

УДК 338

Л.В. Бузуртанова

ФГБОУ ВО «Ингушский государственный университет», Республика Ингушетия,
г. Магас, email: ing_gu@mail.ru

СОВРЕМЕННАЯ КОНЦЕПЦИЯ МЕТОДОЛОГИИ ПОДТВЕРЖДЕНИЯ КРИТЕРИЕВ И ПОКАЗАТЕЛЕЙ ОЦЕНКИ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ МАЛЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ

Ключевые слова: деятельность, малый бизнес, оценка, цель, предприятие, критерии.

В статье рассмотрены различные методологические аспекты обоснования критериев и показателей оценки работы предприятий малого бизнеса. С учетом взаимосвязанности всех разновидностей целей экономической оценки, основными требованиями к критерию оценки должны быть универсальность и пригодность для решения всех проблем развития. Главными критериями оценки эффективности деятельности предприятия являются: критерии, основанные на оценке стоимости затрат ресурсов и результатов деятельности; критерии, определяющие характеристики наиболее выгодных значений деятельности предприятий; критерии определяющие индексы сравнительной значимости. Для того, чтобы выбрать критерий и принять по нему соответствующее решение в условиях современной экономики необходимо учитывать критерии неопределенности, риска и столкновение интересов. При управлении малым предприятием в современных условиях особую роль отводят решениям в области инвестиционной политики, когда количественная оценка не ограничивается одним подходом, а применяются особые критерии. Для тех предприятий, которые поставили на первое место рентабельность на долгосрочную перспективу инвестирования – ее параметры являются основным фактором деятельности. Принцип наращивания показателей, характеризующих ресурсный потенциал, объемы производства, устойчивость на рынке имеет социальную и экономическую базу, что повышает репутацию предприятия, усиливая его позиции на рынке товаров и услуг.

L.V. Buzurtanova

FGBOU VO "Ingush state University», Republic of Ingushetia, Magas,
email: ing_gu@mail.ru

MODERN CONCEPT OF METHODOLOGY FOR CONFIRMING CRITERIA AND INDICATORS FOR EVALUATING THE ACTIVITIES OF SMALL ENTERPRISES

Keywords: activity, small business, evaluation, goal, enterprise, criteria.

The article discusses various methodological aspects to the substantiation of criteria and indicators for assessing the work of small businesses. Taking into account the interconnectedness of all varieties of goals of economic assessment, the main requirements for the assessment criterion should be, as universality, suitability for solving all development problems. The main criteria for assessing the effectiveness of the enterprise are: criteria based on the assessment of the cost of resources and results of activities; criteria that determine the characteristics of the most beneficial values of the activities of enterprises; criteria defining indices of comparative significance. In order to select a criterion and make an appropriate decision on it, in the conditions of a modern economy, it is necessary to take into account the criteria of uncertainty, risk and conflict of interests. In order to manage small enterprises in modern conditions, a special role is assigned to decisions in the field of investment policy when quantitative assessment is not limited to one approach, but special criteria are applied that are to the practical economy of different states. For those enterprises that have prioritized long-term profitability, investment and its parameters are the main factor of activity. The principle of increasing indicators characterizing the resource potential, production volumes, stability in the market has a social and economic basis, which increases the reputation of the enterprise, strengthening its position in the market of goods and services.

В современной российской экономике малый бизнес несет первостепенное значение и поэтому его надо всячески поддерживать. Опыт многих экономически развитых стран показывает, что благодаря предприятиям малого и среднего предпринимательства они оставались

на плаву даже в самые тяжелые периоды. Необходимо отметить, что исследования в области малого бизнеса в России указывают на то, что предприятия всегда сталкивались с проблемами несовершенства законодательства в этой области, а также с другими препонами, которые не дают

