

Финансовая результативность автомобильных дилеров: проблематика оценки

Кислицына Лариса Викторовна, к.э.н., доцент, кафедра финансов, Байкальский государственный университет, г. Иркутск, РФ.

Данилецкая Александра Сергеевна, магистрант, кафедра финансов, Байкальский государственный университет, г. Иркутск, РФ.

Аннотация. Определяется понятие финансовой результативности автодилера, рассматриваются различия между результативностью и эффективностью деятельности компании, приводятся основные факторы, влияющие на финансовую результативность автомобильного дилера.

Ключевые слова: автодилер, финансовая результативность, оценка финансовой результативности, факторы, влияющие на результативность.

Financial performance of automobile dealers: the problem of evaluation

Larisa Viktorovna Kislitsyna – PhD in Economics, Associate Professor, Chair of Finance, Baikal State University, Irkutsk, e-mail: visnip@mail.ru

Aleksandra Sergeevna Daniletskaya – graduate student, Chair of Finance, Baikal State University, Irkutsk, e-mail: yurchuk.94@bk.ru

Abstract. Considered a notion – auto dealer's financial performance (productivity), surveying differences between financial performance and company's business efficiency. Revealed basic impacting factors for auto dealer's financial performance (productivity).

Key words: auto dealer, financial performance, financial performance evaluation (scoring, benchmarking), financial performance impacting factors.

Финансовая результативность как понятие используется зачастую при проведении анализа в интересах заинтересованных пользователей. Не всегда только финансовый результат (прибыль или убыток) целесообразно применять для достижения аналитических целей. В данном случае имеет место выбор различных показателей, которые с разных сторон характеризуют финансовую результативность как таковую.

Так, например, объем выпуска товарной продукции определенного ассортимента и качества в натуральных и стоимостных показателях в отдельных случаях может быть исходным показателем для анализа финансовой результативности бизнеса.

Товарооборот (оптовый и розничный) также является одним из основных показателей хозяйственно-финансовой деятельности торговых коммерческих предприятий.

Важное значение при характеристике финансовой результативности уделяют показателю «Добавленная стоимость», которая является результатом производства товаров (работ, услуг). В структуре добавленной стоимости отдельные элементы и их состояние в динамике позволяют оценить соблюдение доходного финансового равновесия в отношении работников и собственников капитала.

Особую актуальность процесс оценки финансовой результативности приобретает для отдельных компаний. К таковым относятся, например, компании-автодилеры.

Подавляющее большинство автомобилей в настоящее время реализуются автомобильными дилерами (автодилерами или дилерами). Термином «дилеры» в экономической литературе обозначают предприятия торговли, которые реализуют товары крупных поставщиков на закрепленных за ними по дилерским соглашениям территориях [1].

Прежде всего, автомобильный дилер не подчиненная организация завода-изготовителя, а его партнер, и работа в системе крупной корпорации — надежный бизнес. Мощная всесторонняя поддержка завода способствует отсутствию прямой

конкуренции по представляемым автомобилям и дает уверенность в завтрашнем дне, чего нет у независимых организаций. Дилер является коммерческой организацией, следовательно, одной из целей его деятельности является прибыль. Однако, установленные и обязательные к исполнению требования заводов-изготовителей, ограничивающие величину прибыли, не позволяют автодилеру быть абсолютно маневренным в ценовой политике и напрямую влияют на финансовую результативность.

В то же время, требования, предъявляемые поставщиком автомобилей и техники, некоторым образом ограничивают свободу автодилера в его финансово-хозяйственной деятельности, а именно ограничивают действия практически всех функционирующих служб: службы закупок, диктуя порядок оформления заявок на поставку и сам процесс поставки; службы PR и маркетинга, не давая полностью раскрываться творческому и профессиональному потенциалу маркетологов; ремонтного и сервисного цехов, диктуя стоимость нормо-часов работы, а также ограниченный перечень гарантийных случаев и т. д. Все вышеперечисленное оказывает прямое влияние на конечный финансовый результат, следовательно, и на финансовую результативность автодилера в целом.

При характеристике деятельности автодилера важно различать понятия результативность и эффективность. Сущность последнего термина заключается в отражении заведомо позитивного итога каких-либо действий.

Следует отметить, что характеристиками результативности могут быть как количественные, так и качественные критерии, а также их одновременное сочетание. Используя понятие «результативность» в качестве объекта финансово-экономического исследования [2, с. 46] деятельности автодилера, необходимо обосновать его определение. Финансовая результативность деятельности автодилера является комплексной оценочной характеристикой, сформированной на основе системного аналитического исследования и фокусируемой в виде синтетического

формализованного представления различных участников бизнес-процессов относительно степени удовлетворения их ожиданий по сравнению с фактически достигнутым и прогнозируемым уровнями развития автодилера.

