

В.В. Квасникова

Критерий и показатели эффективности реструктуризации предприятий

Увеличение количества белорусских предприятий легкой промышленности, начинающих реструктуризацию, при отсутствии отечественного опыта и невозможности полноценного использования существующих зарубежных подходов, ставит вопрос о необходимости разработки методики по оценке эффективности реструктуризации предприятий, адаптированной к современным условиям Республики Беларусь.

В соответствии с целью реструктуризации, а именно: повышение конкурентного статуса фирмы, критерием эффективности в предлагаемой методике выступает конкурентоспособность предприятия.

В экономической литературе представлены не только различные определения конкурентоспособности предприятия, но и разнообразные подходы к ее оценке. Так, Р.А. Фатхутдинов [1], считает, что конкурентоспособность фирмы – это ее способность выпускать конкурентоспособную продукцию, преимущество фирмы по отношению к другим фирмам данной отрасли внутри страны и за ее пределами. В этом определении четко сформулирован такой фактор конкурентоспособности предприятия как конкурентоспособность продукции, однако не раскрыты другие конкурентные преимущества фирмы.

Действительно конкурентоспособность товара, представляющая собой степень его превосходства, с точки зрения потребителей, над другими товарами аналогичного назначения, является важным, но недостаточным условием конкурентоспособности предприятия. Складываясь из качества и цены потребления, конкурентоспособность товара может быть определена на основе прямого и косвенного методов.

В литературе по маркетингу подробно излагаются принципы оценки конкурентоспособности товара прямыми методами. Их суть заключается в сравнении качественных и ценовых характеристик с аналогичными характеристиками товаров-конкурентов, и на этой основе получения количественных (единичных, групповых и интегральных) показателей.

Сложность применения прямого метода определения конкурентоспособности товара заключается в том, что для одних и тех же видов товаров эти показатели могут отличаться для различных групп потребителей. Особенно данное явление характерно для продукции предприятий легкой промышленности, в частности по товарам одежда и обувь, группы потребителей дифференцируются по половозрастным признакам, характеру занятости, культурно-образовательному уровню, уровню доходов. Из этого следует, что каждая потребительская группа вкладывает свой смысл в понятие конкурентоспособности товара.

Так, для женщин зрелого и юного возраста определяющим в оценке уровня качества часто являются художественно-эстетические показатели. Для пожилых людей с низкими доходами наиболее важны – гигиеничность, комфортность и надежность; потребителей с низкими доходами больше интересует цена и надежность, с высокими – изысканность модели и т. д.

Кроме того продукция предприятий легкой промышленности характеризуется большим, часто сменяющимся ассортиментом (например, ОАО «Красный

Октябрь» выпускает в год более 150 моделей обуви), что значительно усложняет использование прямого метода при определении конкурентоспособности товара.

Оценка конкурентоспособности товара легкой промышленности требует больших затрат времени и средств на организацию опроса потребителей и обработку информации. В то же время, результаты исследований зарубежных ученых говорят о наличии тенденции к ухудшению отношения респондентов к опросам, так, по данным [2] отказались отвечать на вопросы: в 1978 году – 6% опрошиваемых, в 1984 году – 12%, а в 1987 – 38% из 1,4 миллиардов отвечающих, что также свидетельствует о сложности реализации прямого метода определения конкурентоспособности товара.

Выше изложенное позволяет сделать вывод о нецелесообразности использования прямых методов определения конкурентоспособности товара для оценки эффективности реструктуризации предприятий легкой промышленности. Применение прямых методов для определения конкурентоспособности товаров предприятий легкой промышленности наиболее оправдано в решении других задач, в частности при разработке ассортиментной политики предприятия. В то же время, прямые методы определения конкурентоспособности продукции при оценке эффективности реструктуризации могут быть использованы предприятиями отраслей, характеризующихся, с одной стороны, небольшим редко сменяющимся ассортиментом, а с другой, товарами, для которых наиболее значительными являются технические параметры, определяемые без привлечения потребителей (например, производство телевизоров ПО «Витязь» – 20 моделей).

Для определения конкурентоспособности товара при оценке эффективности реструктуризации предприятий легкой промышленности наиболее правомерно использовать косвенный метод.

М.И. Кругловым [3] выделены следующие косвенные показатели, которые использует массовый потребитель при выборе товара:

- известность торговой марки или наименование компании, зарекомендовавшей себя высоким качеством товаров;
- широкое распространение товара данной фирмы (доля на рынке): большой объем продаж свидетельствует о признании этого товара потребителями;
- информационная открытость продавца: чем более полно он информирует покупателя о свойствах товара, тем больше уверенность в высоком качестве товара;
- длительность гарантийного срока и простота обмена товара с недостатками: чем выше гарантийный срок и проще процедура обмена, тем больше уверенность, что фирма выпускает высококачественный товар и не опасается излишних затрат на гарантийное обслуживание и обмен товара.