развиваться в этом направлении. Можно также отметить, что малый бизнес сыграл системообразующую роль в создании местной и региональной экономики. Исходя из этого, мы понимаем, что регулирование в этой области должно быть адекватным по содержанию и по формам для всяких его разновидностей. В современных условиях необходимо понимать, что недостаточная поддержка со стороны федеральной, региональной и муниципальной власти приведет к тому, что не будет системного подхода к регулированию во всех существенных аспектах. Необходимость и целесообразность поддержания малого предпринимательства связана с необходимостью компенсации неравных условий, в которых находятся предприятия малого предпринимательства по сравнению с крупными производителями. Особенно эта поддержка необходима в условиях кризиса, когда больше всего страдают предприятия малого бизнеса. Продвижение субъектов малого предпринимательства, особенно в части производства и инновационной деятельности, имея внушительный потенциал, может происходить лишь тогда, когда условия получения целенаправленного содействия и координации со стороны государственных структур будут системным и адекватным. Для этого нужно использовать весь набор правовых и экономических механизмов [1].

Основное содержание исследования

Целью любой предпринимательской деятельности является получение прибыли и, как следствие, увеличение объемов продаж товаров и услуг другим рыночным субъектам. Для того, чтобы эффективно работать на этом поприще стоит изучить критерии и показатели оценки конечных результатов деятельности предприятий.

Главное условие оценки деятельности в сфере бизнеса это, конечно же, получение максимальной выгоды.

Вместе с тем, для многих предпринимателей первостепенным является репутация и устойчивость на своем рынке, когда ненужно думать о прибыли, как о самоцели, результат в данном случае работает на развитие предприятия.

Коммерческая деятельность характеризуется двумя моделями бизнеса:

классической и инновационной. Когда используется первая модель, бизнесмен организует свой бизнес так, чтобы была максимальная выгода от использования ресурсов, при этом сохраняется управление ростом продаж продукции и максимально применяются внутренние резервы для повышения эффективности предприятий.

Инновационный прорыв в сфере производства и сбыта продукции и услуг дает возможность подняться на новые планки, создать новые условия успешного функционирования, увеличивая при этом долю продукции и услуг на своем рынке. По итогам такой деятельности складывается новаторский тип мышления. Главным критерием такого предпринимательства можно считать изменение самой сферы, приемов организации реализации продукции и услуг на базе применения достижений научно-технического прогресса. Продвижение каждого из путей научно-технического прогресса может рассматриваться как набор факторов, из которых большее применение на практике получили экономические показатели, показывающие итоги любой инновационной деятельности.

Эффективная деятельность субъектов малого бизнеса в рыночной экономике возможно только за счёт повышения роли показателей производства и управления. Достижение высоких результатов зависит от правильности принятой управленческой политики по отношению к используемым ресурсам. Наличие связи между качественными показателями хозяйственно-предпринимательской деятельности и соотношениями материальных ресурсов не вызывает сомнений, так как только экономическая целесообразность определения количественных соизмерений между результатами и затратами может обеспечить эффективное функционирование предприятия и его развитие [2]. На этих принципах должно быть основано управление предприятиями малого бизнеса как экономической системой. При таком системном подходе возможно исследование динамического характера процессов, протекающих в системе, их функционирование и развитие. Для того, чтобы рассмотреть, как развивается система нужно знать, что характеризует объекты, а именно: структурные

и функциональные параметры, а также свойства взаимосвязей в системе.

Невозможно рассматривать малый бизнес изолированно от внешних условий, которые на прямую оказывают воздействие на его показатели.

В связи с этим, основополагающую роль при оценке и исследовании работы предприятия играет учет его отраслевой принадлежности, её составляющие, инфраструктура.

Исследованию итогов работы фирм малого предпринимательства предшествует анализ показателей, которые характеризуют эффективность ее деятельности, выявляют резервы, способствующие ее дальнейшему функционированию. Для этого необходима совокупная оценка параметров, показывающих развитие производства и анализ некоторых показателей, характеризующих степень развития предприятия и его динамику.

Этот процесс требует четкости в вопросе выбора экономической эффективности:

- распознать цели экономической оценки мероприятий развития;
- распознать требования и ограничения, предъявляемые к критерию.

