

Реструктуризація підприємств швейної промисловості України: обґрунтування економічної ефективності

Постановка проблеми. Швейна промисловість України досі залишається однією з кризових галузей. Переважна більшість вітчизняних швейних підприємств співпрацюють з інофірмами на умовах давальницької сировини, що є найлегшим способом забезпечити функціонування підприємства. Така співпраця негативно впливає на їх діяльність, бо не дає можливості повноцінно функціонувати та самостійно керувати розвитком підприємства. Результати аналізу фінансово-господарської діяльності підприємств швейної промисловості свідчать про негативні тенденції в розвитку галузі. Головна з них полягає в тому, що зростання валових показників виробництва і реалізації продукції водночас супроводжується зниженням прибутку та рентабельності [4].

Підприємства швейної промисловості України потребують суттєвого перегляду цільових установ та стратегії розвитку на перспективу. Для того, щоб мати впевненість у майбутньому і можливість самостійно розвиватися, необхідна реструктуризація системи функціонування, яка включатиме і розроблення програми повернення на внутрішній ринок та завоювання на ньому певних конкурентних позицій.

Метою даного дослідження є обґрунтування необхідності реструктуризації підприємств швейної промисловості України, розроблення пропозицій щодо оптимізації загальної бізнес-моделі швейних підприємств, які працюють на умовах давальницької сировини та розрахунок економічної ефективності від впровадження запропонованої реструктуризації.

Аналіз досліджень і публікацій. Реструктуризація швейних підприємств є досить актуальною проблемою, дослідження якої допоможе підняти швейну промисловість України на якісно новий рівень розвитку. Крім того, проаналізувавши існуючі дослідження та публікації з питань реструктуризації, зокрема щодо підприємств швейної промисловості, можна дійти висновку, що стаття має певну практичну цінність через незначну кількість подібних публікацій [1, 6, 7].

Основна частина. Метою реструктуризації швейного підприємства має стати відновлення економічної життєздатності, яке передбачає, що продукція підприємства, його капітальні й поточні витрати, рівень продажу продукції та цінова політика забезпечують рівень рентабельності, який відповідає сучасним умовам господарювання: дає змогу впроваджувати нові технології виробництва, розширювати ринок збуту продукції, підвищувати заробітну плату працівникам тощо.

Реструктуризацію швейного підприємства пропонуємо здійснювати на базі розробленої автором моделі реструктуризації, основними етапами якої є: інформаційно-аналітичний, проектно-підготовчий, впровадження та оцінка результатів. Також розроблено нову бізнес-модель типового швейного підприємства, яке працює виключно на умовах давальницької сировини, яка відображає підприємство після реструктуризації [2, 5].

Сутність запропонованої реструктуризації швейного підприємства полягає в створенні самостійної бізнес-одиниці — малого підприємства, яке б поступово вивчало і завойовувало певні позиції на вітчизняному ринку швейних виробів, а також займалось пошуком ринків збуту продукції за межами країни, співпрацюючи з іноземними партнерами на початковому етапі й надалі. На основі постійного моніторингу потреб ринку мале підприємство самостійно встановлюватиме цілі й завдання, шукатиме поставальників сировини та самостійно збуватиме продукцію. Зокрема, виробництво, як найвагоміший процес, що потребує участі значної кількості кваліфікованих робітників, необхідно об'єднати у загальнопромисловий процес підприємства. Продовжуючи працювати з іноземними партнерами, освоївши передові технології та досвід, підприємство матиме змогу використовувати їх для розвитку вітчизняного ринку якісних товарів легкої промисловості. У міру розвитку служби збуту продукції та набуття необхідного досвіду в цій сфері, зазначене мале підприємство має вийти на зовнішні ринки збуту продукції. Така реструктуризація підприємства дасть можливість без зайвих витрат посісти певні конкурентні позиції на внутрішньому та зовнішніх ринках, що спричинить нарощення обсягів виробництва і забезпечить стабільний розвиток його у майбутньому. При цьому мале підприємство поступово відпрацює майбутню бізнес-модель всього підприємства, до якої воно згодом зможе перейти. Кінцева мета реструктуризації — перехід до повного управління всією ланкою бізнес-процесів з метою оптимізації джерел постачання і ринків збуту та підвищення на цій основі рентабельності виробництва.

