

About state of crisis and financial improvement of the enterprise, some disparities in definitions

Umarova A.

О кризисном состоянии и финансовом оздоровлении предприятия, некоторых диспропорциях в дефинициях

Умарова А. И.

Умарова Азизахон Ильхамбабаевна / Umarova Azizakhon – старший преподаватель, кафедра финансов, Ташкентский финансовый институт, г. Ташкент, Республика Узбекистан

Аннотация: в данной статье рассматриваются основные критерии кризисного состояния предприятия, признаки кризиса, виды кризисов по целям предприятия и пути их оздоровления.

Abstract: this article discusses the main criteria of the crisis state of the enterprise, signs of a crisis, types of crisis according to the objectives of the enterprise and ways of their improvement.

Ключевые слова: кризис, кризис предприятия, финансовое оздоровление, банкротство.

Keywords: crisis, crisis of enterprises, financial improvement, bankruptcy.

Под нормальным финансовым состоянием предприятия понимается наличие у него достаточного запаса финансовой прочности для поддержания деловой активности и надежности как экономического партнера по бизнесу, способность предприятия финансировать свою деятельность. При этом важным является обеспечение эквивалентности рыночной стоимости акций предприятий и бизнеса [1-3].

Финансовое состояние может быть устойчивым, неустойчивым и кризисным. Именно кризисное состояние ставит вопрос о финансовом оздоровлении предприятия. Финансовое оздоровление предприятия является моментом, необходимым для предприятия, финансовое состояние которого неустойчиво, рыночная стоимость его бизнеса непривлекательна.

Классическое экономическое понятие кризиса означает нежелательную и драматическую фазу в капиталистической экономической системе, характеризующейся колебаниями и негативными явлениями, помехами. В этом смысле понятие кризиса долгое время занимало прочное место в схеме теорий конъюнктур в развитии экономики.

В микроэкономике используется понятие «кризис предприятия». В широком смысле оно означает процесс, который ставит под угрозу существование предприятия.

Понятие «кризис предприятия» описывает в современной экономической литературе различные феномены в жизни предприятия, от просто помех в функционировании предприятия через различные конфликты вплоть до уничтожения предприятия, которые как минимум для данного предприятия можно характеризовать как катастрофические.

Поэтому кризис предприятия можно понимать как незапланированный и нежелательный, ограниченный по времени процесс, который в состоянии существенно помешать или даже сделать невозможным функционирование предприятия. Иначе говоря, кризис предприятия представляет собой переломный момент в последовательности процессов событий и действий. Типичным для кризисной ситуации является два варианта выхода из нее: или это ликвидация предприятия как экстремальная форма, или успешное преодоление кризиса (рис. 1).

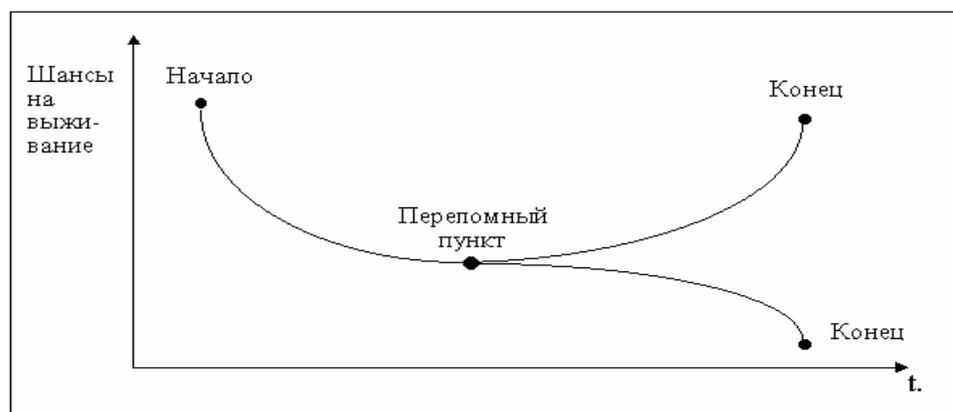


Рис. 1. Начало, переломный пункт и конец кризиса на предприятии

Промежутки между началом и завершением кризиса бывают разной длительности. С одной стороны, есть продолжительные, слабо ускоряющиеся кризисные процессы, с другой стороны, существуют

неожиданно возникающие кризисные процессы высокой интенсивности и с коротким сроком развития. Кризис может абсолютно неожиданно проявиться во время гармоничного развития предприятия и носить характер непреодолимой катастрофы или возникнуть в соответствии с предположениями и расчетами. Но в редких случаях кризис появляется неожиданно, т. е. без какого-либо предупреждения для специалистов предприятия.

При кризисе господствует нехватка времени и решений. Оценка ограниченного времени для принятия решений зависит от состояния кризиса и определяет этим нехватку времени или срочность решения проблем.

Наиболее полное представление признаков кризиса на наш взгляд:

1. Часто переломный пункт в развивающейся смене событий и действий.
2. Он часто образует ситуацию, при которой огромное значение имеет неотложность, срочность действий.
3. Он угрожает целям и ценностям.
4. Его последствия носят тяжелый характер для будущего задействованных в нем участников.
5. Он состоит из событий, которые создают новые условия для достижения успеха.
6. Он приносит неопределенность в оценку ситуации и в разработку необходимых альтернатив для преодоления кризиса.
7. Он снижает контроль над событиями и влиянием на них.
8. Он снижает время на реакцию до минимума, вызывает стресс и страх у участников.
9. Имеющаяся в распоряжении участников информация, как правило, недостаточна.
10. Он вызывает нехватку имеющегося в распоряжении у участников времени.
11. Он меняет отношения между участниками.

Выше перечисленных признаков вполне достаточно для того, чтобы в полной мере охарактеризовать кризис.