Все, что касается целей экономического развития малых предприятий можно свести к следующему:

- альтернативы сравнительной количественной оценки экономической эффективности;
- количественная экономическая оценка отдельных мероприятий;
- количественная экономическая оценка воздействия итогов темпов развития на базе экономических показателей деятельности предприятия.

Исходя из того, что вышеперечисленные разновидности целей экономической оценки эффективности деятельности малых предприятий являются взаимосвязанными, то требования к критерию формируются такие, как универсальность, применимость для решения всех проблем развития.

Из основополагающих критериев оценки развития малого предприятия можно выделить следующие: 1) критерии, которые базируются на стоимостной оценке расхода ресурсов; 2) критерии, которые показывают границы возможных значений показателей деятельности

малого предприятия; 3) показатели сопоставимой значимости (рис. 1).

Для того, чтобы выбрать критерий и принять по нему соответствующее решение в условиях современной экономики, необходимо учитывать критерии неопределенности, риска и столкновение интересов. Для управления малым предприятием в современных условиях особую роль отводят решениям в области инвестиционной политики, когда количественная оценка не ограничивается одним подходом, а применяются особые критерии.

Для тех предприятий, которые поставили на первое место рентабельность на долгосрочную перспективу инвестирования – ее параметры являются основным фактором деятельности. Принцип наращивания показателей, характеризующих ресурсный потенциал, объемы производства, устойчивость на рынке имеет социальную и экономическую базу, что повышает репутацию предприятия, усиливая его позиции на рынке товаров и услуг.

Все что касается изменений и новаций отражается на росте прибыли. Для тех предприятий, которые являются потребителями продукции, основными аспектами принятия решений выступают: качество товара, цена и расходы на его эксплуатацию.

Мировой опыт показывает, что главное внимание при оценке деятельности предприятий малого бизнеса нужно уделять росту производительности труда, снижению расходов и повышению качества продаваемых товаров. В данном случае нужно и важно помнить, что производительность показывается не столько как переработка ресурсов, но и как процесс взаимосвязи с внешними факторами. Эффективность можно показывать как отношение стоимости входящих ресурсов, стоимости выходящих товаров (услуг), так как все показатели, оказывающие влияние на систему вызывают изменения и в производительности [4,5]. В данном случае входные параметры можно рассматривать как ресурсы, а именно: материалы, труд, капитал, информацию, которые переходят в положительные итоги: качественные услуги и продукцию, занятость, социальные выгоды, рост прибыли или отрицательные итоги: фискальные потери, безработица и др.

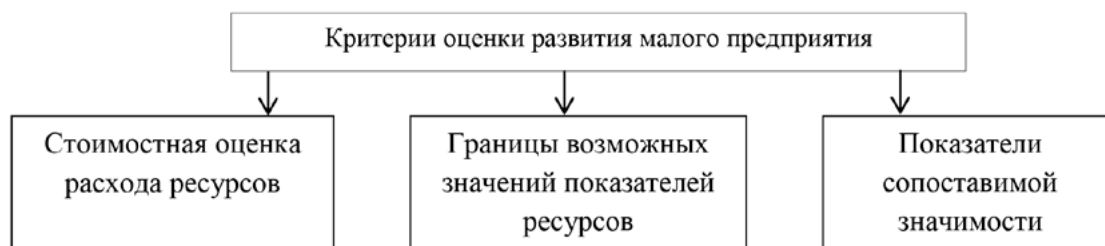


Рис. 1. Критерии оценки развития малого предприятия

Снижение производительности труда на предприятиях приводит к тому, что теряется доля рынка в пользу конкурентов.

Эффективность функционирования всех сегментов системы зависит от управления развитием предприятия по критерию производительности. Преобразование количественных показателей и их соотношение зависит от многих аспектов: затрат труда, материалов, наличия складских площадей, качества товаров, уровня роста производительности труда и др. Для того, чтобы предприятию следовать классическому и инновационному направлениям, можно применять систему обобщающих показателей, состоящую из:

- показателей объемов расходов на маркетинговые исследования рынка и разработки;
- необходимости продуктовых или технологических преобразований;
- объема производства услуг и продаж;
- технического уровня производимых товаров;
- размеров фонда экономического стимулирования развития производства;
- экономического эффекта от применения новой продукции у фирм – потребителей;
- уровня влияния инноваций на экономическое развитие и рост производительности труда.

