

УДК 339.378

Б 722

Н.В. БОБКОВА, соискатель, Старооскольский технологический институт,
Э.А. КАРПОВ, канд. экон. наук, профессор, Старооскольский
технологический институт.

УЧЕТНАЯ ПОЛИТИКА КАК ИНСТРУМЕНТ УПРАВЛЕНИЯ ОВЕРТРЕЙДИНГОМ

Целью исследования является анализ вариантов учетной политики компаний, акцентирование внимания на методике управления финансами, когда в холдинге уже «налицо» признаки овертрейдинга, раскрытие сущности статьи «расходы будущих периодов» в отчетности предприятий торговой сети.

Ключевые слова: учетная политика, методика управления, овертрейдинг.

Введение. В период распространения розничных сетей, появления в широком обиходе термина «ритейл», характеризующего торговые сети как продуктового, так и промышленного назначения, а также примыкание к ним девелоперских структур, так называемых сетей торговых центров, создаются стимулы для построения достаточно крупных холдингов. Владельцы разного рода бизнеса – бытовая техника и электроника, сотовые телефоны и сопутствующие товары, продуктовые сети, арендодатели торговых площадей – принимают решение о завоевании рынков, выходе в новые регионы, повышении конкурентоспособности и узнаваемости бренда за счет увеличения торговых площадей и сбыта своей продукции. Часто собственного капитала для начала реализации программы развития бывает недостаточно, предприятия обращаются в банки за финансированием, обосновывая необходимость и целесообразность вложений, составляют бизнес – проекты и прогнозируют успех. При этом именно успех на начальной стадии развития холдинга может привести предприятие к банкротству. Что может являться причиной и как выявить скрытые недостатки в работе, чтобы её устранить?

Овертрейдинг – это чрезмерный товарооборот, чрезмерные продажи. Возникает тогда, когда предприятие не имеет достаточно капитала для поддержки большого объема продаж. Важное последствие овертрейдинга состоит в том, что предприятие, даже если оно прибыльно, попадает в долги и нуждается в краткосрочных кредитах, чтобы выжить. Овертрейдинг – это общая проблема,

© Н. В. Бобкова, Э. А. Карпов, 2012

имеющая место в «молодых» организациях или компаниях, развивающихся очень быстрыми темпами. Его очень непросто выявить именно в силу того, что предприятие может функционировать на первый взгляд успешно и быть прибыльным, даже если его ресурсы истощены большим товарооборотом.

Неуправляемый овертрейдинг не возникает стихийно, предприятие увязает в проблемах ликвидности постепенно, тогда как его руководители, воодушевленные показателями роста товарооборота, не замечают ухудшающейся ситуации. Даже если предположить, что топ менеджеры компании обнаружили проблему на начальной стадии, условия финансирования и репутация в банковской среде, так называемая «кредитная репутация» заемщика, позволяет «играть» даже с такими инструментами как бухгалтерская отчетность и учетная политика.

Общая характеристика понятия «учетная политика». Учетная политика организации, в соответствии с ПБУ 1/98, – это внутренний документ организации, раскрывающий все особенности бухгалтерского и налогового учета. Порядок ведения налогового учета – это особый порядок учета доходов и расходов, момента их признания, подразумевающий особый механизм учета для исчисления налоговой базы отчетного периода, особый порядок формирования отложенных расходов.

Учетная политика формируется главным бухгалтером компании и утверждается руководителем, оформляется приказом, в котором отражаются все её основные элементы, вступает в действие с 1 января года, следующего за годом её утверждения.

Учетная политика занимает центральное место в системе бухгалтерского учета и отчетности. К процессу её формирования у опытных главных бухгалтеров имеется особый подход, так как от этого зависят весь учетный процесс организации, правильность ведения бухгалтерского и налогового учета, а также процесс принятия управленческих решений.

Для сетевых торговых компаний учетная политика играет определяющую роль и меняется, как правило, при принятии решения об интенсивном развитии сети. При росте товарооборота на начальных этапах растут и расходы, обеспечивающие реализацию программы развития сети.

Период окупаемости таких проектов, как открытие магазинов бытовой техники и электроники, продуктовых супермаркетов и прочих торговых точек,

впечатляющих своей масштабностью и оформлением, составляет длительный срок не менее 5 лет. Собственными средствами реализация проектов, как правило, не обходится. Классические инвестиционные программы с пропорцией финансирования 30/70, подразумевают большую часть вложений за счет заемных средств, которые необходимо обеспечивать и обслуживать.

Когда руководство торгового предприятия принимает решение о расширении сети, открытии дополнительных торговых точек, рассчитывая на увеличение товарооборота, часто не до конца происходит верная оценка объема дополнительных активов для его обеспечения. Основные средства, запасы и материалы, дебиторская задолженность – вот основные статьи активов, которые необходимо финансировать. За счет чего? Во-первых, часть необходимых средств можно получить из нераспределенной прибыли, но излишка часто оказывается недостаточно для дополнительного финансирования активов. Во-вторых, можно осуществить выпуск дополнительных акций или разместить облигационный заем, но в состоянии овертрейдинга предприятие, как правило, не может собрать деньги таким способом. В-третьих, дополнительные средства можно получить за счет краткосрочных кредитов, предоставляемых поставщиками или банками.