Помимо перечисленных косвенных показателей конкурентоспособности товара, не менее важным для отечественных предприятий в современных условиях являются такие как: объем и доля экспорта.

Преимущество использования косвенного подхода состоит в том, что не требуется проведения анкетирования потребителей, исключение составляет лишь определение популярности товара. Таким образом, конкурентоспособность продукции предприятий легкой промышленности целесообразно определять косвенным методом с использованием следующих показателей:

- объем реализации (тыс. пар);
- доля рынка (%);
- доля экспорта (%);
- объем экспорта (тыс. пар);
- популярность продукции (на основе опроса потребителей, балл).

Конкурентоспособность продукции является важным, но не единственным фактором конкурентоспособности предприятия. Это следует из основополагающего принципа конкурентоспособности, сформулированного М. Портером, как продуктивность использования всех факторов производства [4]. Исходя из этого принципа, можно утверждать, что для обеспечения своей конкурентоспособности, фирма должна постоянно заботиться о наиболее полном и эффективном использовании имеющихся в ее распоряжении, а также приобретаемых для будущего производства всех видов ресурсов.

В то же время, по мнению Г.Я. Кожекина, Б.А. Соловьева и др. [5, 6], конкурентоспособность предприятия отражает не только степень удовлетворения потребностей потребителей, но и эффективность хозяйственной деятельности.

Следует отметить, что в экономике различают понятия эффективность хозяйственной деятельности предприятия и эффективность промышленного производства. При этом первое отражает результативность деятельности предприятия и определяется как отношение объема реализованной продукции или эффекта в виде прибыли к совокупной величине ресурсов, включающей среднегодовую стоимость издержек производства и обращения. То есть эффективность производственно-хозяйственной деятельности – это отношение результата к затратам. Эффективность промышленного производства отражает результативность производства, которая характеризуется системой показателей, включающей частные показатели эффективности использования:

- персонала (производительность труда, объем реализованной продукции на 1 рубль заработной платы, трудоемкость производства);
- основных фондов (фондоотдача, фондовооруженность, фондоемкость);
- оборотных средств (количество оборотов, длительность одного оборота, материалоемкость);
- текущих затрат (объем реализованной продукции на 1 рубль затрат, доля затрат в объеме реализации).

К.А. Раицкий [7] доказал, что между показателями эффективности существует взаимосвязь, то есть обобщающие показатели эффективности предприятия отражают влияние многих факторов эффективности производства (формулы 1 - 4).

$$\mathcal{E}_n = \text{РП} / \text{К} = \text{РП} : \text{РП} / \text{К} : \text{РП} = 1 / \text{фондоемкость} \quad (1)$$

$$\begin{aligned} \mathcal{E}_n &= \text{П} / \text{К} = \text{П} : \text{РП} / \text{К} : \text{РП} = \\ &= \text{коэффициент рентабельности РП} / \text{фондоемкость} \end{aligned} \quad (2)$$

$$\begin{aligned} \mathcal{E}_n &= \text{П} / \text{К} = \text{П} : \text{РП} \times \text{РП} : \text{К} = \\ &= \text{коэффициент рентабельности РП} \times \text{фондоотдачу} \end{aligned} \quad (3)$$

$$\mathcal{E}_n = \text{П} / \text{С}_c \times \text{С}_c / \text{РП} \times \text{РП} / \text{Ч} : \text{К} / \text{Ч} \quad (4)$$

где \mathcal{E}_n – обобщающий показатель эффективности;

П – прибыль предприятия;

С_c – сумма издержек производства и обращения;

РП – объем реализованной продукции;

К – капитал (среднегодовая стоимость основных и оборотных средств).

Так, например, из формулы 4. видно, что эффективность затрат предопределяется и равна рентабельности продукции умноженной на затраты на один рубль реализованной продукции, умноженной на производительность труда работников и деленным на фондовооруженность труда работников.

Существование такой взаимосвязи между показателями эффективности предприятия и производства, обуславливает возможность и целесообразность использования в методике оценки эффективности реструктуризации только обобщающих показателей эффективности, представленных в таблице 1. Кроме того, сопоставление некоторых частных показателей (например, выработка, фондоотдача, трудоемкость и другие) на предприятиях, выпускающих разнообразную продукцию, и даже на одном предприятии в динамике невозможно, из-за структурных сдвигов в ассортименте.

При расчете показателей рентабельность капитала и рентабельность продукции целесообразным является использование чистой прибыли, что позволит учесть конкурентное преимущество совместных предприятий, имеющих льготы по налогу на прибыль.

