Иванов Д.А.[1]

[1] *Санкт-Петербургский государственный экономический университет*

Понятие «синергия» и «синергический эффект»: семантический и эволюционный аспекты

АННОТАЦИЯ:
В фокусе исследования – вопрос возникновения и развития понятия «синергия». Выявлены смысловые различия понятий «синергия», «синергетика», «синергизм». В историческом контексте представлены различные определения понятий «синергия» и «синергический эффект». Дана критика подходов к пониманию сущности синергии и синергического эффекта в существующих работах отечественных и зарубежных исследователей. Предложены авторские определения этих понятий, основанные на изучении их семантики и результатов реализации сделок M&A на практике.

КЛЮЧЕВЫЕ СЛОВА: *синергия, синергический эффект, синергетика, синергизм, M&A*

JEL: *A13, B21, G34*

ДЛЯ ЦИТИРОВАНИЯ:
Иванов Д.А. Понятие «синергия» и «синергический эффект»: семантический и эволюционный аспекты // Российское предпринимательство. — 2016. — Т. 17. — № 20. — С. 2583–2594. — doi: 10.18334/rp.17.20.36917

Иванов Дмитрий Арвидович, аспирант кафедры корпоративных финансов и оценки бизнеса, Санкт-Петербургский государственный экономический университет (russiaivanovdima@mail.ru)

ПОСТУПИЛО В РЕДАКЦИЮ: 12.10.2016 / ОПУБЛИКОВАНО: 31.10.2016

ОТКРЫТЫЙ ДОСТУП: http://dx.doi.org/10.18334/rp.17.20.36917

(с) Иванов Д.А. / Публикация: ООО Издательство "Креативная экономика"

Статья распространяется по лицензии Creative Commons CC BY-NC-ND (http://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/3.0/)

ЯЗЫК ПУБЛИКАЦИИ: русский

Введение

Согласно данным сервиса Google Trends, который позволяет отслеживать интерес к какой-либо теме через анализ поисковых запросов в мире и в конкретном регионе, популярность запроса «synergy» в мире за 7 месяцев 2016 года находится на уровне 85-95 баллов [33], что говорит о стабильном интересе. Однако поскольку Google анализирует любые (не только профессиональные) запросы с использованием слова «synergy», то на наш взгляд, лучше использовать поисковый аргумент «M&A»[1], так как сделки M&A чаще всего неразрывно связаны с достижением эффекта синергии. Google Trends показал, что популярность темы «M&A» за 7 месяцев 2016 года лежит в среднем на уровне 90 баллов, причем наибольший интерес к теме существует в странах Азии – Гонконг (100 баллов), Республика Корея (95 баллов), Сингапур (80 баллов) [34]. Это находит подтверждение и в статистических данных о стремительно растущей с 2002 года динамике количества и общей стоимости заключенных сделок M&A в азиатском регионе [31]. К сожалению, для России определить популярность тем «синергия» и «сделки слияния и присоединения» не представляется возможным из-за наличия крупного университета с названием «Синергия» в Москве и малого числа запросов для «M&A» и «сделки слияния и присоединения».

В мировой академической среде существует порядка 900 000 статей с ключевым словом «synergy» [35] и порядка 200 000 статей с тегом «business synergy» [36], и хотя в разделе публикаций на русском языке можно обнаружить цифру в 10 600 тысяч статей с ключевым словом «синергия» [37], многие российские исследователи считают, что этот вопрос на российском рынке незаслуженно остается в стороне [15, с. 10]. Феномен синергии все еще остается недостаточно исследованным, что обусловливает актуальность выбранной темы для статьи.

Синергетика, синергизм, синергия

Зачастую авторы не совсем точно понимают значение однокоренных с «синергией» терминов и некорректно определяют необходимые ситуации их употребления. Например, довольно распространённой ошибкой является употребление термина *синергетика* в значении *синергия.* Действительно, термины «синергия» и

[1] **M&A** в переводе с английского означает «слияния и поглощения» ("mergers and acquisitions").