На базе перечисленных показателей можно использовать систему дополнительных параметров в виде соотношений, которые позволяют понять характер и количественный аспект взаимодействий между исходными показателями. Новаторство в любом виде бизнеса состоит в организации и управлении трудовыми ресурсами, для чего нужно

наличие необходимого количественной информации и системы показателей, исследование которых позволит оценить уровень итогов инновационного предпринимательства. В настоящее время в условиях рыночных механизмов хозяйствования Россия перешла на совершенно новые (единые) стандарты получения информации. Они предполагают не только отбор приемов сбора и обработки информации, но и улучшение показателей бухгалтерского учета и экономического анализа работы малых предприятий, которые должны обеспечить сопоставимость происходящих не только в стране, но и в региональной экономике процессов, с другими государствами. В разных формах отчетности содержатся различные, часто меняющиеся показатели в течение времени. Сегодня уже существует определенный набор важных показателей для оценки финансово-хозяйственной деятельности предприятий малого бизнеса, к которым относятся:

- размер уставного капитала;
- средняя численность работников;
- фонд заработной платы;
- выручка от продажи товаров и услуг;
- капитальные вложения;
- расходы на производство продажу продукции и услуг;
- товарооборот;
- количество платных услуг;
- оборотные активы;
- долгосрочные заёмные средства;
- краткосрочные активы.

Для того, чтобы оценить деятельность малых предприятий торговли необходимы показатели экспортно-импортной деятельности. В связи с этим из общего объема показателей можно выделить следующие:

- производительность труда, отношение добавочной стоимости к числу занятых (среднесписочная численность работников);

- рентабельность товаров и услуг, как отношение объёма прибыли к общей себестоимости реализованной продукции;

- элементы экспортно-импортной деятельности предприятий малого предпринимательства для экономической взаимосвязи с зарубежными странами.

Изначально, показателями оценки деятельности предприятий малого бизнеса являются объём выручки от реализации продукции и услуг, средняя численность работников и т. д.

Показатели для расчета: производительность труда; уровень рентабельности и др. рассчитываются методом статистических преобразований первоначальной информации. Данные показатели необходимы для освоения и реализации эффективной государственной политики, которая приемлема для предпринимательской деятельности предприятий малого бизнеса. Для того, чтобы предприятие всегда было на плаву и получало стабильно прибыль необходимо постоянно и более тщательно контролировать итоги функционирования и перспективы дальнейшего развития предприятия, в отдельных случаях ограничиться сопоставлением затрат и результатов.

Успешное функционирование малых предприятий в области оптовой торговли в условиях неустойчивости рыночной среды достигается только при маркетинговом подходе к их управлению, с помощью которого можно дойти до решения следующих задач:

- недопущение затрат ресурсов, связанных с вывозом на рынок продукции которая не пользуется спросом у населения;

- поддержание более полного удовлетворения спроса потребителей;

- обеспечение условий для расширенного воспроизводства товаров и услуг, адекватного динамике спроса;

- поддержание и развитие рыночного спроса с помощью маркетинговых коммуникаций;

- направленность управленческого спроса на решение стратегических задач.

Исходя из вышеизложенного, маркетинговая деятельность направлена на ис-

следование потребителей для распознавания объёмных и структурных показателей потребительского рынка. Целевой рынок малого предприятия находится там, где потребительские товары и услуги или на нескольких рынках, если предприятие предусматривает многоцелевую направленность. При изучении целевого рынка рассматриваются различные факторы, выступающие в качестве оценочного критерия при сопоставлении альтернативных сегментов рынка. К таким показателям и параметрам можно отнести:

- перспективы роста сегмента, выражаемые темпами роста объёма продаж товаров и производства услуг;

- перспективы рентабельности деятельности предприятия на данном сегменте в зависимости от прибыли и уровня издержек производства;

- степень нестабильности внешней среды, определяется в ходе анализа динамики внешней среды и её способности ограничивать развитие предпринимательской деятельности;

- уровень конкуренции, при определении которого необходима оценка общего уровня конкуренции и преимуществ главных конкурентов с учётом потенциальных возможностей для обострения конкурентной борьбы.