Таблица 1

Показатели эффективности функционирования предприятия

Эффективность	Показатели
Капитала	а) Рентабельность капитала $R_k = \Pi / K \times 100 = \Pi / (\text{СОФ} + \text{СОС}) \times 100$ (%)
	б) Объем реализованной продукции на рубль реального капитала $Э_k = \text{РП} / K$
Затрат	а) Рентабельность продукции $R_{\text{пр}} = \Pi / C_c \times 100$ (%)
	б) Затраты на 1 рубль реализованной продукции $З_{1\text{р}} = C_c / \text{РП}$

После завершения реструктуризации, предприятие должно стать не просто более конкурентоспособным, но и обеспечить поддержание своей конкурентоспособности в течение длительного времени. Это возможно только путем развития конкурентных преимуществ, представляющих собой инновации во всех сферах деятельности.

Развитие и поддержание высокого уровня конкурентных преимуществ предприятия зависит от его инвестиционных возможностей. Речь идет об источниках получения необходимых инвестиций и их величине. С одной стороны, возможность получения необходимых инвестиций непосредственно связана с инвестиционной привлекательностью предприятия, для оценки которой используются показатели его финансового состояния. То есть для получения любых форм инвестиций предприятие как минимум должно быть платежеспособным, финансово устойчивым и прибыльным.

С другой стороны, хорошее финансовое состояние предприятия свидетельствует о том, что у него есть собственные инвестиционные источники для развития и усиления конкурентных преимуществ. Исходя из этого можно утверждать, что фактором конкурентоспособности предприятия, помимо конкурентоспособности товара и эффективности хозяйственной деятельности, является также финансовое состояние предприятия. Необходимость определения показателей финансового состояния при оценке эффективности реструктуризации предприятия вызвана еще и тем, что большинство из реструктурируемых предприятий до проведения реформ, как правило, имели неудовлетворительное финансовое состояние.

При оценке эффективности реструктуризации наиболее целесообразно определять такие показатели финансового положения как: платежеспособность; финансовая устойчивость; деловая активность (табл. 2.).

Таблица 2

Показатели, характеризующие финансовое состояние предприятия

Наименование показателя	Формула	Нормативное значение
1. Платежеспособность		
1.1. Коэффициент текущей ликвидности	$K_{\text{тек. лик}} = \text{Текущие активы -РБП} / \text{Текущие пассивы}$	не менее 1.7.
1.2. Коэффициент критической ликвидности	$K_{\text{крит. лик}} = \text{Денежные средства} + \text{легко реализуемые ЦБ} + \text{Дебиторская задолженность} / \text{Текущие пассивы}$	не менее 0.7-0.8
1.3. Коэффициент абсолютной ликвидности	$K_{\text{абсл. лик}} = \text{Денежные средства} + \text{Краткосрочные фин. вложения} / \text{Текущие пассивы}$	не менее 0.2-0.25
2. Финансовая устойчивость		
2.1. Степень финансовой независимости	$C_{\text{ф.н.}} = \text{Собственный капитал} / \text{Весь капитал}$	не менее 0.5
2.2. Соотношение заемного и общего капитала	$K_1^3 = \text{Общие заемные средства} / \text{весь капитал}$	>
2.3. Соотношение заемного и собственного капитала	$K_2^3 = \text{Общие заемные средства} / \text{собственный капитал}$	не более 1
2.4. Коэффициент долгосрочного привлечения заемных средств	$K_3^3 = \text{Долгосрочные финансов. обязательства} / (\text{Собственный капитал} + \text{долгосрочные финансовые обязательства})$	не более 0 - 0.2
2.5. Коэффициент маневренности собственных средств предприятия	$K_c^M = \text{Собственные оборотные средства} / \text{Собственный капитал}$	<
3. Коэффициент деловой активности	$K_{\text{дел. акт}} = \text{Объем продаж} / \text{текущие активы}$	<

Уровень конкурентоспособности продукции значительным образом зависит от конкурентоспособности технологии, конкурентоспособности производства и конкурентоспособности персонала. Этими же факторами предопределяются финансовое состояние и эффективность предприятия. Показатели финансового состояния являются индикаторами, четко реагирующими на изменение конкурентоспособности продукции. Так, в результате российского финансового кризиса дорогая обувь отечественных производителей стала неконкурентоспособной, что немедленно отразилось на финансовом состоянии предприятий (например, СП «Ле Гранд» $K_{\text{тек. лик. 97}} = 2,99$, $K_{\text{тек. лик. 98}} = 0,85$). Аналогичным образом последствием кризиса сказались и на эффективности предприятий, что привело к ухудшению соответствующих показателей (рентабельность продукции СП «Ле Гранд» $R_{97} = 23,6\%$, $R_{98} = 12,1\%$).

