

результаты расчетов интерпретированы, подтверждена практическая значимость нового показателя.

Рекомендовано внедрение нового показателя рентабельности активов, рассчиты-

ваемого на основе показателя «Свободный денежный поток» для оценки эффективности деятельности бизнеса, что позволит повысить качество управления не только прибылью, но и денежным потоком бизнеса.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Войтоловский Н.В., Калинина А.П., Мазурова И.И. Экономический анализ. Основы теории. Комплексный анализ деятельности организации / Н.В. Войтоловский, А.П. Калинина, И.И. Мазурова. – М.: Юрайт, 2014. – 548 с. – ISBN978-5-9916-4229-3.

Текст: непосредственный.

2. Григорьева Т.И. Финансовый анализ для менеджеров: оценка, прогноз / Т.И. Григорьева. – М.: Юрайт, 2013. – 462 с. – ISBN978-5-9916-2629-3. – Текст: непосредственный.

УДК 65.26

Бычкова Гульфира Мубараковна,

*к.э.н., доцент, доцент кафедры «Экономика, маркетинг и психология управления»,
ФГБОУ ВО «Ангарский государственный технический университет»,
e-mail: gulfira_agta@mail.ru*

ОЦЕНКА ЭФФЕКТИВНОСТИ ПРОДУКТОВОГО ПОРТФЕЛЯ МАЛОГО БИЗНЕСА

Buchkova G.M.

EVALUATION OF THE EFFECTIVENESS OF THE SMALL BUSINESS PRODUCT PORTFOL

Аннотация. *Исследованы особенности и выявлены резервы учетной системы малого бизнеса, даны рекомендации по ее улучшению с позиций оценки эффективности продуктового портфеля. Разработана экономико-математическая модель оценки эффективности продуктового портфеля.*

Ключевые слова. *Учетная система, малый бизнес, продуктовый портфель, оценка, анализ, экономико-математическая модель.*

Abstract. *The features and reserves of the accounting system of small business are investigated and identified, recommendations for its improvement are given from the standpoint of evaluating the effectiveness of the product portfolio. An economic and mathematical model for evaluating the effectiveness of a product portfolio has been developed.*

Keywords: *Accounting system, small business, product portfolio, assessment, analysis, economic and mathematical model..*

В качестве показателей, позволяющих объективно оценивать продуктовый портфель (ПП), могут использоваться «структура продуктов в портфеле» и «доходность каждого продукта в портфеле», дающие достаточно полную и наглядную оценку состояния малого бизнеса (МБ).

Вопросы формирования, оценки и управления ПП исследованы достаточно полно. Приводятся подходы к формированию и управлению ПП преимущественно с маркетинговых позиций [1]. Однако недоста-

точно полно, с нашей точки зрения, раскрыт практический аспект формирования необходимой учетной информации, являющейся основой для оценки эффективности, как имеющегося, так и прогнозируемого на перспективу состава ПП. В связи с этим уточнение теоретических основ и разработка практических рекомендаций по формированию учетной информации для оценки эффективности ПП остаются актуальными. Особенно это актуально для малого бизнеса (МБ), где бухгалтер, как правило, выполняет наряду с

учетными и несвойственными функциями, вследствие чего не имеет возможности участвовать в оценке эффективности ПП.

Все это определило актуальность исследования, его цели и задачи. Продуктовый портфель предприятия – это набор товаров (продуктов), который формируется под влиянием потребительского спроса и реализуется предприятием с учётом производственных мощностей и имеющихся ресурсов.

Цель исследования – исследовать практические возможности формирования учетной информации для оценки эффективности ПП в МБ. Задачи исследования: уточнить источники учетной информации, необходимой для оценки эффективности ПП; рекомендовать МБ практический алгоритм формирования необходимой учетной информации для оценки эффективности ПП и апробировать его на конкретном примере; рекомендовать МБ экономико-математическую модель оценки эффективности ПП с позиций структуры ПП и рентабельности продаж по