Оценка потребительского спроса на оптовом рынке определяется по следующим параметрам:

- темпы роста производства товаров широкого потребления;

- прирост численности потребителей конкретной продукции в регионе;

- динамика территориального расширения рынка потребительской продукции;

- темпы физического и морального износа товаров;

- темпы инновационного процесса;

- уровень насыщенности спроса;

- уровень государственного вмешательства.

Оценка изменений рентабельности деятельности предприятия на данном сегменте производится по параметрам:

- колебание рентабельности;

- колебание объёма продаж товаров;

- колебание цен на товар;

- цикличность спроса на каждый отдельный вид товара;

- уровень конкуренции на рынке;
- интенсивность рекламной поддержки товаров;
- степень удовлетворения потребительских предпочтений и др.

Степень гибкости малого предприятия зависит от степени нестабильности внешней среды. В основу количественной оценки гибкости может быть положен принцип соизмерения степени стабильности технологии и степени стабильности затрат, связанных с функционированием системы, которые соответственно, оценивают с помощью измерения темпов изменения товарного разнообразия, а степень стабильности затрат – темпов измерения затратных компонентов.

Темпы изменения степени разнообразия определяются индексом изменения этого показателя за рассматриваемый период, представляющим собой отношение степени разнообразия на начало и конец рассматриваемого периода.

Количественная оценка затрат, связанных с созданием, функционированием и развитием предприятия, складывается из единовременных и текущих затрат. В состав единовременных затрат включаются затраты, связанные с формированием пространственных ресурсов, материально-технических ресурсов, кадрового потенциала, информационного обеспечения организационных ресурсов, маркетингового обеспечения. В состав текущих затрат входят затраты, связанные с поддержанием в активном состоянии всех элементов предприятия [3]. Однако, отдельной статьей при формировании совокупных затрат на маркетинговое обеспечение необходимо предусмотреть затраты на проведение маркетинговых исследований, подготовку рынка, организацию маркетинговой деятельности, организацию и стимулирование сбыта и распределения товаров, рекламную деятельность и др.

В практической деятельности коммерческих организаций развитых стран мира широко используются показатели, характеризующие формы и методы торговли на рынке, к которым относятся следующие показатели:

- для анализа и оценки деятельности на рынке предприятий-поставщиков;

- для анализа и оценки деятельности на рынке предприятий-конкурентов;
- для изучения потенциальных покупателей;
- показатели транспортных, правовых условий;
- для анализа торгово-политических условий.

Для исследования работы фирм-поставщиков необходимо изучение всей системы показателей, которые показывают данное предприятие со всех ракурсов ее деятельности. Это наименование фирм, занимающихся поставкой товара на конкретный рынок, их потенциальные покупатели; степень монополизации рынка как доля рынка, закреплённая за каждым участником картельного соглашения (если оно имеется) или сложившаяся в результате соглашения сил и позиций отдельных предприятий-конкурентов. Еще, кроме общих сведений необходима информация по всем конкурирующим предприятиям: количество продаж выпускаемой продукции; доля продаваемой продукции каждого предприятия на исследуемом рынке; критерии конкурентоспособности, виды стимулирования продаж и их затраты; виды перевозки товаров, наличие складских помещений и их местонахождение; показатели маркетинговой деятельности предприятий-конкурентов; организация сбыта продукции; используемые приемы конкурентной борьбы; финансовое положение и его устойчивость; качественные показатели по развитию инновационной деятельности; коммерческие условия сделок и инновационный потенциал предприятий-конкурентов.

