

УДК33

Л. В. Бузуртанова

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

МЕТОДОЛОГИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ ОБОСНОВАНИЯ КРИТЕРИЕВ И ПОКАЗАТЕЛЕЙ ОЦЕНКИ КОММЕРЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ МАЛЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ

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

В статье рассмотрены различные методологические аспекты к обоснованию критериев и показателей оценки работы предприятий малого бизнеса. С учётом взаимосвязанности всех разновидностей целей экономической оценки, основными требованиями к критерию оценки должны быть, как универсальность, 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 неопределённости, риска и столкновение интересов. Для того чтобы управлять малым предприятием в современных условиях особую роль отводят решениям в области инвестиционной политики, когда количественная оценка не ограничивается одним подходом, а применяются особые критерии, которые есть к практической экономике разных государств. Для тех предприятий, которые поставили на первое место рентабельность на долгосрочную перспективу, инвестирования и ее параметры являются основным фактором деятельности. Принцип наращивания показателей, характеризующих ресурсный потенциал, объёмы 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", Magas, email: ing_gu@mail.ru

METHODOLOGICAL ASPECTS OF SUBSTANTIATION OF CRITERIA AND INDICATORS FOR ASSESSING THE COMMERCIAL ACTIVITIES OF SMALL ENTERPRISES

Keywords: entrepreneurial 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 условиях современной, российской экономики малый бизнес, можно сказать, играет основополагающую роль и поэтому его надо всячески поддерживать. Опыт многих развитых эко-

номически стран показывает, что благодаря предприятиям малого и среднего предпринимательства, они оставались на плаву, даже в самые тяжёлые периоды. 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 преградами, которые не дают двигаться вперед. Можно ещё сказать, что малый бизнес сыграл системообразующую роль в создании местной и региональной экономики. В связи с этим понятно, что регулирование в этой области должно быть адекватным по содержанию и по формам для всяких его разновидностей. Нужно понимать, что недостаточная поддержка со стороны федеральной, региональной и муниципальной власти приведёт к тому, что не будет системного подхода к регулированию во всех существенных аспектах. Важность и целесообразность поддержания малого предпринимательства связана с необходимостью компенсации неравных условий, в которых находятся предприятия малого предпринимательства по сравнению с крупными производителями. 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

Предпринимательская деятельность всегда, в экономической литературе, описывается, как самостоятельная, достигающая поставленной цели и позволяющая проявить инициативу. Целью любой предпринимательской деятельности является получение прибыли, и как следствие увеличение объёмов продаж товаров, услуг другим рыночным субъектам. Для того чтобы эффективно работать на этом пути необходимо изучение критериев и показателей 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 ре-

путация и устойчивость на своём 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 даёт возможность подняться на новые планки, создать новые условия успешного функционирования, увеличивая при этом долю продукции и услуг на своём рынке. По итогам такой деятельности складывается новаторский тип мышления. Главным критерием такого предпринимательства можно считать изменение самой сферы, приёмов 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.

Совокупный анализ итогов работы предпринимателей, осуществляющий свою деятельность в системе малого бизнеса начинается с оценки и исследования координационных экономических и социальных показателей. Вместе с тем технологические эксплуатационные и координационные показатели носят приватный характер, расходятся в качестве несоизмеримой друг с другом, а также не могут выразить расходов общественного труда из-за чего их применение на практике не подтверждается рациональностью и рентабельностью по повышению уровня количества продаж продукции и оказания услуг. Это может найти подтверждение на практике, когда многие фирмы, имеющие высокие технические показатели, могут иметь низкие экономические параметры.

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, т. к. только экономическая целесообразность определения количественных соотношений 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, системный подход к оценке уровня развития предприятия. При таком подходе возможно исследование динамического характера процессов, протекающих в системе, их функционирования и развития. Для того чтобы рассмотреть, как развивается система, нужно знать, что характеризует объекты, а именно: структурные и функциональные параметры, а также свойства взаимосвязей в системе.

Как мы понимаем, 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 исследований работы предприятия играет учёт его отраслевой принадлежности, её составляющие, инфраструктура.

Исследованию итогов работы фирм малого предпринимательства предшествует анализ показателей, которые характеризуют эффективность ее деятельности, выявляет 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 чёткости в вопросе выбора экономической эффективности, для чего нужно:

– распознать цели экономической оценки мероприятий развития;

– распознать требования и ограничения, предъявляемые к критерию.

Все что касается целей экономического развития малых предприятий, их 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, 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 неопределённости, риска и столкновение интересов. Для того чтобы управлять малым предприятием в современных условиях особую роль отводят решениям в области инвестиционной политики, когда количественная оценка не ограничивается одним подходом, а применяются особые критерии, которые есть к практической экономике разных государств.