«синергетика» являются родственными, но не одинаковыми по смыслу. Существует такое междисциплинарное направление науки – «синергетика», изучающее общие закономерности явлений и процессов в сложных неравновесных системах (физических, химических, биологических, экологических, социальных и других) на основе присущих им *принципов самоорганизации,* проявляющихся в рамках концепций парадигмы постнеоклассики. Из определения следует, что *синергетика изучает феномен самоорганизации систем или появления структур* (развитие от примитивного к сложному в контексте синергетической концепции понимания, познания мира и жизни) и вовсе не затрагивает описываемый в данной работе *синергический эффект*, рассматриваемый как результат проявления *синергии*. Однако словосочетание «синерг*ет*ический эффект» порой встречается даже в заголовках научных статей [5, с. 272-276; 9, с. 21-30].

Отдельно следует отметить частое употребление термина «синергизм» как эквивалент понятия «синергия». Традиционно «синергизм» в отечественных работах используется преимущественно в сфере химии, биологии и фармакологии[2]. Однако, например, в работе [1, с. 90-98] автор сознательно решил отказаться от термина «синергия» в пользу «синергизма». Интересно, что данной проблемы в западной научной литературе не существует. Английский термин «synergism» используется только для названия одноименной христианской теологической концепции и частично в биологических науках для обозначения гипотезы синергизма. В экономических и финансовых западных трудах синергия практически всегда обозначается как «synergy». Исходя из вышеизложенного, на наш взгляд, неправильным является использование термина «синергизм» в финансовой литературе.

Еще одна проблема состоит в том, что термин «синергия» используется как некое «плацебо» при обосновании гипотез, моделей, в которых фактический результат исследований не совпадает с предполагаемым *в силу не рассмотрения каких-либо факторов* [2; 4, с. 182]. В результате прирост количественных или качественных показателей трактуется как внезапно проявившийся «эффект синергии»,

[2] Например, Советский научно-технический энциклопедический словарь дает определение *синергизма* как «объединенное действие двух лекарственных препаратов, которое является более сильным, чем сумма действий этих двух лекарств при их раздельном использовании».

Иванов Д.А. Понятие «синергия» и «синергический эффект»: семантический и эволюционный аспекты // Российское предпринимательство. — 2016. — Т. 17. — № 20. — С. 2583–2594. — doi: 10.18334/rp.17.20.36917

что является в корне неверным. Однако исследование данного вопроса выходит за рамки данной статьи.

Чаще всего путаница в употреблении рассмотренных выше понятий вызвана схожестью в звучании и написании слов. Также причиной может являться неправильный перевод терминов с иностранных языков[3].

Этимология и семантика[4] термина «синергия»

Для того чтобы понять сущность понятия синергия, обратимся к истории. Первоначально слово «синергия» (греч. *συνεργία* – содействие, помощь) возникло в Древней Греции. Далее произошло проникновение «синергии» в латинский язык с небольшим изменением семантического значения. В латинском языке слово *synergein* можно разбить на две части – *syn* (вместе) и *ergon* (работа), т.е. слово имело значение *«работающие вместе».*

Можно отметить использование понятия «синергия» в христианстве. Например, слово встречается в Новом Завете[5]. В 1657 году появляется христианская теологическая *концепция синергизма.* Согласно этой концепции, человек способен содействовать своему спасению, соучаствовать в нем, т.е. объединять свои усилия вместе с богом.

Слово *синергия* существует во многих европейских языках, например, в немецком – *Synergie* и итальянском – *sinergia*. Исторически из германского языка слово перешло в древнеанглийский язык. Как гласит словарь этимологии английского языка, первое документальное упоминание термина «синергия» в новоанглийском языке относится к 1650-ым годам. Оно употреблялось в повседневной речи и имело значение – *«сотрудничество»* [27, с. 546].

Далее отслеживается проникновение термина в научный лексикон, особенно в сферу медицины. Уже в 1853 году в США дается

---

[3] Например, в книгах отца стратегического менеджмента Игоря Ансоффа в русском переводе *диверсификация* может быть синергетической. Однако если мы посмотрим оригинал, то обнаружим, что он писал о *«synergistic diversification»* [23], что в контексте является лишь *диверсификацией с потенциалом проявления синергии*, а не синергетической диверсификацией, означающей увеличение числа производств и номенклатуры товаров (услуг) на основе самоорганизации систем.

[4] *Этимология* – раздел лингвистики, изучающий происхождение слов, а также само происхождение слова. *Семантика* – раздел лингвистики, изучающий смысловое значение единиц языка, а также сам круг значений языковой единицы (слова). *Источник:* Википедия.

[5] Romans 8:28; Corinthians 3:9.

