

СУЩНОСТЬ СИНЕРГИЗМА НАБОРА ОТДЕЛЬНЫХ ВИДОВ БИЗНЕСА АТП

THE ESSENCE OF THE NOTION OF SYNERGISM OF A SET OF SEPARATE TYPES OF BUSINESS OF MOTOR TRANSPORT ENTERPRISE

Уточнена сутність поняття «синергізм набору окремих видів бізнесу АТП», под которым предложено понимать взаимодействие между отдельными видами бизнеса, выражающееся в совместном использовании ресурсов в рамках процессов формирования затрат, результатом которого является снижение совокупных затрат АТП. Новизна данного определения заключается в представлении синергизма как взаимодействия между отдельными видами бизнеса, а также обосновании его источника – совместного использования ресурсов в рамках процессов формирования затрат АТП.

Ключевые слова: синергізм, синергетический эффект, набор отдельных видов бизнеса АТП, взаимодействие, процессы формирования затрат АТП, ресурсы, снижение затрат.

Уточнено сутність поняття «синергізм набору окремих видів бізнесу АТП», під яким запропоновано розуміти взаємодію між окремими видами бізнесу, що виражається у спільному використанні ресурсів у рамках процесів формування витрат, результатом якого є зниження сукупних витрат АТП. Новизна даного визначення полягає у

поданні синергізму як взаємодії між окремими видами бізнесу, а також обґрунтуванні його джерела – спільного використання ресурсів у рамках процесів формування витрат АТП.
Ключові слова: синергізм, синергетичний ефект, набір окремих видів бізнесу АТП, взаємодія, процеси формування витрат АТП, ресурси, зниження витрат.

The essence of the notion of synergism of a set of separate types of business of motor transport enterprise is clarified, under which it is proposed to understand the interaction between individual businesses, expressed in the joint use of resources within the processes of cost formation, which results in a decrease in the aggregate costs of motor transport enterprise. The novelty of this definition is the presentation of synergism as interactions between separate types of business, as well as the rationale for its source – the joint use of resources within the framework of the cost-creation processes of the business of motor transport enterprise.

Key words: synergism, synergetic effect, set of separate types of business of motor transport enterprise, interaction, cost formation processes of motor transport enterprise, resources, cost reduction.

УДК 65.014.1:656.13

Федорова В.А.

к.э.н.,

доцент кафедры экономики
и предпринимательства

Харьковский национальный
автомобильно-дорожный университет

Коваленко Д.В.

студент

Харьковский национальный

автомобильно-дорожный университет

Постановка проблемы. Одной из важных задач при выборе набора отдельных видов бизнеса автомобильного предприятия (АТП) является обеспечение требуемого уровня взаимодействия между его составляющими, способствующего достижению дополнительного конкурентного преимущества за счет снижения совокупных затрат. При исследовании данного взаимодействия в литературных источниках используются следующие термины: «синергізм» [1–5], «синергія» [6, с. 103–105], «синергетический эффект» [2–4], а также «стратегическое соответствие» и «эффект от стратегического соответствия» [7]. Все перечисленные понятия являются производными от греческого *synergia*, означающего «сотрудничество», «содействие», и используются как для обозначения различных явлений, так и в качестве синонимов. В связи с этим возникает задача уточнения их сущности.

Анализ последних исследований и публикаций. В настоящее время выделяют два подхода к трактовке указанных терминов. Одна группа авторов (И. Ансофф, С.А. Попов, А.И. Кредитов, И.И. Мазур, В.Д. Шапиро, М.В. Ситницкий, А.П. Градов, В.Ф. Оберемчук, Ю.Б. Иванов, О.М. Тищенко и др.) рассматривает перечисленные понятия в качестве синонимов. При этом под ними понимается эффект, или результат взаимодействия различных объектов.

Так, И. Ансофф не дает четкого определения синергізма. При этом исследуется взаимная под-

держка различных СЗХ, или степень взаимодействия между ними, способствующая достижению преимуществ, при которых «суммарная отдача всех капиталовложений фирмы выше, чем сумма показателей по всем ее отделениям (или СЗХ)» [1, с. 124]. В другой работе И. Ансофф дает определение синергізма как явления, «когда доходы от совместного использования ресурсов превышают сумму дохода от использования тех же ресурсов по отдельности» [5, с. 127], или как эффекта «2+2=5». При этом в качестве синонима используется термин «синергетический эффект».

