



ЕЛЕНА БОЛЬШАКОВА,
РЕДАКТОР BUSINESS GUIDE «КОМПАНИИ»

ВНИМАНИЕ, БУХУЧЕТ!

Когда мы в этот раз стали ранжировать компании по приросту выручки, выяснилось, что в топ выходят не структуры с триллионными оборотами, а малоизвестная фирма из Купчино, торгующая автодетальями. Ее выручка в 2017 году была 1,6 млрд рублей, в 2018-м — 1,4 млрд, а в 2019-м — 1,8 трлн. Такой разрыв показали еще несколько юрлиц, ранее в рейтинг не попадавшие и не имевшие возможности за прошлый год настолько критически нарастить обороты. Оказалось, что данные отчетности по части компаний за 2019 год приведены не в тех единицах — помноженными на тысячу. Раньше бизнес сдавал бухгалтерскую отчетность в центр информации Росстата и копию — в Федеральную налоговую службу. С 2020 года вся отчетность проводится через инфоресурс ФНС. Оттуда ее берут и системы проверки контрагентов, выборками которых мы пользуемся при составлении рейтинга.

По словам представителей «СПАРК-Интерфакс», описанные выше «баги» обычно происходят из-за ошибочного заполнения форм бухгалтером самой компании. Партнер налоговой практики BMS Law Firm Давид Капианидзе отмечает, что с перебоями работает система ФНС.

«Михаил Мишустин давно планировал соединение Росстата и ФНС, так как это одни и те же деньги, но в разных смыслах. Теперь как премьер он это осуществил. Для налогоплательщиков это хорошо, потому что принцип „одного окна“ сокращает время и затраты», — считает доцент кафедры оценочной деятельности и корпоративных финансов университета «Синергия» Наталья Бондарева. По мнению господина Капианидзе, такие изменения всегда сопровождаются долгим периодом адаптации, во время которого возникают различные ошибки в показателях: «Для бизнеса это дополнительная нагрузка, так как придется проверять все данные за ФНС, пока система не заработает нормально».

Мы же были вынуждены перепроверять информацию в компаниях и вручную убирать из исследования игроков, чьи показатели за 2019 год очевидно ошибочны. В сервисе ФНС есть возможность корректировать данные, напоминают в СПАРКе. ВГ советует проявить бдительность и воспользоваться ею.



КОЛОНКА РЕДАКТОРА

КОРОЛЕВСТВО НОВЫХ ИДЕЙ

СТОЛКНУВШИСЬ С ВНЕПЛАНОВОЙ ОСТАНОВКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ И ПАДЕНИЕМ СПРОСА, БИЗНЕС ИСКАЛ ВЫХОД В ДИВЕРСИФИКАЦИИ ПРОИЗВОДСТВА И УСЛУГ. НЕКОТОРЫМ ОНА ПОЗВОЛИЛА НЕ ТОЛЬКО СОХРАНИТЬ КОЛЛЕКТИВЫ И НИВЕЛИРОВАТЬ ВЫПАДЕНИЕ ДОХОДОВ ОТ ОСНОВНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ, НО И ВЫЙТИ НА НОВЫЕ РЫНКИ И ДАЖЕ ЗНАЧИТЕЛЬНО НАРАСТИТЬ ОБОРОТЫ. ВГ ИЗУЧАЛ ПРИМЕРЫ КОМПАНИЙ, ДЛЯ КОТОРЫХ КРИЗИС СТАЛ ВРЕМЕНЕМ ВОЗМОЖНОСТЕЙ.

АНАСТАСИЯ ЦЫБИНА

Обусловленный пандемией период выступил лакмусовой бумажкой в российской экономике, испытывав на прочность большинство сфер бизнеса. Для одних он стал причиной дефолта, а другим послужил стимулом к инновациям и развитию иных возможностей. «Процесс диверсификации бизнеса и производств в 2020 году достигает рекордных максимумов и уже превысил прошлогодний показатель на 12%, а у нас впереди еще несколько месяцев», — говорит член совета директоров ПАО «Тольяттиазот» Николай Неплюев. — Примерно 37% компаний Петербурга активно задействовали антикризисные меры. И это только официально оглашенные реоптимизации, о которых мы знаем из заявлений самих компаний и общей статистики. На самом деле значительно большая доля предприятий проводила диверсификацию, но не всем удалось».

САМОЗАЩИТА Самым логичным шагом на пути диверсификации стало освоение производства дефицитных в период пандемии позиций и продуктов, в первую очередь — различных средств индивидуальной защиты (СИЗ). В комитете по промышленной политике, инновациям и торговле Петербурга (КППИТ) сообщили, что на производство СИЗ перепрофилировались более сотни предприятий и предпринимателей. Среди наиболее ярких примеров перечисляют компании Red Fox, «Нордпласт», «Стайер», «Вилан» и «Экотен». Петербургские инженеры разработали оборудование и автоматизированную линию для производства масок мощностью 100 тыс. штук в день. В пик пандемии выпуск масок составлял до 800 тыс. штук в день.

«В период самоизоляции мы столкнулись с падением продаж, в апреле они

упали на 63% в натуральном выражении», — говорит Елена Тумасян, директор по маркетингу компании «Нордпласт», выпускающей детские пластиковые игрушки. — И мы очень быстро развернули производство в сторону изготовления средств защиты. Инвестиции в покупку новых линий составили более 35 млн рублей. Помимо этого, мы закупили материалы и обучили персонал». По состоянию на август маски и антисептики занимали 90% оборота компании, продавались они через торговые сети и аптеки. При этом «Нордпласт» не планирует отказываться от производства основной продукции, а новую намерен оставить в линейке и после завершения пандемии: в недалеком будущем, считают представители компании, общество будет использовать СИЗ чаще. → 14



АЛЕКСАНДР КОРЖКОВ

ПРЕДПРИЯТИЯ НЕ ПЛАНИРУЮТ ОТКАЗЫВАТЬСЯ ОТ ВЫПУСКА НЕРОДНЫХ ДЛЯ СЕБЯ «КОВИДНЫХ» КАТЕГОРИЙ ТОВАРОВ, ВЕРЯ В СОХРАНЕНИЕ ОБЪЕМОВ СПРОСА НА НИХ И ПОСЛЕ ОКОНЧАНИЯ ЭПИДЕМИИ

АЛЬТЕРНАТИВА