каждой составляющей ПП; интерпретировать результаты оценки эффективности ПП и сравнить их с традиционным подходом в МБ. Объект исследования – ПП МБ. Предмет исследования – учетные факторы, характеризующие формирование ПП и позволяющие провести оценку эффективности ПП. Для оценки эффективности ПП можно выбрать известный показатель «Рентабельность продаж» [1]. Рассмотрим наиболее часто встречающийся подход к формированию учетной информации в МБ и не обеспечивающий возможности оценки эффективности ПП на примере конкретного предприятия. Организация (ООО «Парус») оказывает три вида услуг: экологическое проектирование (ЭП); услуги по разработке нормативно-технической документации (УР НТД); услуги по экологическому аудиту (УЭА). Проанализируем состояние учетной системы и выявим резервы ее улучшения с точки зрения отражения в учете доходов, расходов и возможности оценки доходности МБ (таблица 1).

Таблица 1 – Существующий подход к учету и анализу доходов, расходов и доходности деятельности ООО «Парус»

№ п/п	Показатель	Ед. изм.	Оценка
1	Выручка от продаж в целом по организации	руб.	14 503
2	Расходы в целом по организации	руб.	9 770
3	Прибыль от продаж в целом по организации (стр. 1 – стр. 2)	руб.	4 733
4	Рентабельность продаж в целом по организации (стр. 3 : стр. 1 × 100)	%	32,63

Какие выявлены резервы совершенствования учетной системы? Учет доходов ведется на счете 90.1 «Выручка» без детализации по видам услуг. Расходы собираются и отражаются на счете 20 «Основное производство», также без отнесения их отдельно на каждый вид услуг. Кроме того, нарушена методология учета: в состав расходов, отраженных на счете 20, включены и общехозяйственные расходы, которые должны отражаться на счете 26 «Общехозяйственные расходы» (ОХР). Соответственно, невозможно определить прибыль и рентабельность продаж от каждого вида услуг, а только в целом по организации. Что значительно снижает качество управленческих решений и делает практически невозможным управление

доходностью ПП по каждой продуктовой составляющей.

Рассмотрим возможности совершенствования учетной системы в соответствии с задачами нашего исследования и представим их в таблицах 2, 3 и 4. Рекомендовано внести изменения в рабочий план счетов организации. Организовать отдельный учет выручки по каждой из услуг на счетах 90.1.1, 90.1.2 и 90.1.3 и отдельный учет расходов по оказанию каждого вида услуг на счетах 20.1, 20.2 и 20.3. Для учета общехозяйственных расходов ввести счет 26 (таблица 2). В качестве базы для распределения общехозяйственных расходов принять показатель «Выручка от продаж в целом по организации» (таблица 3).

Таблица 2 – Рекомендуемый подход к учету и анализу доходов, расходов и доходности деятельности ООО «Парус»

№ п/п	Показатель	Ед. изм.	Оценка	Счет бухучета
1	Выручка от продаж в целом по организации	руб.	14 503	90.1
1.1	Выручка от продаж по ЭП	руб.	12 114	90.1.1
1.2	Выручка от продаж УР НТД	руб.	2 030	90.1.2
1.3	Выручка от продаж услуг по ЭА	руб.	359	90.1.3
2	Расходы в целом по организации	руб.	9 770	26
2.1	Расходы по ЭП	руб.	4 545	20.1
2.2	Расходы по УР НТД	руб.	1 520	20.2
2.3	Расходы по услугам по ЭА	руб.	269	20.3
3	Общехозяйственные расходы	руб.	3 436	26
3.1	ОХР, приходящиеся на ЭП (стр. 7 табл. 3)	руб.	2 870	26
3.2.	ОХР, приходящиеся на УР НТД (стр. 8 табл. 3)	руб.	481	26
3.3.	ОХР приходящиеся услугам по ЭА (стр. 9 табл. 3)	руб.	85	26
4	Прибыль от продаж в целом по организации (стр. 1 – стр. 2)	руб.	4 733	90.9
4.1	Прибыль от продаж по ЭА (стр. 1.1 – стр. 2.1)	руб.	4 699	90.9.1
4.2	Прибыль от продаж УР НТД (стр. 1.2 – стр. 2.2)	руб.	29	90.9.2
4.3	Прибыль от продаж услуг по ЭА (стр. 1.3 – стр. 2.3)	руб.	5	90.9.2
4	Рентабельность продаж в целом по организации (стр.4 : стр. 1 × 100)	%	32,63	–

Представим расчет по распределению ОХР – счета 26 (строки 3.1, 3.2 и 3.3 таблицы 2) в отдельной таблице 3, именно так бухгалтер в учете составляет бухгалтерскую справку.