Явление синергізма (синергетического эффекта) И. Ансофф воспроизводит с помощью следующей формулы. Допустим, предприятие предполагает начать реализацию нового вида бизнеса. При этом уровень возврата инвестиций (ROI_i) будет равен [5, с. 127]:

$$ROI_i = (D_{OVB_i} - C_{OVB_i}) / I_{OVB_i}, \quad (1)$$

где D_{OVB_i} – доходы, которые планирует получить предприятие от реализации нового i -го отдельного вида бизнеса за исследуемый период;

C_{OVB_i} – текущие затраты, необходимые для предоставления услуги новому i -му клиенту (для АТП – расходы на перевозку, зарплату работникам, техническое обслуживание и ремонт подвижного состава и т. д.);

I_{OVB_i} – инвестиции, требуемые для начала реализации данного вида бизнеса АТП (покупка

нового подвижного состава, оборудования, наем работников и т. д.).

Синергетический эффект возникает тогда, когда общая рентабельность от объединения деятельности предприятия с существующим и новым бизнесом будет большей, чем сумма рентабельности от этих видов деятельности, реализуемых отдельно.

Исходя из этого синергетический эффект может быть достигнут в следующих трех случаях:

- если общие доходы от реализации услуг при объединении видов бизнеса больше, чем сумма доходов, полученных от каждого вида бизнеса по отдельности;

- если общие затраты при объединении видов бизнеса будут меньше, чем сумма затрат, понесенных при реализации каждого вида бизнеса отдельно;

- если совокупные инвестиции в деятельности предприятия, связанные с объединением видов бизнеса, будут меньшими, чем сумма инвестиций, которая бы потребовалась для реализации видов бизнеса по отдельности.

Таким образом, И. Ансофф трактует синергизм не как взаимодействие, а как результат данного взаимодействия, или эффект, достигнутый вследствие его наличия. Данную точку зрения поддерживают также С.А. Попов и А.И. Кредисов. Так, С.А. Попов под синергией понимает «эффект, который характеризуется условной формулой « $2+2=5$ » [3, с. 164]. А.И. Кредисов [8] утверждает, что синергия (синергизм) – это эффект повышения результативности за счет использования взаимосвязей и взаимного усиления различных видов деятельности, при котором общий эффект превышает сумму показателей отдачи всех ресурсов, действующих отдельно.

По мнению И.И. Мазура и В.Д. Шапиро, синергизм – это «эффект взаимодействия, который обеспечивает эффективность бизнеса большую, чем простая арифметическая сумма деятельности отдельных СЗХ» [9, с. 283].

В работе М.В. Ситницкого [4, с. 158] понятия «синергизм» и «синергетический эффект» рассматриваются как синонимы для обозначения тесноты связей между стратегическими зонами хозяйствования.

А.П. Градов также использует понятия «синергизм» и «синергетический эффект» в качестве синонимов и определяет их как «степень достижения стратегических целей, которую может обеспечить тот или иной стратегический потенциал предприятия» [2, с. 119]; В.Ф. Оберемчук – как стратегические преимущества, достигаемые при объединении различных подразделений [10, с. 57]; Ю.Б. Иванов, О.М. Тищенко и др. – как результат совместных усилий нескольких бизнес-единиц, превышающий итоговый показатель их

самостоятельной деятельности [11]; Б.М. Мизюк – как стратегическое преимущество, возникающее «при сосредоточении двух или более бизнесов в рамках одной организации» [12, с. 353].

Другая группа авторов (О.В. Горшовская, А.О. Князевич, Т. Буй, Е.В. Песоцкая, А.А. Томпсон, А.Дж. Стрикленд) разграничивают данные понятия и рассматривают синергизм как источник достижения синергетического эффекта, а синергетический эффект – как следствие синергизма.