определение *медицинской синергии* как «кумуляция или обоюдная работа различных органов в здоровом состоянии или в некоторых случаях при болезни» [24, с. 835].

Конец XIX века можно назвать расцветом употребления и распространения термина в научной литературе. В 1896 году в своей работе «La synergie sociale» *синергию* вводит в сферу социальной психологии французский журналист и ученый Генри Мазель [30, с. 5]. Он пишет о том, что существует *«социальная синергия»,* которая является стимулом развития общества. Развивая тему синергии в социальных науках можно отметить основателя психологического эволюционизма Лестера Уорда, который в 1909 году писал: «Есть универсальный принцип, действующий в природе, очевидный для меня в течение долгого времени. После того, как я справедливо понял, что требуется свести его к простейшей форме и характеризовать соответствующим именем, я наконец-то остановился на слове *синергия»* [29, с. 358]. В результате в начале XX века популярность термина значительно возросла. Термин получил широкое распространение практически во всех естественных науках: физике (эффект слияния кварков), биологии (для описания сложных межклеточных взаимодействий), химии (существуют синергические эффекты взаимодействия определенных веществ) и т.д.

Появление понятия «синергия» в экономике

Как показано выше, само слово «синергия» имеет давнюю историю, но в экономический оборот феномен синергии вошел только в 1960-ых годах, что говорит об относительно небольшом сроке исследований, проводимых в данной сфере. Впервые в сферу финансов понятие «синергия» ввел известный специалист по сделкам слияний и поглощений M&A, профессор Калифорнийского Университета в Лос-Анжелесе Дж. Фред Вестон[6]. В своих воспоминаниях он рассказывает, что идею использования синергии в M&A ему навеяла реклама ирландского кофе с заголовком «Идеальная синергия», где описывался эффект от смешивания кофе и виски. «В M&A происходят схожие вещи – взаимодействие двух или более компонентов системы в которой *суммарный эффект больше чем простая сумма компонентов*», – пишет автор. Дж. Фред Вестон в своих работах стал широко использовать

[6] От англ. *Mergers and Acquisitions* – слияния и поглощения.

понятие «синергия», которое впоследствии стало одним из краеугольных камней профессиональной и академической финансовой мысли.

Другим основоположником внедрения «синергии» в сферу и экономики, и финансов принято считать уже упомянутого выше американского профессора с русскими корнями И. Ансоффа (I. Ansoff). В 1965 г. вышла его известная работа «Корпоративная стратегия» [23]. В ней Ансофф показал, что стратегия развития компании, основанная на достижении синергии, позволит ей *перенести свои ключевые компетенции на новые области деятельности.* Ученый определил экономический базис синергии как возможность превышения экономического эффекта от совместной работы нескольких компаний над результатами их самостоятельной деятельности.

По итогам исследования развитие термина «синергия» схематично представлено на *рис.*

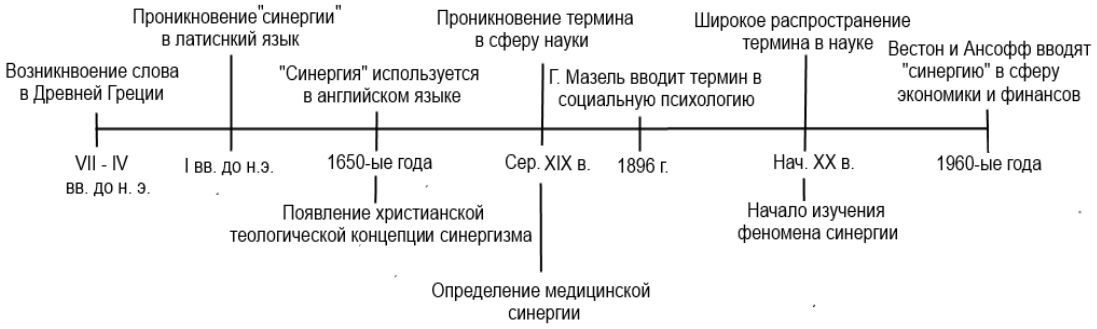


Рисунок. Эволюция термина «синергия»
Источник: составлено автором

Современные трактовки понятий «синергия» и «синергический эффект»

В современной зарубежной и отечественной экономической литературе существует огромное количество определений понятий «синергия» и «синергический эффект». Важно отметить, что независимо от нюансов в предложенных определениях, общим для них является то, что *«синергия»* понимается как *явление, проявляющееся в результате взаимодействия (совместного действия) нескольких участников*, а *«синергический эффект» – это результат такого взаимодействия,* поэтому неправильным будет отождествление этих понятий. Например, в [14, с. 120] эти два понятия определяются как «два в одном»: «синергия и синергический эффект – это потенциальная выгода, дополнительная стоимость, которую можно получить в результате сделки M&A».