Найефективнішим є поступове поетапне впровадження нової бізнес-моделі на базовому підприємстві, яке передбачає поступовий перехід до самостійного забезпечення технологічного циклу виробництва і реалізації за збереження на перших етапах чинних організаційних схем роботи підприємства. Зважаючи на це, для розрахунку очікуваного економічного ефекту від впровадження бізнес-моделі приймемо такі параметри термінів впровадження:

2008 р. — організаційна діяльність зі створення малого (дочірнього) підприємства.

2008—2011 рр. — початок виробництва продукції на дочірньому підприємстві з подальшою самостійною реалізацією її на внутрішньому ринку. Доведення обсягів такої реалізації від 10 % в 2008 р. до 40 % в 2011 р. (від загального обсягу реалізації). На цьому етапі передбачається формування регіональної дилерської мережі.

2012—2014 рр. — виробництво і реалізація не менш, ніж 50 % продукції базового підприємства від загального обсягу реалізації, здійснення самостійного експорту і реалізації за кордоном відповідно від 10 % в 2012 р. до 30 % в 2014 р. Цей етап передбачає також відкриття фірмових магазинів в Україні та за кордоном.

2015 р. — перехід до нової бізнес-моделі. Кінцевий термін такого переходу визначатиме загальна економічна ситуація в швейній галузі, яка складеться на той час.

Як приклад для розрахунку економічного ефекту від впровадження запропонованої бізнес-моделі взято типове швейне підприємство — ВАТ «Хмільницька швейна фабрика «Лілея», яке з 1994 р. працює виключно на умовах давальницької сировини.

Для оцінки економічного ефекту від впровадження реструктуризації на швейному підприємстві розроблено алгоритм розрахунку оцінки дохідності використаного капіталу, який полягає у визначенні відношення доходу, одержаного від реструктуризації бізнес-моделі швейного підприємства, до витрат, які є необхідними для проведення змін. Обсяг доходу розраховується обчисленням обсягів додаткової рентабельності у разі самостійної реалізації продукції. До витрат належать витрати робочого капіталу (вартість сировини і вартість пошиття одягу) та додаткові витрати на маркетинг та збут.

Для розрахунку обсягів реалізації і витрат підприємства під час впровадження нової бізнес-моделі виведено такі формули:

Формула розрахунку обсягів реалізації:

$$V_p = V_b + (V_b \cdot D_x) + (V_b \cdot E_x),$$

де V_p — обсяг реалізації в розрахунковому році; V_b — базовий обсяг реалізації; D — додатковий прибуток у разі реалізації на внутрішньому ринку (у відсотках до загального обсягу реалізації); x — варіант розрахунку; E — додатковий прибуток від реалізації продукції на експорт (у відсотках до загального обсягу реалізації).

Формула розрахунку витрат матиме вигляд:

$$Z_p = Z_b + (Z_b \cdot D);$$

де Z_p — витрати у розрахунковому році; Z_b — витрати у базовому році; D — додаткові витрати на маркетинг і збут (у відсотках до обсягу базових витрат).

Розрахунок планових обсягів реалізації продукції ВАТ «Лілея» вимагає врахувати такі обмеження:

1. Як базові показники для розрахунку прийнято значення показників обсягу реалізації, витрат на виробництво і балансового прибутку, які мали місце на початку 2007 р.
2. Спеціалізація підприємства з пошиття різних видів одягу передбачає неоднаковий рівень рентабельності у разі реалізації на внутрішньому ринку, тобто потрібен варіантний розрахунок можливих обсягів реалізації. На думку автора статті, він має включати песимістичний, середній та оптимістичний варіанти. Звісно, у першому варіанті мається на увазі переважна реалізація створених малим підприємством найменш рентабельних виробів, у третьому — найрентабельніших.
3. Для розрахунку як базові прийнято рівні цін на сировину і швейну продукцію на внутрішньому і зовнішньому ринках, які мали місце на початку 2007 р.
4. Додаткові витрати на маркетинг і збут продукції прийнято на рівні 3 % від обсягу загальних витрат в 2009 р., 2 % — в 2010 і 2011 рр., 4 % — в 2012 р., і по 3 % — в 2013 і 2014 рр. Обґрунтування саме таких значень додаткових витрат базується на тому, що вказані витрати будуть найвищими в перший рік просування продукції на нові ринки і стабільними — протягом наступних років.
5. Динаміку середньорічного обсягу виробничих фондів розраховано, виходячи з проролонгції відповідного динамічного ряду. Так, дані економічного аналізу цього показника свідчать, що темп зростання обсягу виробничих фондів ВАТ «Лілея» протягом 2003—2006 рр. становив у середньому 3,6 % на рік.