Это является классическим признаком овертрейдинга – наращивание активов за счет краткосрочных кредитов и кредиторской задолженности.

Можно, конечно, рассмотреть и четвертый вариант, когда банк становится партнером для бизнеса, является основным кредитором в части банковского финансирования (товарные кредиты в данном случае – это отдельная статья) и совместно готовится проект долгосрочного финансирования программы развития сети. Как правило, на подготовку таких проектов уходит достаточно много времени, что является основным недостатком варианта, а развивающейся компании деньги нужны как можно скорее.

Расходы будущих периодов в управлении овертрейдингом. Статья «Расходы будущих периодов» предназначена для обобщения информации о расходах, произведенных в данном отчетном периоде, но относящихся к будущим отчетным периодам. В соответствии с планом счетов бухгалтерского учета в данную статью могут быть отнесены инвестиционные расходы (покупка оборудования, освоение новых предприятий, прочие затраты в больших объемах в те-

чение года, на которые у предприятия не создан резервный фонд, а также взносы арендной платы за последующие периоды).

Данная характеристика дает возможность руководителям развивающихся торговых предприятий, так называемых сетевых ритейлеров, использовать статью «Расходы будущих периодов» для отнесения любых затрат, связанных с реализацией инвестиционной программы.

Для быстрого развития сетей, как правило, используются арендуемые площади для открытия торговых точек. При этом, компания несет расходы по этой статье затрат не с момента начала работы магазина, а как минимум за месяц до его открытия. То есть, фактически арендная плата, вложения в объекты в виде ремонтов, оформительных и осветительных конструкций, так называемые «неотделимые улучшения», относятся на расходы будущих периодов.

Далее возникает ситуация, когда текущая деятельность проекта не покрывает издержки по обслуживанию финансирования, то есть, проще говоря – проценты по кредитам. Вот здесь и вступает в силу момент применения и изменения учетной политики организации.

Учетная политика развивающихся торговых сетей. В состоянии овертрейдинга компания попадает в зависимость от банковского финансирования, при этом наблюдаются следующие признаки деятельности:

1. Быстрое увеличение товарооборота;
2. Быстрое увеличение стоимости оборотных и, возможно, фиксированных активов (основных средств);
3. Незначительное увеличение (или отсутствие такового) собственного капитала компании (т.е. нераспределенной прибыли). Дополнительный прирост активов финансируется за счет кредитов: торговых или товарных (затягиваются сроки погашения кредиторской задолженности); краткосрочных банковских кредитов, кредитных линий или овердрафтов.

На начальной стадии овертрейдинга, специалисты банка еще не могут заметить явное ухудшение финансового положения. До недавнего времени нормативы кредитной нагрузки, допустимые для той или иной сети, определялись как процент от годовой выручки или даже устанавливался знак равенства между размером кредитного портфеля и величиной, например, квартальной выручки компании. При этом уровень расходов, которые несет сеть, темпы их роста, а

также зависимость от принципиального наличия кредитов и соотношения долгосрочных и краткосрочных договоров практически не учитывались.

В период достаточно благополучной ситуации на рынке банковских кредитов, дешевых источников финансирования для самих банков и жесткой конкуренции в привлечении того или иного клиента, многие кредитные учреждения не задумывались о том, что сами же «подсаживают» клиента на кредитную иглу и не замечают признаков овертрейдинга. Серьезность ситуации определяется особенностями конкретного предприятия, его источниками финансирования, степенью увеличения товарооборота и активов, длительностью цикла обращения денежных средств, отраслевыми особенностями, размером сомнительных долгов, опытом менеджеров компании и т.д.

Управление овертрейдингом в развивающейся сетевой компании начинается с учетной политики.

Опытный главный бухгалтер разрабатывает учетную политику для целей бухгалтерского и налогового учета таким образом, что бухгалтерский баланс составляется с прибылью, но в таком значении, чтобы оно было «достаточным» для банковского контроля и «минимальным» с целью осуществления налоговых платежей. При этом имеющиеся в компании соответствующие службы (финансовый отдел или служба главного бухгалтера) осуществляет постоянный и интенсивный мониторинг ликвидности. Но не с целью принятия мер по изменению ситуации и снижения риска дальнейшего развития овертрейдинга, а с целью контроля соответствия значений разделов бухгалтерской отчетности аналитическим финансовым показателям.

В данном случае имеется в виду следующее:

1. для ежеквартального банковского мониторинга заемщика важными показателями «нормального» функционирования предприятия являются рост товарооборота, увеличение (пусть даже незначительное) статьи «нераспределенная прибыль» в балансе и превышение значения раздела 2 в активе баланса над разделом 5 в пассиве, то есть грубый подсчет коэффициента текущей ликвидности;
2. в соответствии с нормативами отнесения инвестиционных затрат на статью «расходы будущих периодов», сокращается величина расходов в отчетном периоде;
3. получается, искусственно наращивается раздел 2, а именно строка баланса «запасы» за счет включаемой строки «расходы будущих периодов».