Очевидно, что данное определение относится только к эффекту синергии, причем положительному, и ограничивает его применение сферой сделок M&A, что, безусловно, слишком узко.

Остановимся подробнее на обзоре определений этих понятий, представленном в *таблице*.

Таблица

Сущность понятий «синергия» и «синергический эффект» по работам отечественных и зарубежных ученых

Определение сущности понятия	*Западные экономисты*	*Отечественные экономисты*
1. Понятие «синергия»		
Синергия – правило «2 + 2 = 5»	Гаугхан П.А. [25, с. 265], Ансоф И. [23]	Иванов А.Е. [7, с. 16-21], Грязнова А.Г., Федотова М.А. [3, с. 736], Царев В.В. [16, с. 575]
Синергия есть увеличение стоимости бизнеса сверх ожидаемого темпа роста ее стоимости, которого она может достигнуть, функционируя как отдельный бизнес. Часть синергии теряется от затрат на сделку M&A	Сироуер М.Л., Эванс Ф.Ч., Бишоп Д.М. [22, с. 232]	Кузьмичев А. [8, с. 6-9]
Под *синергией* понимается увеличение прибыльности компаний и снижение риска за счет стабилизации денежных потоков, а также увеличение денежных потоков в результате создания новых технологий и объединения НИОКР	Грегори А. [19, с. 175-176], Кристоффферсон С. [20]	
Синергия – объединение усилий для более эффективного использования ресурсов и упрочения позиций компании в конкурентной борьбе		Максимцов М.М., Игнатова А.В. [12, с. 343]
2. Понятие «синергический эффект»		
Синергический эффект – эффект взаимодействия интеллектуальных ресурсов двух или более компаний которое приносит дополнительную стоимость и конкурентное преимущество	Гупта О. и Рус. Д. [26, с. 297-309]	
Синергический эффект – эффект взаимодействия взаимосвязанных элементов системы	Портер М. [21, с. 246]	Егерев И.А. [6, с. 480], Ловчнновский П.А. [9, с. 67-72], Липсиц И.В., Коссов В.В. [8, с. 383]

Синергический эффект – эффект от совместных действий, комбинированная стоимость обеих фирм (фирмы-цели и фирмы-покупателя). Это потенциальная дополнительная стоимость, появляющаяся в результате объединения двух фирм	Дамодаран А. [17, с. 1341], Гранди Т. [18, с. 282]	Максимцов М.М., Игнатова А.В. [12, с. 343]

Источник: составлено автором

На наш взгляд, широко распространенное в трудах западных и отечественных экономистов «правило», характеризующее явление синергии в виде формулы «2 + 2 = 5» не является верным (исчерпывающим для данного понятия). Это арифметическое выражение относится скорее к эффекту синергии и представляет лишь один из случаев – *благоприятный* – его проявления. Однако само понятие «синергия» как *сотрудничество* никак не гарантирует только положительного его результата и может вполне завершиться с отрицательным эффектом, т.е. по типу «2 + 2 = 3». К сожалению, в этом легко убедиться на примере рынка M&A, поскольку в сделках M&A зачастую интегрированная корпорация функционирует менее эффективно, чем составляющие ее компании по отдельности [32].

Возможно, знаком арифметического сложения авторы в своих работах пытались показать взаимодействие элементов, имеющих количественные и/или качественные составляющие, выраженные в цифрах, но простое и наглядное выражение в данном случае является популистским (упрощенным) и не раскрывает всей полноты ситуаций проявления эффекта синергии.

Что же касается определения, данного М. Портером, то оно скорее относится к общему философскому пониманию *эффекта синергии*, и в широком смысле его можно отнести и на бизнес. С другой стороны, встречаются определения слишком узконаправленные, которые не объясняют всю сущность и значение эффекта синергии, и их большинство. По-видимому, это связано с тем, что именно в этой (узкой) финансовой области и работают авторы.