Для розрахунку очікуваного економічного ефекту також необхідно обчислити параметри таких показників, як вплив на загальний обсяг прибутку обсягу прибутку від реалізації різних видів швейних виробів в межах асортименту продукції, яку виробляє базове підприємство; співвідношення швейних виробів у загальному обсязі реалізації за песимістичного, середнього та оптимістичного варіантів реалізації, які визначаються часткою в обсязі реалізації більш та менш рентабельних виробів; рівень підвищення рентабельності в розрахунку на 1000 грн. собівартості продукції; розмір додаткового прибутку під час реалізації продукції на зовнішньому ринку.

Спочатку проведемо розрахунок впливу на загальний обсяг прибутку від реалізації різних видів швейних виробів в межах асортименту, який виробляє ВАТ «Лілея». Дані розрахунку наведено в табл. 1. Як базу для наведених розрахунків використано дані аналізу вартості сировини для виробництва швейних виробів, середньої вартості пошиття, яку сплачують інофірми за окремі вироби та середніх оптових цін на готові швейні вироби на внутрішньому ринку (алгоритм розрахунку додаткової рентабельності див. [3]).

Результати розрахунків свідчать, що найвищу рентабельність за умов збереження існуючих цін на сировину і швейні вироби, які виробляє ВАТ «Лілея», матиме виробництво пальт, курток, суконь і сарафанів, найнижчу — виробництво костюмів. Виходячи з цього, для оптимістичного варіанта розрахунків частка рентабельніших виробів в загальному асортименті продукції має бути збільшена, для песимістичного варіанта розрахунків — відповідно, зменшена. Для середнього варіанта розрахунків приймемо приблизно однакові частки окремих видів виробів в загальному асортименті продукції, яку виробляє підприємство (на рівні 16—18 %). Прийняті співвідношення для проведення варіантних розрахунків виробництва і реалізації продукції дочірнім підприємством наведено в табл. 2.

Розрахуємо рівень підвищення рентабельності у разі варіантного розрахунку реалізації продукції підприємства (в розрахунку на 1000 грн. собівартості продукції). Для цього виведемо формулу обчислення прибутку від реалізації продукції під час варіантних розрахунків рівня рентабельності підприємства.

Формула матиме вигляд:

$$P=S \cdot C \cdot R,$$

де P — прибуток від реалізації; S — частка собівартості даного виду продукції в обсязі собівартості швейних виробів; C — відсоток реалізації даного продукту; R — додаткова рентабельність виробу.

Дані розрахунків подано в табл. 3. Зазначимо, що за цією самою формулою можна розрахувати прибуток від реалізації продукції на експорт.

Далі, на підставі виведених формул розрахунку обсягів виробництва і прибутку від реалізації продукції дочірнім підприємством на внутрішньому ринку, визначимо загальну очікувану рентабельність реалізації ВАТ «Лілея» на 2008—2011 рр. Дані розрахунку подано в табл. 4.

ТАБЛИЦЯ 1 — Розрахунок впливу різних видів швейних виробів на загальний обсяг прибутку (в розрахунку на 1000 грн. собівартості)

Виріб	Додаткова рентабельність, %	Собівартість, грн.	Частка в собівартості, %	Обсяг собівартості на 1000 грн. одягу, грн.
Пальто	43,5	223	29,653	296,53
Куртка	30,6	157,17	20,9	209
Костюм	12	160,82	21,385	213,85
Спідниця	16,3	44,7	5,944	59,44
Брюки	15,5	56,29	7,485	74,85
Блузка	21,2	49,26	6,55	65,5
Сукня, сарафан	25	60,78	8,082	80,82
Всього	—	752,02	100	1000

ТАБЛИЦЯ 2 — Співвідношення швейних виробів для варіантного розрахунку обсягів реалізації (у відсотках до загального обсягу реалізації)

Виріб	Відсоток виробу від загального обсягу		
	Песимістичний варіант	Середній варіант	Оптимістичний варіант
Пальто	10	16	20
Куртка	10	16	20
Костюм	16	9	5
Спідниця	16	9	5
Брюки	25	16	10
Блузка	13	17	20
Сукня, сарафан	10	17	20
Всього	100	100	100

ТАБЛИЦЯ 3 — Рівень підвищення рентабельності у разі варіантного розрахунку реалізації продукції підприємства (в розрахунку на 1000 грн. собівартості продукції)