Используем возможности усовершенствованной учетной системы для оценки структуры ПП и его доходности по каждой продуктовой составляющей и представим результаты в таблице 4.

Таблица 3 – Распределение общехозяйственных расходов между услугами

№ п/п	Показатели	Ед. изм.	Оценка
1	База распределения – выручка от продаж в целом по организации	руб.	14 503
2	Общехозяйственные расходы в целом по организации	руб.	3 436
3	Коэффициент распределения (стр. 2 : стр. 1)	–	0,24
4	Выручка от продаж по ЭП (стр.1.1 табл. 2)	руб.	12 114
5	Выручка от продаж в УР НТД (стр.1.2 табл. 2)	руб.	2 030
6	Выручка от продаж услуг по ЭА (стр.1.3 табл. 2)	руб.	359
7	Общехозяйственные расходы, относящиеся на ЭП (стр. 4 × стр. 3)	руб.	2 870
8	Общехозяйственные расходы, приходящиеся на УР НТД (стр. 5 × стр. 3)	руб.	481
9	Общехозяйственные расходы по услугам по ЭА (стр. 6 × стр. 3)	руб.	85

Таблица 4 – Анализ продуктового портфеля ООО «Парус»

№ п/п	Показатель	Ед. изм.	Оценка
1	Выручка от продаж в целом по организации	руб.	14 503
1.1	Выручка от продаж по ЭП	руб.	12 114
1.2	Выручка от продаж УР НТД	руб.	2 030
1.3	Выручка от продаж услуг по ЭА	руб.	359
2	Структура продуктового портфеля по выручке от продаж		
2.1	Удельный вес выручки от продаж по ЭП (стр. 1.1 : стр. 1 × 100)	%	83,53
2.2	Удельный вес выручки от продаж УР НТД (стр. 1.2 : стр. 1 × 100)	%	14,00
2.3	Удельный вес выручки от продаж услуг по ЭА (стр. 1.3 : стр. 1 × 100)	%	2,48

Приведем описание структуры портфеля по удельному весу выручки от продаж каждого продукта и по рентабельности про-

даж, которая определяется по методу средне-взвешенной.

$$(38,79 \times 83,53 + 1,43 \times 14,00 + 1,38 \times 2,48) : 100 = 32,63$$

Таким образом, в нашем исследовании разработан практический инструментарий – экономико-математическая модель оценки формирования, структуры и доходности ПП по удельному весу выручки от продаж каждого продукта и по рентабельности продаж, основанная на учетной информации. Предлагаемые в нашем исследовании рекомендации по совершенствованию учетной системы и подробные алгоритмы расчетов обеспечат бухгалтеру МБ возможность участия в процессе оценки эффективности каждого вида продукта в ПП. Приведенное описание структуры ПП позволит внедрить ее в практику любого МБ, используя при этом возможности ПП Excel. Сравнение часто встречающегося на практике подхода к оценке эффективности МБ по рентабельности про-

даж в целом – 32,63% может привести к ошибочным выводам. Внедрение в учетную систему раздельного учета доходов и расходов позволит оценить вклад каждого продукта. В нашем случае, очевидно, что доходность МБ обеспечивает услуга по ЭП, удельный вес выручки от которой составляет 83,53%, и при этом у нее максимальная рентабельность продаж – 38,79%. Возникает естественный вопрос. Как быть с услугами с крайне низкой рентабельностью (1,43% и 1,48%). Возможно, они рассматриваются как сопутствующие услуги или находятся на стадии становления. В целом, получена информация к размышлению по оценке доходности ПП, чего не было при существовавшем в МБ варианте учетной системы.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Котлер Ф. Маркетинг. Менеджмент. Экспресс-курс : учебник / Ф. Котлер, К.Л. Келлер ; пер. с англ. С.Г. Жильцовой. – 3-е

изд. – СПб.: Питер, 2012. – 480 с. - ISBN978-5-459-01045-9. – Текст: непосредственный.