

Прядко-Каныбекова Ольга Юрьевна

канд. экон. наук, преподаватель, доцент

Институт экономики и менеджмента

ФГАОУ ВО «Балтийский федеральный

университет им. Иммануила Канта»

г. Калининград, Калининградская область

DOI 10.31483/r-75103

ЭКОНОМИЧЕСКИЙ РОСТ НА МИКРОПРЕДПРИЯТИЯХ КАК ФАКТОР УСПЕХА И ДОЛГОЛЕТИЯ

***Аннотация:** рассмотрены вопросы оценки роста, внедрения компаса основных характеристик роста и предложена классификация показателей, которые более наглядно демонстрируют рост компаний. Изучение данного вопроса актуально, так как малому бизнесу необходимы не только систематизация практического опыта, но и выработка быстрого инструментария для регулярного анализа и своевременной интерпретации результатов.*

***Ключевые слова:** оценка роста, компас основных характеристик роста, частота подведения итогов, точки контроля роста, список успешных действий, доход компаний.*

Согласно первичным финансовым данным принято оценивать рост компаний через увеличение объема выпуска товаров и услуг, увеличение прибыли. Верно ли это общеупотребимое понимание роста и способно ли оно привести компанию малого бизнеса к успеху? При оценке финансовых данных двенадцати малых предприятий сферы торговли выяснены общие тенденции их собственной оценки роста, продемонстрированы упущения использованных показателей и предложена классификация показателей, которые более наглядно демонстрируют рост компаний и которые более эффективно применять для измерения эффективности экономической деятельности.

Изучение вопросов роста на микропредприятиях крайне важно, так как рост является не столько фактором успеха, сколько фактором долголетия для них,

напомним статистику открытия и ликвидации малых предприятий по РФ: в среднем на 1 открывающееся предприятие приходится 1,5 закрывающихся. Следовательно, малому бизнесу необходимо вкладывать накопленный опыт в создание индивидуальных характеристик, используемых для оценки роста, что можно назвать компасом основных характеристик роста, так как созданная система поможет анализировать результаты экономической деятельности и направлять новые усилия в нужном направлении.

Микропредприятия в условиях большой конкуренции стараются выбрать собственные преимущества, создать деловую репутацию. Их накопленный опыт с учётом совершённых ошибок приводит их к индивидуальным организационным структурам, которые, будучи планом подразделений хозяйства производственного, вспомогательного, культурно-бытового и хозяйственного назначения, способны привнести организованность в действующие процессы. Естественно, преобразовываясь, часть предприятий и компаний малого бизнеса становятся организованными, т.е. классическими, организациями. Структура предприятий различна и определяется предприятиями самостоятельно. Из действующей организационной структуры вытекают основные стандарты и правила коллектива, в том числе корпоративная культура. Даже если ее нет, то на самом деле она есть, но в ней действует только одно правило: можно все или почти все. Разумеется, все эти усилия для получения высоких экономических результатов, накапливать знания и опыт собирать их в реестр «успешных действий компании», анализировать и добиваться, чтобы усилия были эффективными и результативными, это верный путь для выживания небольших предприятий и их долголетия. Здесь встает вопрос об энергии того самого движения, которое способно заставить все это работать с максимальной скоростью, энергия для предприятий любого масштаба – это их доходы.

Все двенадцать предприятий фокус-группы проводили баланс операций и анализ своего финансового положения. Это свидетельствует о том, что предприятия понимают, что доходы должны всегда опережать расходы. Однако этот анализ проводился один раз в год, и, следовательно, на предприятиях нет

промежуточных индикаторов, способных повлиять на решения и тактическую деятельность. Рассмотрим углубленно именно это, начнем с того, достаточно ли просматривать показатели эффективности работы предприятия раз в год или в квартал. Разумеется, нет, для микропредприятий важно иметь еженедельный срез финансовых показателей. Ввиду того что на большинстве малых предприятий отсутствуют финансовые директора, а бухгалтер считает своей основной функцией своевременную сдачу отчетов, то предприниматели, будучи учредителями, остаются в «слепой зоне» даже при ежеквартальной оценке своего финансового состояния, и, в частности, это происходит из-за того, что бухгалтер не ведет корректировку отчетов с учетом инфляции и/или оценку упущенной выгоды и/или подсчет стоимости «ошибок/потерь», понесенных предприятием.

Проведенный анализ финансового положения и эффективности деятельности двенадцати предприятий сферы торговли за последние 3 года показал, что анализ ориентирован на отслеживание динамики состояния предприятий в квартальный (годовой) период, но никак не нацелен на стимулирование развития и роста. Результаты анализа не выносятся на тактическую корректировку целей компании и не влияют на стратегию развития компаний. В исследованной группе предприятий к общим тенденциям можно отнести:

- 1) рост величины активов за счет роста запасов, и здесь встает вопрос о оборачиваемости запасов;
- 2) рост величины пассивов и рост нераспределенной прибыли, и здесь встает вопрос об расчете предприятий перед учредителями.