Представим многообразие форм проявления кризиса на предприятии. Кризисы можно классифицировать по различным критериям. Можно использовать следующую классификацию:

- кризис стратегического развития предприятия;
- кризис на стадии жизненного цикла предприятия;
- основные причины кризисов;
- агрегированное состояние кризиса;
- степень угрозы целям предприятия.

Обязательными предпосылками нормального состояния предприятия являются:

- а) поддержание платежеспособности,
- б) исключение обременения предприятия долгами, т. е. превышения пассивов над активами. С учетом системных целей возможно определение видов кризисов как кризисы стратегии, достижений (результатов) и ликвидности.

Далее рассмотрим классификацию по целям предприятия, находящегося под угрозой в связи с кризисом.

Это позволит нам в дальнейшем определить стратегический кризис, кризис результатов и кризис ликвидности (рис. 2).

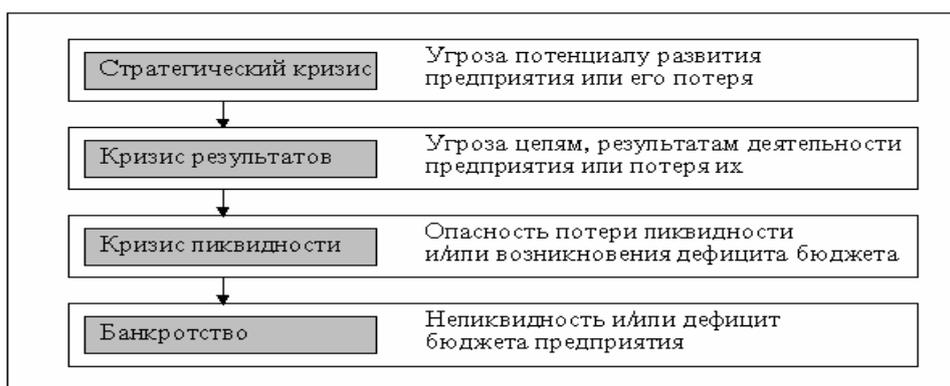


Рис. 2. Виды кризисов по целям предприятия, находящимся под угрозой

О кризисе стратегий речь идет тогда, когда потенциал развития предприятия (инновационного потенциала), который мог бы быть использован в течение продолжительного времени, существенно поврежден, исчерпан, и нет возможности создать новый. Причины стратегического кризиса различны, к примеру, это упущенное технологическое развитие или отставание от него, неадекватная изменяющимся требованиям рынка стратегия маркетинга.

Кризис результатов, или еще можно его назвать оперативный кризис, описывает состояние, при

котором предприятие имеет убытки и из-за постоянного уменьшения собственного капитала движется к ситуации дефицита баланса, превышения пассивов над активами. Примером причин, вызывающих кризис результатов, могут являться: потери как следствие отсутствия потенциала развития предприятия (инновационного потенциала), недостаточная эффективность оперативных мероприятий или менеджмента, который не в состоянии в достаточной мере использовать свой потенциал для повышения доходов и развития предприятия.

При кризисе ликвидности из-за увеличивающихся убытков предприятию грозит потеря платежеспособности, или платежеспособность уже отсутствует. Причем предприятию грозит опасность дефицита баланса и превышения пассивов над активами.

Кризис нельзя рассматривать как статическое состояние, его обязательно необходимо рассматривать как процесс.

Нормальное развитие предприятия может иметь различные отклонения, которые быстро могут привести к ошибочному или нежелательному развитию и поставить под угрозу предприятие или даже само его существование. Если ошибочное развитие было своевременно выявлено, то можно принять адекватную коррекцию курса на нормальное развитие. Для того чтобы можно было разработать правильную коррекцию курса, необходимы четкие знания о процессе кризиса и этапах развития кризисного процесса. Процесс представляет собой общее развитие, которое изменяет, разрушает имеющуюся структуру связей (отношений) или заново формирует ее. Таким образом, кризис предприятия в общем смысле представляет собой ограниченный по времени процесс. Он может быть управляемым или как минимум удерживаем в определенных границах, или находиться под влиянием как внутрифирменными, так и внешними факторами. Кризисные процессы в зависимости от предприятия, его структуры, инновационного потенциала и т. д. могут быть разной продолжительности, интенсивности и иметь последствия различной степени тяжести.

Для представления кризиса предприятия как процесса существуют различные исходные установки и точки зрения.

Таким образом, рассмотрев понятие «кризис», приходим к выводу о необходимости поиска путей финансового оздоровления предприятия.

Чтобы выжить в условиях рыночной экономики и не допустить банкротства предприятия, нужно хорошо знать, как управлять финансами, какой должна быть структура капитала по составу и источникам образования, какую долю должны занимать собственные средства, а какую - заемные. Следует знать и такие понятия рыночной экономики, как деловая активность, ликвидность, платежеспособность, кредитоспособность предприятия, порог рентабельности, запас финансовой устойчивости (зона безопасности), степень риска, эффект финансового рычага и другие, а также методику их анализа.

Литература

1. *Шохаъзамий Ш. Ш.* Основы секьюриметрики. - Т.: Iqtisod-moliya, 2005. - 376 с.
2. *Шохаъзамий Ш. Ш.* Основы финансового инжиниринга. - Т.: Iqtisod-moliya, 2005. - 264 с.
3. *Карабаев С. А.* К вопросу анализа и обеспечения эквивалентности рыночной стоимости акций и их бизнес-базиса. // Материалы Республиканской межвузовской научно-практической конференции «Исследование и развитие фундаментальных основ финансовой инженерии», 24 апреля 2009 г. - Т.: ТФИ, 2009. - С. 13-15.