Заключение

1. Прежде всего, подчеркнем наличие досадной проблемы в отечественной научной среде, связанной с использованием понятий «синергия» и «синергетика», – отсутствием понимания разницы между этими понятиями, особенно при рассмотрении *синергического* эффекта.

2. Проведенное исследование позволяет также сделать вывод об отсутствии *единого* понимания понятий *синергия* и *синергический эффект* в ученой среде.

3. Наконец, позволим себе дать достаточно *общее* (не узконаправленное) определение понятия «синергия», опираясь на семантическое представление о нем, как о *совместной работе.*

На наш взгляд, ***синергия*** – это *сотрудничество* хозяйствующих субъектов *как единого целого, единой системы,* а ***синергический эффект*** – это *изменение* эффективности деятельности такого объединения, благодаря возникновению *новых качеств полученной системы.*

Подчеркнем наличие *волевого начала субъектов* в определении синергии, а не просто комбинации объектов, что подразумевает целеполагание (сотрудничество ради достижения определенной цели), а значит и *системность* явления. Заметим, что даже в современном экономическом словаре [13, с. 495] речь идет только об *увеличении* эффективности деятельности, т.е. игнорируется тот факт, что по статистике около 50% сделок слияния и поглощения, как в России, так и за рубежом, имеют отрицательный или нулевой эффект синергии [28, с. 12]. Отметим также, что данное определение расширяет зону проявления и изучения синергии – за пределы сферы сделок M&A, что, безусловно, является шагом вперед в развитии *теории синергии*.

ИСТОЧНИКИ:

1. *Балабан В.А.* Синергия: сферы проявления и источники получения // Вестник ТГЭУ. – 2006. – № 3. – С. 90–98.

2. Бюллетень № 1 альманаха «В защиту науки» Комиссии РАН по борьбе с лженаукой и фальсификацией научных исследований. – М: Наука, 2009.

3. *Грязнова М.А., Федотова А.Г.* Оценка бизнеса: Учебник. – М.: Финансы и статистика, 2005. – 736 с.

4. *Губин В. Б.* О методологии лженауки. – М.: ПАИМС, 2011. – 172 с.

5. *Дружинин А.В., Давыденко О.А., Нимков Д.А.* Оценка синергетического эффекта в деятельности предприятия // Коммунальное хозяйство городов (Научно-технический сборник). – 2006. – № 68. – С. 272-276.

6. *Егерев И.А.* Стоимость бизнеса: Искусство управления: Учебное пособие. – М.: Дело, 2003. – 480 с.

7. *Иванов А.Е.* Как поймать синергию за хвост // Финансы. – 2011. – № 19. – С. 16–21.

8. *Кузьмичев А.* Каждому – свое // Управление компанией. – 2003. – № 11. – С. 6-9.

9. *Лапшин П.П., Хачатуров А.Е*. Синерг*ети*ческий эффект при слияниях и поглощениях компаний // Менеджмент в России и за рубежом. – 2005. – № 2. – С. 21-30.

10. *Липсиц И.В., Коссов В.В.* Экономический анализ реальных инвестиций: Учебник. – М.: Магистр, 2007. – 383 с.

11. *Ловчиновский П.А.* Анализ опыта слияний и поглощений в России и странах с переходной экономикой // Финансовый менеджмент. – 2005. – № 1. – С. 67-72.

12. Менеджмент: Учебник / М.М. Максимцов, А.В. Игнатова, М.А. Комаров [и др.]. – М.: Банки и биржи, ЮНИТИ, 1999. – 343 с.

13. *Райзберг Б.А., Лозовский Л.Ш., Стародубцева Е.Б*. Современный экономический словарь. – 5-е изд., перераб. и доп. – М.: ИНФРА-М, 2006. – 495 с.

14. *Тихомиров Д.В.* Оценка стоимости компаний при слияниях и поглощениях. СПб: Издательство СПбГУЭФ, 2009. – С. 120.

15. *Фёдорова Е.С.* Оценка стоимости публичных компаний в процессе слияния на российском рынке // Финансовый менеджмент. – 2009. – № 6. – С. 46–55.

16. *Царев В.В., Кантарович А.А.* Оценка стоимости бизнеса. Теория и методология: Учебное пособие. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2007. – 575 с.