Тем самым создается запас прочности и условно выполняется норматив по значению коэффициента текущей ликвидности.

Управление финансами компании по определению должно строиться с учетом значений коэффициентов и показателей, отражающих состояние ликвидности.

Существует и описан в литературе по финансовому менеджменту и финансовому анализу целый ряд показателей, и каждый руководитель, учредитель, акционер и в том числе банк принимает для анализа наиболее информативные для себя показатели. Вот некоторые из них: коэффициент текущей ликвидности – отношение оборотных средств к краткосрочным обязательствам; норматив составляет 1-2; для предприятия, близкого к состоянию овертрейдинга, он даже на половину не доходит до 1; коэффициент срочной ликвидности (или финансового рычага) – отношение суммы статей баланса «денежные средства», «краткосрочные финансовые вложения» и «дебиторская задолженность» к краткосрочным обязательствам; норматив – 0,5; коэффициент абсолютной ликвидности – отношение денежных средств (свободных) к краткосрочным обязательствам; норматив – 0,2–0,25. Данный коэффициент у сетевых ритейлеров и особенно близких к состоянию овертрейдинга вычислить практически невозможно, так как его величина близка к 0. Настолько малое количество свободных неиспользованных денежных средств находится в распоряжении предприятия.

Учетная политика ритейлеров, находящихся в состоянии овертрейдинга, полностью отвечает требованиям руководителя и инвесторов в отношении списания затрат, формирования бухгалтерской прибыли и требованиям банков, ни в коем случае не желающих видеть убыточность отчетности из-за своих инструкций и подходов к оценке кредитоспособности заемщика.

Выводы. После проведенного исследования нами были сделаны следующие выводы:

1. Грамотно составленная учетная политика для целей бухгалтерского и налогового учета в компании может отражать стратегию развития и содержать основные принципы отнесения затрат на «расходы будущих периодов» для показания прибыльной бухгалтерской отчетности;

2. Состав затрат, увеличивающих оборотные активы и улучшающих показатели финансового анализа состояния предприятия, утверждается и принимает-

ся руководителем, которому в период реализации программы развития сетевой торговли важны не показатели финансовой устойчивости, а уровень товарооборота и результативность в плане завоевания рынка и узнаваемости бренда.

3. Однако, важно учитывать динамику и состав «расходов будущих периодов», если туда включены не только обеспечительные арендные платежи (как будущие расходы), но и текущие платежи по аренде (а это одна из самых значительных статей затрат для торгового предприятия) и процентные платежи по краткосрочным обязательствам.

4. Не следует злоупотреблять возможностями и гибкостью учетной политики, так как от рискованных действий и сомнительных результатов может в конечном итоге пострадать бизнес.

Список литературы: 1. А.К. Маренго. Финансовый менеджмент. Экспресс-курс для менеджеров. Под общ. ред. ак. Международной Педагогической Академии, проф. М. М. Трофимова. – СПб.: Алетейя, 2001. 2. А. Сочнев. Давать или не давать – вот в чем вопрос, или насколько опасен овертрейдинг. // специально для www.Bankir.ru. 3. Бухгалтерский учет в торговле: учебное пособие; под ред. М.И. Баканова -2-е изд., перераб. и доп.-М.: Финансы и статистика, 2007. – 624 с. 4. Внедрение системы управления оборотными активами. Щелгачев А., Красовский А., Куршин А.// Финансовый директор, № 6, июнь 2005 г., с. 27. 5. Николаева С. А. Учетная политика организации: с чего начать. // www.rusconcult.ru. 6. Новый план счетов бухгалтерского учета. – М.: ПРОСПЕКТ, 1998.-184 с. 7. Образовательный сайт Сильченковой Т.Н. www.silchenkova.ru/risk/index.

Надійшла до редколегії 23.09.2012

УДК 339.378
Б 722

Учетная политика как инструмент управления овертрейдингом / Бобкова Н. В., Карпов Э. А. // Вісник НТУ «ХПІ». Серія: Актуальні проблеми управління та фінансово-господарської діяльності підприємства – Харків: НТУ «ХПІ». – 2012 . – № 58(964). – С. 19–25. – Бібліогр.: 7 назв.

Метою дослідження є аналіз варіантів облікової політики компаній, акцентування уваги на методиці керування фінансами, коли в холдингу вже «у наявності» ознаки овертрейдингу, розкриття сутності статті «витрати майбутніх періодів» у звітності підприємств торговельної мережі.

Ключові слова: облікова політика, методика управління, овертрейдинг.

The aim of this study is analysis of accounting policy options of companies, focusing on financial management methodology, when a holding has obvious signs of overtrading, the essence disclosure of "prepayments" article in the enterprise's statements in trading network.

Keywords: registration policy, management method, ovrkrtreying.