Так, О.В. Горшовская под синергией понимает «возможность качественно отличных типов поведения экономической системы за счет нелинейных динамических связей между элементами самой системы и системой и ее средой» [13, с. 5], а под синергетическим эффектом – изменение качественных и количественных показателей деятельности системы под воздействием синергетических связей.

А.О. Князевич рассматривает синергию (синергизм) как «совместное действие нескольких факторов, которые взаимно усиливают друг друга» [14, с. 40]. Применительно к менеджменту исследователь трактует ее как общую плодотворную деятельность людей, в результате которой в процессе их взаимодействия создается качественно новое групповое отношение, а также возникает качественно новый общий вид корпоративной энергии команды единомышленников, нацеленной на достижение общей цели.

В работе [15] синергизм трактуется как совместное действие для достижения общей цели, основанное на принципе, что целое превышает сумму его составляющих.

Е.В. Песоцкая рассматривает синергизм как один из принципов ассортиментной политики предприятия, заключающийся в «обеспечении взаимной увязки и взаимного дополнения услуг или их ассортиментных групп» [16, с. 89]. Его соблюдение позволяет создать ассортиментную систему, которая обладает способностью достигать синергетический эффект за счет наличия внутренней взаимосвязи элементов системы и их потенциала.

А.А. Томпсон и А.Дж. Стрикленд используют понятия «стратегическое соответствие» и «эффект от стратегического соответствия» [7, с. 341], являющиеся аналогичными понятиям «синергизм» и «синергетический эффект» соответственно при их разграничении. Сущность данных терминов освещается с помощью использования процессного подхода. В основе последнего лежит построение цепочки ценностей, отображающей основные и дополнительные виды деятельности, участвующие в создании стоимости для потребителя. При этом стратегическое соответствие трактуется как наличие однотипных цепочек ценностей или отдельных ее звеньев у различных видов деятель-

ности; а эффект от стратегического соответствия – как результат, обеспечиваемый наличием данного стратегического соответствия.

Таким образом, среди исследователей нет единства мнений относительно сущности синергизма набора отдельных видов бизнеса. Кроме того, специфические особенности проявления синергизма на автотранспортных предприятиях остаются неисследованными.

Постановка задания. Цель статьи – с помощью системного подхода и теоретических обобщений уточнить сущность синергизма набора отдельных видов бизнеса на основе учета специфических особенностей его проявления на предприятиях автомобильного транспорта.

Изложение основного материала исследования. В Философском энциклопедическом словаре приводится фундаментальное значение термина «синергия» безотносительно к какому-либо объекту. При этом под ней понимается «совместное действие; взаимодействие различных потенциалов или видов энергий в целостном действии» [17, с. 414]. Таким образом, изначально под синергией подразумевается взаимодействие.

Термин «синергия» наряду с термином «синергизм» широко используется применительно к различным объектам в зависимости от рассматриваемой сферы науки. Так, в биологии под синергизмом понимается «совместное и однородное функционирование органов (например, мышц) и систем» [18]; в медицине – «комбинированное действие лекарственных веществ на организм, при котором суммарный эффект превышает действие, оказываемое каждым компонентом в отдельности» [18]; в социологии под синергией понимается «совместный труд во всех областях человеческой жизни как основа общности» [17, с. 414]. Из представленных определений можно сделать вывод, что понятия «синергия» и «синергизм» употребляются в качестве синонимов для обозначения совместного действия или взаимодействия между рассматриваемыми объектами.

Опираясь на фундаментальное значение синергизма как совместного действия, взаимодействия, можно утверждать, что в большинстве случаев речь идет не о самом взаимодействии, а о его результате, а именно эффекте, а также о возможностях, обеспечиваемых данным взаимодействием. Исходя из этого в определениях И. Ансоффа, А.П. Градова, С.А. Попова, И.И. Мазура, В.Д. Шапиро, М.В. Ситницкого, А.И. Кредисова описывается, прежде всего, синергетический эффект, а не синергизм.

Автор поддерживает точку зрения, в соответствии с которой синергизм рассматривается как источник достижения синергетического эффекта, а синергетический эффект – как следствие, или результат наличия синергизма.

Поскольку любую совокупность взаимосвязанных объектов, предназначенную для достижения определенной цели, можно рассматривать в качестве системы, следовательно, различие в объектах, применительно к которым употребляется термин «синергизм», связано с различием в типах и уровне иерархии рассматриваемых систем.