17. *Дамодаран А.* Инвестиционная оценка: Инструменты и методы оценки любых активов. – М.: Альпина Бизнес Букс, 2005. – 1341 с.

18. *Гранди Т.* Рост бизнеса. Как создать стратегию; обеспечивающую сбалансированный: рост и развитие компании. – М: Эксмо, 2007. – 288 с.

19. *Грегори А.* Стратегическая оценка компаний. – М.: Квинто-Консалтинг, 2003. – С. 165-166.

20. *Кристоффферсон С.* Проклятие победителя: ошибки слияний // Вестник McKinsey. – 2009. – № 1.

21. *Портер М.Е.* Конкурентное преимущество: как достичь высокого результата и обеспечить его устойчивость. – М: Альпина Бизнес Бук, 2005. – 246 с.

22. *Эванс Ф.Ч., Бишоп Д.М.* Оценка компаний при слияниях и поглощениях: Создание стоимости в частных компаниях. – М: Альпина Бизнес Бук, 2004. – 332 с.

23. *Ansoff I.* Corporate Strategy. – New York: McGraw-Hill, 1965.

24. *Dunglison R.* Medical Lexicon: A Dictionary of Medical Science. – Philadelphia: Blanchard and Lea, 1853. – P. 835.

25. *Gaughan P.A.* Mergers, acquisitions, and corporate restructurings. – New York: Wiley, 1996. – P. 265.

26. *Gupta O., Roos G.* Mergers and acquisitions through an intellectual capital perspective // Journal of Intellectual Capital. – 2001. – Vol. 2. – № 3. –P. 297-309.

27. The Oxford Dictionary of English Etymology. – Oxford: Oxford University Press, 1966. – P. 546.

28. *Straub T.* Reasons for frequent failure in Mergers and Acquisitions: A comprehensive analysis. – Wiesbaden: Deutscher Universitäts-Verlag (DUV), Gabler Edition Wissenschaft, 2007. – P. 12.

29. *Ward L. F.* Glimpses of the Cosmos. Volume VI: 1897–1912. – New York: G. P. Putnam's Sons, 1918. – P. 358.

30. *Werth M.* The Joy of Life: The Idyllic in French Art, circa 1900. – Berkeley: University of California Press, 2002. – P. 5.

31. 2016 M&A Report [Electronic resource] // WilmerHale. – 2016. – Mode of access: https://www.wilmerhale.com/uploadedFiles/Shared_Content/Editorial/Publications/Documents/2016-WilmerHale-MA-Report.pdf

32. 2015 M&A Outlook: Survey Report [Electronic resource] // KPMG. – 2015. – Mode of access: http://www.execed.kpmg.com/content/PDF/kpmg-ma-outlook-2015-web.pdf

33. Synergy [Electronic resource] // Google trends. – Режим доступа: https://www.google.ru/trends/explore?q=synergy

34. M&A [Electronic resource] // Google trends. – Режим доступа: https://www.google.ru/trends/explore?q=M%26A

35. Synergy [Electronic resource] // Google Scholar. – Mode of access: https://scholar.google.ru/scholar?q=synergy

36. Synergy bussines [Electronic resource] // Google Scholar. – Mode of access: https://scholar.google.ru/scholar?q=synergy+bussines

37. Синергия [Electronic resource] // Google Scholar. – Режим доступа: https://scholar.google.ru/scholar?q=синергия

Иванов Д.А. Понятие «синергия» и «синергический эффект»: семантический и эволюционный аспекты // Российское предпринимательство. — 2016. — Т. 17. — № 20. — С. 2583–2594. — doi: 10.18334/rp.17.20.36917

Dmitry A. Ivanov, Postgraduate, Chair of Corporate Finance and Business Assessment, Saint-Petersburg State University of Economics

Concepts of «synergy» and «the synergic effect»: semantic and evolutionary aspects

ABSTRACT
The study focuses on the issue of emergence and development of the concept of “synergy”. Semantic differences between concepts of “synergy”, “synergetics”, “synergism” are determined. Different definitions of concepts of “synergy” and “the synergic effect” are represented within the historical context. The critics of approaches to the understanding of the essence of synergy and the synergic effects in existing studies of Russian and foreign researchers is given. The author's definitions of these concepts are suggested that are based on the study of their semantics and results from implementation of M&A transactions in practice.
KEYWORDS: synergy, synergic effect, synergetics, synergism, M&A