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

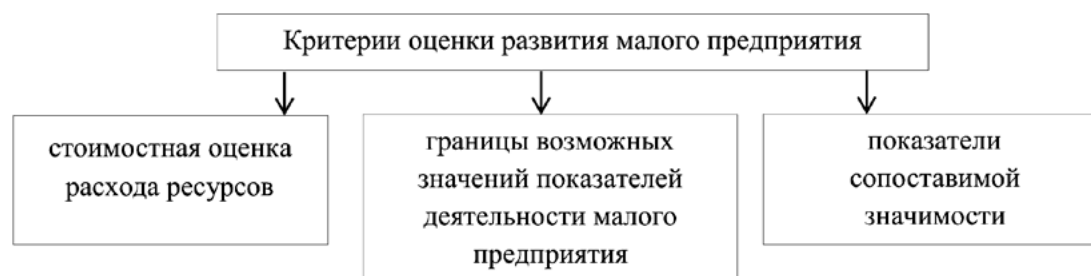


Рис. 1. Критерии оценки развития малого предприятия

Все что касается изменений и новаций все 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 к 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 в свою очередь переходят в положительные итоги: качественные услуги и продукцию, занятость, социальные выгоды, рост прибыли или отрицательные итоги: фискальные потери, безработица и др.

Снижение производительности труда на руководителях предприятий, приводит к тому, что теряется доля рынка в пользу конкурентов, и зачастую приводит к банкротству.

Эффективность функционирования всех сегментов системы зависит от управления развитием предприятия по критерию производительности. Преобразование количественных показате-

лей и их соотнесение 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 следующих:

- показателей объёмов расходов на маркетинговые исследования рынка и разработки;
- необходимости продуктовых или технологических преобразований;
- объёма 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 экономический 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 и 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 приёмов сбора и обработки информации, но и улучшение показателей бухгалтерского учёта 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 отчётности содержатся различные, часто сменяющиеся показатели в течение времени. Сегодня уже существует определённый набор важных показателей для оценки финансово-хозяйственной деятельности предприятий малого бизнеса, к которым относятся следующие:

- 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, т. к. очень много реализуемых товаров на местном региональном рынке привозится из других регионов ближнего и дальнего зарубежья. В связи с этим из общего объёма показателей можно вычленил следующие, наиболее важные для исследования и оценки уровня эффективности деятельности предприятий малого бизнеса, к которым относятся:

- 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 следующие: объём выручки от реализации продукции и услуг; средняя численность работников и т. д.

Показатели для расчёта: 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, получало стабильно прибыль необходимо постоянного и более тщательно контролировать итоги функционирования и перспективы дальнейшего развития предприятия, в отдельных случаях ограничится 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 исследование 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 оценоч-

ного критерия при сопоставлении альтернативных сегментов рынка. К таким показателям и параметрам можно отнести следующие:

- перспективы роста сегмента, выражаемые темпами роста объема 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 конкурентных 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 территориально-го 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 объема 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 статьёй 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. Ещё 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 приёмы 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; качеством транспортных сообщений; техническим обеспечением погрузочно-разгрузочных работ; правилами и условиями перевозки; требованиями к объёму, весу и упаковке грузов; стоимостью товара при его реализации с доставкой и др.

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

Таким образом, на основании вышеизложенного материала 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. Данное обстоятельство подтверждается тем, что предприятия малого бизнеса наиболее

адаптированы к внешним перепадам. Так, в период серьёзного 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, они были разрушены или приватизированы. Исходя из этого, следует отметить, гибкость, непоколебимость малого бизнеса, его способность укреплять и держать экономику страны на плаву всегда.

В то же время малое предпринимательство считается одним из основных источников налоговых поступлений, поскольку участвует в формировании бюджетов всех уровней. Он осуществляет

непосредственные отчисления в бюджет от доходов своих компаний. Кроме того, субъекты малого предпринимательства создают рабочие места, поэтому являются источником доходов населения, что, безусловно, способствует сбору налогов непосредственно с физических лиц.

Вместе с тем и в России признается особо важная роль малого и среднего бизнеса в экономике страны, поскольку 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 учёта в процессе судебно-бухгалтерской экспертизы / Ш.И. Алибеков // Аудит и финансовый анализ. – 2008. – № 4. – с. 57-64.
2. Бузуртанова Л.В., Бекботова Л.А. Проблемы организации бухгалтерского учёта на малых предприятиях и пути их решения/ ежемесячный научный журнал «Региональные проблемы преобразования экономики», 2016 г. № 1.
3. Одинец В.П., Тарасевич В.М., Цачулин А.Н. Рынок, спрос, цены: стратификация, анализ, прогноз-СПб.: Изд. СПбУЭФ, 2003.
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.