Так как в рамках данной работы в качестве системы рассматривается набор отдельных видов бизнеса АТП, то возникает задача определения понятия синергизма между его составляющими.

Как отмечалось ранее, положительный синергетический эффект может достигаться одним из трех способов (проявляться в одной из трех форм):

- за счет снижения уровня текущих затрат;
- за счет повышения уровня доходов;
- за счет снижения уровня инвестиций.

Поскольку затраты АТП формируются вследствие реализации совокупности процессов, имеющих место при осуществлении различных видов бизнеса, следовательно, их экономия может быть достигнута за счет использования общих ресурсов в рамках данных процессов.

К процессам, реализуемым на АТП, относят [19, с. 91]:

- процессы обслуживания потребителя (прием и оформление заказа на услуги, непосредственное предоставление услуги (подготовка груза, погрузка, перевозка, разгрузка, другие операции), заключительные операции (прием груза, информирование клиента про выполненную услугу));
- вспомогательные процессы (связаны с подготовкой автомобиля к выезду на линию, проведением диагностики неисправностей, выполнением технического обслуживания и ремонта);
- обслуживающие производство процессы (связаны с материально-техническим обеспечением АТП, поддержанием территорий и помещений в чистоте, водоснабжением, обеспечением электроэнергией и т. д.);
- процессы управления.

Если входящие в набор отдельные виды бизнеса взаимодействуют в рамках данных процессов, то это способствует снижению совокупных затрат АТП. Так, например, в рамках перевозочного процесса взаимодействие выражается в объединении мелких партий грузов по заказу различных клиентов в сборные отправки при совпадении маршрутов перевозки; в обратной загрузке подвижного состава, а также использовании одного подвижного состава для осуществления перевозок в рамках различных видов бизнеса (при сезонных колебаниях спроса).

В соответствии с этим предлагается под синергизмом набора отдельных видов бизнеса АТП понимать взаимодействие между отдельными видами бизнеса, выражающееся в совместном

использовании ресурсов в рамках процессов формирования затрат, результатом которого является снижение совокупных затрат АТП. В свою очередь, снижение общих затрат АТП представляет собой синергетический эффект от взаимодействия отдельных видов бизнеса между собой.

Выводы из проведенного исследования.

Таким образом, уточнена сущность понятия «синергизм набора отдельных видов бизнесов АТП. Новизна данного определения заключается в представлении синергизма как взаимодействия между отдельными видами бизнеса, а также обосновании его источника – совместного использования ресурсов в рамках процессов формирования затрат АТП.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК:

1. Ансофф И. Стратегическое управление. М.: Экономика, 1989. 319 с.
2. Экономическая стратегия фирмы: учеб. пособ. / науч. ред. А.П. Градов; 4-е изд., перераб. СПб.: Специальная литература, 2003. 959 с.
3. Попов С.А. Стратегический менеджмент: Видение – важнее, чем знание: учеб. пособ. М.: Дело, 2003. 352 с.
4. Ситницький М.В. Оцінювання рівня синергізму на підприємстві з використанням логіко-лінгвістичних моделей теорії нечітких множин. Держава та регіони. Серія «Економіка та підприємництво». 2005. № 2. С. 156–160.
5. Ансофф И. Новая корпоративная стратегия; пер. с англ. под ред. Ю.Н. Каптуревского. СПб.: Питер, 1999. 416 с.
6. Стратегический менеджмент / науч. ред. А.Н. Петров. СПб.: Питер, 2008. 496 с.
7. Томпсон А.А., Стрикленд А.Дж. Стратегический менеджмент. Искусство разработки и реализации стратегии: учеб. для вузов; пер. с англ. Л.Г. Зайцева, М.И. Соколовой. М.: Банки и биржи, ЮНИТИ, 1998. 576 с.
8. Кредисов А.И. История учений менеджмента. К.: ВИРА-Р, 2000. 335 с.
9. Эффективный менеджмент: учеб. пособ. для вузов / И.И. Мазур, В.Д. Шапиро, Н.Г. Ольдегордте. М.: Высшая школа, 2003. 555 с.
10. Оберемчук В.Ф. Стратегія підприємства: короткий курс лекцій. К.: МАУП, 2000. 128 с.
11. Стратегія підприємства: підручник / Ю.Б. Иванов, О.М. Тищенко, Т.М. Чечетова-Терашвілі, О.В. Евенко. Х.: ІНЖЕК, 2009. 560 с.
12. Мізюк Б.М. Стратегічне управління: підручник; 2-е вид., перероб. і доп. Львів: Магнолія плюс, 2006. 392 с.
13. Горшовська О.В. Стратегічне управління підприємством на синергічних засадах: автореф. дис. ... канд. екон. наук: спец. 08.06.01 «Економіка, організація і управління підприємствами». Л., 2002. 21 с.
14. Князевич А.О. Синергія та синергетика в менеджменті. Вісник Національного університету водного господарства та природокористування. Серія «Економіка». 2007. Вип. 1 (37). С. 40–45.

