і матеріалів, а також юридична, фінансова і кадрова служби (в частині методології), виробничі служби (в частині бюджету капітальних витрат), дистрибуція і маркетинг. Однак слід враховувати той факт, що зайва централізація водночас є головною проблемою хол-

дингових компаній. Як тільки топ-менеджмент починає централізувати більшу частину управлінських функцій, у підрозділах настає параліч, вони не хочуть брати на себе відповідальність. Тож для географічно диверсифікованого бізнесу до зайвих повноважень центру треба ставитися дуже обережно [6, с. 17—18].

А.Г. Грязнова і М.А. Федотова також відзначають, що синергія може виявлятися в двох напрямках:

— пряма вигода (збільшення чистих активів грошових потоків реорганізованих компаній). Додана вартість об'єднання формується за рахунок операційної, управлінської та фінансової синергії;

— непряма вигода (збільшення ринкової вартості акцій об'єднаної компанії в результаті підвищення їх привабливості для потенційного інвестора). Інформаційний ефект від злиття в поєднанні з видами синергій, одержуваних в якості прямої вигоди, може спричинити підвищення ринкової вартості акцій або зміна мультиплікатора Р/Е (співвідношення між ціною і прибутком), а, як відомо, метою управління акціонерного товариства є підвищення добробуту акціонерів, а отже, і збільшення прибутку на акцію) [5, с. 18].

Російський фахівець у сфері теорії і практики злиттів і поглинань А. Маршак виділяє наступні базові цілі, які може переслідувати компанія в ході здійснення угод злиття-поглинання:

— "захисні" цілі (пов'язані з розширенням частки ринку і виходом на нові ринки, а також і з позбавленням від існуючих конкурентів за рахунок їх поглинання);

— "інвестиційні" цілі (необхідність оптимального розміщення вільних коштів, скупка недооцінених активів);

— "інформаційні" цілі (поліпшення інформованості про технології та економічних показників ринку за рахунок приєднання технологічного та людського комплексу компанії, що поглинається, рідше — інформація про переваги клієнтів, наприклад, за рахунок викупу дилерських мереж);

— цілі отримання переваг у конкурентних стратегіях (диверсифікація товарної номенклатури і, відповідно, зниження ринкових ризиків, пов'язаних з динамікою попиту; скорочення часу виходу на ринки за рахунок придбання діючих компаній; вихід на ринки інших країн); угоди злиття та поглинання можуть бути використані як інструмент конкурентної стратегії для створення стійкого переваги, щоб підвищити бар'єри для входу на ринок для потенційних конкурентів;

— "цілі акціонерів" (залучення стратегічних інвесторів, особисте збагачення), окремі акціонери можуть мати свої інтереси.

ВИСНОВКИ

Оцінка синергетичного ефекту концентрації в промисловості дозволяє збільшити рівень обґрунтованості рішення про здійснення цього процесу. Синергетичний ефект інтеграції можна визначити як отримання підприємством доданого економічного ефекту (або негативно-го результату), створеного в результаті включення в корпорацію нових підприємств.

Синергетичні ефекти від концентрації дуже різноманітні, тому автором пропонується класифікація синергетичних ефектів, що дозволяє врахувати як джерела виникнення синергій, так і їх відношення до структури грошових потоків корпорації та строками прояву.

Література:

1. Окландер М.А. Логістична система підприємства: монографія / М.А. Окландер — Одеса: Астропринт, 2004. — 309 с.
 2. Князева Е.Н., Курдюмов С.П. Основания синергетики. — М.: КомКнига, 2010. — 232 с.
 3. Рудык Н.Б. Конгломератные слияния и поглощения: Книга о пользе и вреде непрофильных активов: учебное пособие. — М.: Дело, 2005. — 130 с.
 4. Авхачев Ю.Б. Международные слияния и поглощения компаний: новые возможности предприятий России по интеграции в мировое хозяйство / Ю.Б. Авхачев. — М.: Науч. кн., 2005. — 120 с.
 5. Дмитриев К. Реструктуризация бизнеса // Финансовый директор. — 2004. — № 9. — С. 18.
 6. Дамодаран А. Инвестиционная оценка: инструменты и методы оценки любых активов. — М.: Альпина Бизнес Букс, 2004. — 1339 с.
 7. Оценка бизнеса: учебник / Под ред. А.Г. Грязновой, М.А. Федотовой. — М.: Финансы и статистика, 2005. — 736 с.
 8. Лапшин П.П., Хачатуров А. Е. Синергетический эффект при слияниях и поглощениях компаний // Менеджмент в России и за рубежом. — 2005. — № 2.
 9. Бриггем Ю., Гапенски Л. Финансовый менеджмент: Полный курс. Т. 1 / Пер. с англ. Под ред. В.В. Ковалева. — СПб: Экономическая школа, 1997. — С. 403—404.
 10. Валдайцев С.В. Оценка бизнеса: учебник. — М.: ТК Велби, Изд-во Проспект, 2008. — 576 с.
 11. Мясников А.А. Синергетические эффекты в современной экономике: Введение в проблематику. — 2011. — 160 с.
- Стаття надійшла до редакції 25.09.2012 р.*