Выше сказанное позволяет заключить, что показатели финансового состояния и эффективности предприятия являются в своем роде косвенной оценкой конкурентоспособности товара.

Как показали проведенные нами исследования, реструктуризация, повышая конкурентный статус предприятия, оказывает существенное влияние на интересы трудового коллектива и государства.

Безусловно, процесс реформирования предприятий сопряжен с изменением численности персонала. Члены трудового коллектива опасаются увольнения, так как в современных условиях проблема безработицы стоит весьма остро, и поэтому существует высокая вероятность того, что уволенные работники не найдут работу, либо потратят на ее поиски длительное время. В итоге

жизненный уровень этих людей существенно снизится. Проблема увеличения численности безработных весьма беспокоит и государство, так как от этого существенным образом зависит политический и социальный климат в обществе.

Интересы государства также связаны с тем, что оно финансирует реструктуризацию некоторых предприятий (например, в предприятия легкой промышленности было вложено 507 млрд. рублей и 5 млн. долларов США), что обуславливает его заинтересованность в эффективном использовании выделенных средств.

Кроме того, успешное массовое реформирование предприятий должно привести к перелому негативных тенденций в экономике регионов и страны в целом. Так, успешная реструктуризация предприятий, способствуя повышению их доходности, объемов производства и уровня оплаты труда членов коллектива, позволит увеличить налоговые поступления, как в местные, так и республиканские бюджеты. Составляя основу доходной части бюджета, собираемые налоги позволят увеличить расходы на образование, науку, здравоохранение, культуру и т.д., что обеспечит повышение доходов работников этих сфер.

В совокупности рост доходов населения приведет к повышению уровня потребления, что вызовет рост объема производства и положит начало экономическому росту страны.

Наилучшим образом социально-экономические аспекты реструктуризации предприятий можно оценить посредством таких показателей, как:

- уровень оплаты труда работников;
- количество рабочих мест;
- задолженность бюджету по налогам и сборам;
- сумма отчисляемых в бюджет налогов и сборов.

При оценке эффективности реструктуризации все предлагаемые показатели (конкурентоспособности продукции, эффективности функционирования, финансового состояния и внешнего воздействия), должны определяться на начало и конец реструктуризационного периода, а затем сопоставляться. Однако выводы об эффективности реструктуризации, сделанные на основе простого сравнения показателей, являются не вполне корректными, так как не позволяют раскрыть сущности конкурентоспособности предприятия. Это связано в первую очередь с тем, что конкурентоспособность не является имманентным качеством фирмы. Она может быть обнаружена только в рамках группы фирм, относящихся к одной отрасли, либо выпускающих товары – субституты. Конкурентоспособность можно выявить только при сравнении этих фирм как в масштабе страны, так и в масштабе мирового рынка. Исходя из этого, очевидно, что конкурентоспособность – понятие относительное: одно и то же предприятие в рамках отраслевой группы страны может быть признано конкурентоспособным, а в рамках отраслей мирового рынка или сегмента – нет.

Оценка эффективности реструктуризации предполагает определение изменения конкурентоспособности предприятия относительно отечественных производителей, поэтому необходимо сопоставлять предлагаемые показатели на конец реструктуризации с аналогичными показателями предприятий конкурентов.

ЛИТЕРАТУРА

1. **Фатхутдинов Р.А.** Инновационный менеджмент. Учебник для вузов. М.: ЗАО «Бизнес-школа», 1998. – 600 с.
2. **Эванс Дж. Р., Берман Б.** Маркетинг. М.: Экономика, 1993. - 335 с.
3. **Круглов М.И.** Стратегическое управление компанией. Учебник для вузов. М.: Русская деловая литература, 1998. – 768 с.

4. **Портер М.** Международная конкуренция. М.: Международные отношения, 1993. - 693 с.
5. **Маркетинг: теория и практика.** Уч. пособ. / Под ред. **Г.Я. Кожекина.** Мн.: НПЖ «Плюс минус», 1993. - 170 с.
6. **Раицкий К.А.** Экономика предприятия: Учебник для вузов. М.: Информационно-внедренческий центр «Маркетинг», 1999. - 693 с.
7. **Экономическая стратегия фирмы:** Уч. пособ. / Под ред. **А.П. Градова.** С.-Пб.: Специальная литература, 1998. - 589 с.

S U M M A R Y

This article deals with the problem of choosing the criterion of restructuring efficiency estimation. The indications characterizing restructuring efficiency of the light industry enterprises have been grounded.

Поступила в редакцию 13.03.2000