Как итог у группы респондентов наблюдается отрицательные изменения статей баланса, в том числе снижение доли основных средств. При перерасчете данных показателей с учетом инфляции, изменений в обозначенных тенденциях нет, однако наблюдается обесценивание денег, и достигнутый предприятиями небольшой рост (10% годовых) неосознанно ими съедается инфляцией и официальными вопросами, бюджет на которые не закладывался в себестоимость товаров, таким образом, показатели экономического роста снижаются, и налицо «работа ради работы». Бухгалтеры не любят работать с инфляцией, так как

внедрение расчётов с инфляцией увеличивает объем работ и точность данного анализа бухгалтерского баланса уходит в зону управленческого учета. В плюсы данной работы можно отнести более точные показатели финансового состояния, такой анализ даже позволит выявить сокращение основных средств за аналитический период за счет инфляции.

Итак, за рассматриваемый 3-летний период на всех предприятиях произошло увеличение запасов, в основном это задержки на складах неликвида, что также отнесем к отрицательным факторам, препятствующим росту. Разница актива-пассива на предприятиях настолько незначительна, что отклонение относительно изменений предыдущих периодов свидетельствует об экономическом замирании, а не о росте.

Для бухгалтеров более прямым и привычным был проведенный горизонтальный и вертикальный анализ баланса предприятия, на основании которого были сделаны выводы о структуре балансов, рассмотрена динамика этой структуры. Хорошо было бы провести поправку анализа на среднегодовую инфляцию, что не было учтено ранее. В нашем случае для рассмотренных торговых микропредприятий ещё раз подтвердилась информация о большом наличии запасов 57%–73% и основных средств 20%–32%. Как уже отмечалось ранее, в структуре пассива нераспределенная прибыль занимала большое значение, 30%–40%. Обращаем внимание на то, что нераспределенная прибыль должна быть забрана учредителем согласно уставу в любое удобное для него время, по его усмотрению она может быть использована как инвестиция в собственное предприятие и/или иметь любое другое назначение. Однако нераспределенная прибыль на предприятии носит негативный характер, так как денежные средства остаются в обороте, складывается впечатление, что предприятие владеет собственными оборотными средствами, хотя, по сути, это уже не деньги предприятия и собственник должен самостоятельно ими распорядиться. Также видна тенденция, что нераспределённая прибыль на предприятиях из года в год падает и ее удельный вес сократился с 40% до 30% за три года. Что свидетельствует не о росте, а о «проедании средств» на предприятии.

Таким образом, проанализировав структуру и динамику финансовой отчетности, приходим к выводу, что у предприятий исследуемой группы доля собственного капитала хоть и выше нормальной величины, но это не является положительной тенденцией ввиду приведенных выше аргументов. В большей степени это свидетельствует об упущенных возможностях, отсутствии расширения, замедлении темпов развития. Такое беспечное отношение к платежеспособности предприятия в дальнейшем может привести к увеличению доли кредитов и займов.

Беспокойство вызывает то, что маржа (разница между ценой и себестоимостью) на данных предприятиях торговли не изменилась, хотя этот показатель является самым первым и простым инструментом для измерения роста, также к преимуществам его использования можно отнести возможность еженедельного использования. К сожалению, ни на одном предприятии фокус-группы не следили за динамикой её роста, и тем более не рассматривали её в связке с достижением точки безубыточности микропредприятия.

На предприятиях фокус-группы рассматривали оборачиваемость активов с целью оценки скорости возврата вложенных средств, ещё измеряли оборачиваемость кредиторской задолженности с поставщиками. Как результат все показатели укладывались в нормативные значения данного вида деятельности, исключением составлял показатель оборачиваемость запасов, который демонстрирует троекратное задержку и вновь свидетельствует о неликвиде на складах. О чём это говорит – о том, что предприятия не имеют точных правил работы с ассортиментом, не имеют хорошего маркетинга для оценки потребностей своих потребителей, не имеют системы коррекции остатков на складах. Разумеется, со временем отношение величины собственного капитала к выручке будет снижаться и уже не уложится в норму.

Предприятия фокус-группы оценивали показатели ликвидности, и текущая ликвидность в норме, а её изменения показывали и рост и падение показателя, в среднем он увеличился на 0,5–0,9. Оценка быстрой ликвидности ниже нормы 0,44 (при 1), это значит, что наиболее срочные обязательства нечем будет

погасить. Важно то, что этот факт сохраняется на протяжении всего анализируемого периода. Также обращаем ваше внимание на то, что на микропредприятиях не ведется список успешных действий, увеличивших доход компании ранее, и не совершенствуются действия из этого списка, также нет фактов, свидетельствующих об интересе микропредприятий к опыту в области мировой экономики. Однако именно на данном этапе анализа должны быть выделены точки контроля роста: производительность труда, набор высокомаржинальных товаров; ABC и XYZ-анализ складских запасов и т. д. Вместо этого на предприятиях рассчитываются показатели активов и даже рассчитывается скорость реализации товаров по номинальной цене, фиксируется внимание предпринимателей на неспособности погасить ими обязательства. В частности, денежные средства и краткосрочные финансовые вложения в среднем составляют только 44% от необходимой величины, на микропредприятиях делается акцент на то, что у предприятий нет краткосрочных кредитов и займов, с дальнейшей рекомендацией иметь такие на случай необходимости.