15. Буй Т. Аналіз стратегічних зон господарювання та ефект синергізму. Управленческий учет и бюджетирование. 2008. № 9. С. 30–36.

16. Песоцкая Е.В. Маркетинг услуг. СПб.: Питер, 2000. 160 с.

17. Философский энциклопедический словарь / ред.-сост. Е.Ф. Голубский, Г.В. Коралева, В.А. Лутченко. М.: ИНФРА-М, 1997. 576 с.

18. Большая советская энциклопедия: в 30 т. Т. 23. / гл. ред. А.М. Прохоров; 3-е изд. М.: Советская энциклопедия, 1976. 418 с.

19. Криворучко О.М. Менеджмент якості на підприємствах автомобільного транспорту: теорія, методологія, практика: монографія. Харків: ХНАДУ, 2006. 404 с.

REFERENCES:

1. Ansoff I. Strategicheskoe upravlenie / Igor' Ansoff. – M.: Ekonomika, 1989. – 319 s.
2. Ekonomicheskaya strategiya firmy: [ucheb. posob. / nauchn. red. A.P. Gradov]. – 4-e izd., pererab. – SPb.: Spetsial'naya literatura, 2003. – 959 s.
3. Popov S.A. Strategicheskij menedzhment: Videnie – vazhnee, chem znanie: [ucheb. posob.] / Popov S.A. – M.: Delo, 2003. – 352 s.
4. Sytnycykij M.V. Ocinyuvannja rivnja synerghizmu na pidpryjemstvi z vykorystannjam lohiko-linghivistychnykh modelej teoriij nechitkykh mnozhyn / M.V. Sytnycykij // Derzhava ta reghiony. Serija: Ekonomika ta pidpryjemnyctvo, 2005. – # 2. – S. 156-160.
5. Ansoff I. Novaya korporativnaya strategiya / Igor' Ansoff; per. s angl. pod red. Yu.N. Kapturevskogo. – SPb.: Izdatel'stvo «Piter», 1999. – 416 s.
6. Strategicheskij menedzhment / [nauch. red. A.N. Petrov]. – SPb.: Piter, 2008. – 496 s.: il. (Seriya «Uchebnik dlya vuzov»).
7. Tompson A.A. Strategicheskij menedzhment. Iskusstvo razrabotki i realizatsii strategii: [ucheb. dlya vuzov] / A.A. Tompson, A.Dzh. Striklend; per. s angl. L.G. Zajtseva, M.I. Sokolovoy. – M.: Banki i birzhi, YuNITI, 1998. – 576 s.
8. Kredisov A.Y. Ystoryja uchenyj menedzhmenta / Kredisov A.Y. – K.: VYRA-R, 2000. – 335 s.
9. Mazur I.I. Effektivnyy menedzhment: [ucheb. posob. dlya vuzov] / Mazur I.I., Shapiro V.D., Ol'degordte N.G. – M.: Vysshaya shkola, 2003. – 555 s.: il.
10. Oberemchuk V.F. Strateghija pidpryjemstva: [korotkyj kurs lekciij] / Oberemchuk V.F. – K.: MAUP, 2000. – 128 s.
11. Strateghija pidpryjemstva: [pidruchnyk] / Ju.B. Ivanov, O.M. Tyshhenko, T.M. Chechetova-Terashvili, O.V. Evenko. – Kh.: VD «INZhEK», 2009. – 560 s.
12. Mizjuk B.M. Strateghichne upravlinnja: [pidruchnyk] / Mizjuk B.M. – 2-ghe vyd., pererobl. i dopovn. – Ljviv: Maghnolija pljus, 2006. – 392 s.
13. Ghorshovsjka O.V. Strateghichne upravlinnja pidpryjemstvom na synerghichnykh zasadakh: avtoref. dys. na zdobuttja nauk. stupenja kand. ekon. nauk: spec. 08.06.01 «Ekonomika, orghanizacija i upravlinnja pidpryjemstvamy» / O.V. Ghorshovsjka. – L., 2002. – 21 s.
14. Knjazevych A.O. Synerghija ta synerghetyka v menedzhmenti / A.O. Knjazevych // Visnyk nacio-