Виріб	Додаткова рентабельність, %	Частка в собівартості, %	Песимістичний варіант		Середній варіант		Оптимістичний варіант	
			Відсоток в реалізації	Прибуток, грн.	Відсоток в реалізації	Прибуток, грн.	Відсоток в реалізації	Прибуток, грн.
Пальто	43,5	296,53	10	12,9	16	20,84	20	25,8
Куртка	30,6	209	10	6,4	16	10,23	20	12,79
Костюм	12	213,85	16	4,11	9	2,31	5	1,28
Спідниця	16,3	59,44	16	1,55	9	0,87	5	0,48
Брюки	15,5	74,85	25	2,9	16	1,86	10	1,16
Блузка	21,2	65,5	13	1,81	17	2,36	20	2,78
Сукня, сарафан	25	80,82	10	2,02	17	3,43	20	4,04
Всього	—	1000	100	31,68	100	41,7	100	48,33

ТАБЛИЦЯ 4 — Розрахункова рентабельність реалізації продукції на внутрішньому ринку малим підприємством в 2008—2011 рр. (%)

Показник	Рік			
	2008	2009	2010	2011
Песимістичний варіант				
Обсяг реалізації продукції, тис. грн.	7082,2	7306,56	7530,93	7755,29
Витрати на виробництво (всього)	7522,8	7748,5	7671	7671
Прибуток від реалізації, тис. грн.	-440,6	-441,9	-140,1	84,3
Рентабельність продукції, %	-6,22	-6,05	-1,86	1,09
Середній варіант				
Обсяг реалізації продукції, тис. грн.	7082,2	7377,53	7672,86	7968,18
Витрати на виробництво (всього)	7522,8	7748,5	7671	7671
Прибуток від реалізації, тис. грн.	-440,6	-371	1,9	297,2
Рентабельність продукції, %	-6,22	-5,03	0,02	3,73
Оптимістичний варіант				
Обсяг реалізації продукції, тис. грн.	7082,2	7424,48	7766,77	8109,05
Витрати на виробництво (всього)	7522,8	7748,5	7671	7671
Прибуток від реалізації, тис. грн.	-440,6	-324	95,8	438
Рентабельність продукції, %	-6,22	-4,36	1,23	5,4

За оптимістичного варіанта в 2011 р. рентабельність ВАТ «Лілея» складе 5,4 %, а обсяг реалізації зросте на 14,5 % порівняно з 2008 р.

Значення розрахованих показників дають змогу дійти висновку, що впровадження бізнес-моделі завдяки створенню дочірнього підприємства за повним самостійним циклом виробництва і реалізації швейних виробів уже на першому етапі суттєво вплине на показники рентабельності ВАТ «Лілея». Максимум за три роки базове підприємство досягне позитивних значень рентабельності реалізації виробленої продукції.

ВИСНОВКИ

Реструктуризація швейних підприємств є необхідною умовою виживання й реальним способом підвищення ефективності функціонування даної галузі. Головна перевага запропонованої бізнес-моделі полягає в тому, що її поетапне впровадження дає можливість, по-перше, не зменшувати обсягів виробництва і реалізації продукції, а, по-друге, змінити динаміку рентабельності базового підприємства та досягнути значень її показників, що відповідають потребам вітчизняного швейного підприємства для успішного здійснення своєї діяльності за умов ринкової економіки.

СПИСОК ЛІТЕРАТУРИ

1. Коваленко Д.І. Тенденції розвитку процесів реструктуризації в легкій промисловості // Державний інформаційний бюлетень про приватизацію. — 2006. — № 4. — С. 41-45.
2. Моргуль О.Б., Нікітін Ю.О. Модель реструктуризації підприємства // Актуальні проблеми економіки. — 2004. — № 3(33). — С. 119-127.
3. Моргуль О.Б. Обґрунтування ефективності реструктуризації бізнес-моделі швейного підприємства // Науковий вісник полтавського університету споживчої кооперації України. — 2005. — №1(15). — С. 165-167.
4. Моргуль О.Б. Швейна промисловість України: аналіз фінансово-господарської діяльності // Економіст. — 2007. — №5. — С. 31-33.
5. Моргуль О.Б. Щодо реструктуризації підприємств швейної промисловості України та перспектив її розвитку // Економіст. — 2007. — №10. — С. 50-51.
6. Ромусяк Я. Легка промисловість України: стан розвитку виробництва і торгівлі // Економіст. — 2006. — № 9. — С. 29-32.
7. Савіна Г. Реструктуризація текстильних підприємств // Діловий вісник. — 2003. — № 4. — С. 34-37.

Одержано 02.10.2007