При оценке основных финансовых результатов экономической деятельности вместо оценки маржи проводится анализ уровня рентабельности без учёта ежегодной инфляции. По данному показателю, пересчитанному на инфляцию, видно, что годовой рост выручки (в среднем 14%) нивелируется ростом расходов (в среднем 13%), рост рентабельности незначителен и ежегодно уменьшается, прибыль на рубль выручки увеличивается, но уменьшается рентабельность собственного капитала, что свидетельствует о неэффективности использования показателя рентабельности продаж текущего года к предыдущему, даже учитывая динамику, что за исследуемый период рентабельность собственного капитала и рентабельность активов имели значения укладывающиеся в нормы.

Для поддержания экономической деятельности микропредприятий, сбалансированности их финансовых потоков (выручки и расходов), обеспечения финансовой устойчивости вместо рекомендаций открытия краткосрочных займов или кредитов стоило бы сделать упор на регулярные собрания и планерки не только по проблемам и провалам, но и по успехам компании; оценку

результативности движения целей через постановку финансовых целей: количество продаж, средний чек, прибыль на одну покупку, количество новых открытых магазинов и т. д.; подготовку и внедрение на имеющемся опыте предприятий компаса основных характеристик роста.

Вместо этого мы обнаружили, что предприятия сосредоточены на оценке величины собственного капитала с возможностью дальнейшего решения финансово-хозяйственных вопросов предприятия с привлечением заемных средств, оценкой доли заемных средств, даже измеряют коэффициент автономии организации, то есть смотрят степень зависимости организаций от заёмного капитала. Чаще всего в своих анализах приходят к выводу, свидетельствующему о высокой доли собственного капитала, далее выносят рекомендацию об осторожном привлечении заемных средств, то есть вместо вопросов платежеспособности на предприятиях пытаются перевести внимание на кредитоспособность предприятий. Интересно, и, как известно, платежеспособность микропредприятий намного важнее кредитоспособности. Создается впечатление, что на самих микропредприятиях работают представители банковской сферы, заинтересованные в продвижении собственных услуг по кредитованию малого бизнеса.

В связи с поставленной целью исследования мы можем сделать вывод, что:

- 1) отмечается крайняя редкость подведения итогов деятельности на предприятиях, 1 раз в год или 1 раз в квартал, что мешает оценивать рост экономических показателей;
- 2) при оценке результатов экономической деятельности не измеряется маржа, являющаяся наиболее простым и быстрым показателем роста;
- 3) отсутствует сформированная карта показателей экономического роста, и налицо отсутствие базовых и экспериментальных работ по ее внедрению;
- 4) отсутствует применение практического опыта в области мировой экономики;
- 5) не определены цели и точки измерения роста на предприятиях, например, производительность труда не измеряется вовсе;

б) отсутствует анализ, фиксация и оценка результатов роста деятельности каждой из компаний.

7) отсутствует технология оценки результативности движения к планируемым результатам.

Предложим классификацию показателей, которые более наглядно демонстрируют рост компаний и которые мы рекомендуем оценивать для измерения эффективности экономической деятельности:

1) частота подведения итогов деятельности на предприятиях – 1 раз в неделю;

2) измерять маржу (разницу между ценой и себестоимостью) и следить за динамикой ее роста в связке с достижением точки безубыточности компании;

3) вести список успешных действий, увеличивших доход компании, повторять и оттачивать действия из этого списка и регулярно дополнять его экспериментальными работами;

4) следить за опытом в области мировой экономики;

5) точки контроля роста: производительность труда, количество продаж, набор высокомаржинальных товаров; ABC и XYZ-анализ складских запасов и т. д.;

6) делать собрания и планерки не только по проблемам и провалам, но и по успехам компании;

7) оценивать результативность движения к планируемым результатам через постановку финансовых целей и их достижения: количество продаж, средний чек, прибыль на одну покупку, количество новых открытых магазинов и т. д.

8) подготовка и внедрение компаса основных характеристик роста.

Список литературы

1. Жулега И.А. Методология анализа финансового состояния предприятия [Текст]: монография / И.А. Жулега; ГУАП. – СПб., 2006. – 235 с.

2. Каспир Г.Я. Анализ финансово-хозяйственной деятельности предприятия [Текст]: монография / Г.Я. Каспир. – М.: Лаборатория книги, 2011. – 213 с.

3. Моргунов Е.Б. Как оценить платежеспособность и финансовую устойчивость коммерческой организации [Текст]: монография / Е.Б. Моргунов. – М.: Лаборатория книги, 2010. – 148 с.

4. Пласкова Н.С. Современные направления развития системы методов экономического анализа [Текст] / Н.С. Пласкова, Е.В. Прокофьева // Учет. Анализ. Аудит. – 2019.