naljnogho universytetu vodnogho ghospodarstva ta pryrodokorystuvannja. Serija: Ekonomika, 2007. – Vyp.1 (37). – S. 40-45.

15. Buj T. Analiz strategichnykh zon ghospodarjuvannja ta efekt synerghizmu / Tetjana Buj // Upravlencheskyj uchet y bjudzhetyrpovanye, 2008. – # 9 – S. 30-36.

16. Pesotskaya E.V. Marketing uslug / Pesotskaya E.V. – SPb.: Izdatel'stvo «Piter», 2000. – 160 s.: il. – (Seriya «Kratkiy kurs»).

17. Filosofskiy entsiklopedicheskiy slovar' / [red.-sost. E.F. Golubskiy, G.V. Korableva, V.A. Lutchenko]. – M.: INFRA-M, 1997. – 576 s.

18. Bol'shaya sovetskaya entsiklopediya v [30 tomakh] / [gl. red. Prokhorov A.M.]. – 3-e izd. – T. 23. – M.: «Sovetskaya entsiklopediya», 1976. – 418 s.

19. Kryvoruchko O.M. Menedzhment jakosti na pidprijemstvakh avtomobiljnogho transportu: teorija, metodologhija, praktyka: [monoghrafija] / Oksana Mykolajivna Kryvoruchko. – Kharkiv: KhNADU, 2006. – 404 s.

Fedorova V.A.

Candidate of Economic Sciences,
Senior Lecturer at Department of Economics
and Entrepreneurship,
Kharkiv National Automobile and Highway University

Kovalenko D.V.

Student
Kharkiv National Automobile and Highway University

THE ESSENCE OF THE NOTION OF SYNERGISM OF A SET OF SEPARATE TYPES OF BUSINESS OF MOTOR TRANSPORT ENTERPRISE

During the analysis of literature sources, it was revealed that when studying the interaction between individual types of business, researchers use the terms “synergism”, “synergy”, “synergistic effect”, “strategic compliance”, and “effect from strategic compliance”. All these concepts are derived from the Greek “synergia”, signified “cooperation”, “assistance”, and are used both to denote various phenomena and as synonyms. In addition, the specific features of the manifestation of synergism in motor transport enterprises have not been adequately reflected in literary sources. In this connection, the task arose of justifying the essence of synergism of certain types of business of motor transport enterprise based on the use of the system approach and theoretical generalizations.

In the course of the study, the essence of the notion of “synergism of a set of particular types of businesses of motor transport enterprise” was clarified, under which it was suggested to understand the interaction between individual businesses, expressed in the joint use of resources within the processes of cost formation, which resulted in a decrease in the aggregate costs of motor transport enterprise. The novelty of this definition is the presentation of synergism as interactions between individual types of business, as well as the rationale for its source – the joint use of resources within the framework of the cost-creation processes of motor transport enterprise.

In turn, under the synergistic effect, it is suggested to understand the result of interaction between the components of a set of individual businesses, expressed in reducing the aggregate costs of motor transport enterprise.

The practical significance of the results obtained is that knowing the essence of synergism and the main source of achieving a synergistic effect will allow the motor transport enterprises to significantly reduce total costs.