Для формирования успешной деятельности и дальнейшего роста малым предприятиям необходима полная информация о покупателях на продуктовом рынке: торгово-посреднических – оптовых и розничных, торгово-посылочных и конечных потребителей; методы осуществления розничной торговли; условия предоставления покупателям различных льгот; эффективность каналов реализации.

Основополагающая роль в деятельности предприятий оптовой торговли малого бизнеса отводится в современных условиях хозяйствования показателям коммерческой практики на рынке

сбыта. К таковым можно отнести: применение типовых договоров (биржевых, аукционных); условия проведения торгов в рамках правовых норм законодательства и выборе предпочтений регионального поставщика по результатам тендерных предложений (местные, из других регионов и стран); торговые обычаи конкретного региона; особенности условий международных сделок.

Характерной особенностью оптовой торговли является её зависимость от транспортных условий, которые в свою очередь зависят от стоимостных показателей всех видов транспорта.

Особое значение принимает информация о правовых условиях, т. е. законах, действующих как на территории, где товар приобретается, а также, где предполагается его продажа.

Исходя из вышеизложенного, можно сделать вывод о том, что для оценки предпринимательской деятельности предприятий малого бизнеса необходимо наличие таких условий, при которых достигаются оптимальные соотношения между спросом и предложением товаров на рынке. Также, нужно отметить, что проводится оценка деятельности всех участников торговли и их позиций, методов торговли, применяемой в коммерческой деятельности предприятий малого бизнеса и характере рыночных отношений. Всё это воедино связано с решением задач маркетингового исследования для определения конкурентных позиций товаров на рынке и соответствующая ориентация управления предприятия на тот вид товаров, изделий и услуг, которые можно продать на исследуемом рынке.

Выводы

В заключении можно отметить, что для оценки предпринимательской деятельности предприятий малого бизнеса

необходимо наличие таких условий, при которых достигаются оптимальные соотношения между спросом и предложением товаров на рынке, оценка деятельности всех участников торговли и их позиций, методов торговли, применяемой в коммерческой деятельности предприятий малого бизнеса и характере рыночных отношений.

Малый бизнес является одним из основных секторов экономики. Предприятия малого бизнеса наиболее адаптированы к внешним перепадам. Так, в период серьезного экономического спада в нашей стране именно малый бизнес стал локомотивом российской экономики, вовремя адаптировавшись к новым рыночным условиям, в то время как государственные предприятия были подвергнуты банкротству и не выдержали конкуренции. Исходя из этого, следует отметить гибкость, непоколебимость малого бизнеса, его способность укреплять и держать экономику страны на плаву всегда.

Малое предпринимательство считается одним из основных источников налоговых поступлений, поскольку участвует в формировании бюджетов всех уровней. Субъекты малого предпринимательства создают рабочие места, являются источником доходов населения, что, безусловно, способствует сбору налогов непосредственно с физических лиц.

В России признается особо важная роль малого и среднего бизнеса в экономике страны, на него возложено выполнение ряда важнейших экономических и социальных задач. Это связано с тем, что не считая налоговых отчислений в бюджеты всех уровней, малый бизнес способствует развитию экономического сектора, созданию дополнительных рабочих мест, а также помогает развитию конкурентоспособной среды.

Библиографический список

1. Алибеков Ш.И. Усиление и реализация защитных функций бухгалтерского учета в процессе судебно-бухгалтерской экспертизы // Аудит и финансовый анализ. 2008. № 4. С. 57-64.
2. Бузуртанова Л.В., Бекботова Л.А. Проблемы организации бухгалтерского учета на малых предприятиях и пути их решения // Региональные проблемы преобразования экономики. 2016. № 1. С. 145-148.

3. Одинец В.П., Тарасевич В.М., Цачулин А.Н. Рынок, спрос, цены: стратификация, анализ, прогноз. СПб.: Изд. СПбУЭФ, 1993. 155 с.
4. Николаев М.В. и др. Развитие предпринимательства в регионе: опыт и проблемы: сборник докладов международной конференции. СПб., 2016.
5. Пью Д. Понимание организационных изменений и управлением им // Управление изменениями. М.: МЦДО «ЛИНК», 1996. 490 с.