Предполагать, что оценка финансовой результативности автомобильного дилера сводится только к оценке финансового результата некорректно, в силу того, что финансовая результативность более широкое понятие. В контексте финансовой результативности дилера можно рассматривать решение основных проблем, с которыми компания непрерывно сталкивается в ходе своей деятельности. Речь идет о повышении показателя продаж, о достижении сбалансированности денежных потоков и других.

Так рост показателя продаж в денежном выражении приведет к повышению привлекательности автомобильного дилера для официального поставщика, что напрямую будет влиять на предоставляемые дилеру скидки и бонусы, а как следствие на размер полученной чистой прибыли и на саму финансовую результативность в целом.

Одной из основных практических задач, решение которой напрямую влияет на финансовую результативность любого автомобильного дилера, является обеспечение сбалансированности денежных потоков. Самым важным здесь выступает выравнивание потоков по величине и по времени. Ведь в конечном итоге от их сбалансированности зависят: платежеспособность, финансовая устойчивость, кредитоспособность, а также рентабельность капитала.

Обеспечению синхронизации и сбалансированности оттока и притока денежных средств могут способствовать мероприятия, проводимые в области ускорения привлечения денежных средств и при одновременном замедлении их выплат [3, с. 550].

К мероприятиям, способствующим ускорению привлечения денежных средств относятся сокращение сроков предоставления товарного кредита покупателям, ускорение инкассации просроченной дебиторской задолженности, факторинг дебиторской задолженности и др. А замедления выплат денежных средств

можно достичь путем замедления инкассации собственных платежных документов, использования лизинга для покупки долгосрочных активов, переводом краткосрочных кредитов и займов в долгосрочные и др.

Иные факторы, оказывающие влияние на финансовую результативность автомобильных дилеров представлены на рисунке 1.

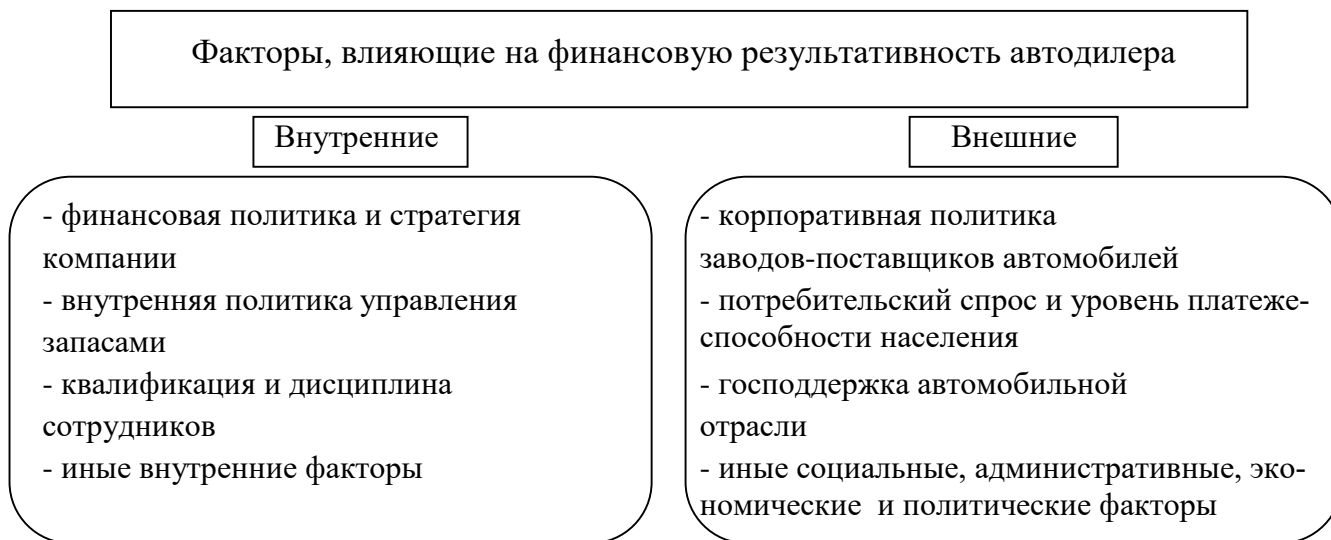


Рисунок 1. Факторы, влияющие на финансовую результативность автодилера

Принимая во внимание все сказанное выше, на практике существует возможность максимально объективно характеризовать результаты управления капиталом автодилеров, а также выявить возможные резервы для его приращения.

Список используемых источников:

1. Волгин В. В. Автодилер. Торговля техникой : практическое пособие [Электронный ресурс] / В. В. Волгин. – М. : Дашков и Ко, 2013. – 1030 с. –Режим доступа: http://www.e-reading.club/bookreader.php/1025988/Volgin_-_Avtodiler._Torgovlya_tehnikoy_Prakticheskoe_posobie.html
2. Пласкова Н. Результативность как финансово-экономическое и общенаучное понятие / Н. Пласкова // Финансовая жизнь. – 2014. – № 3. – С. 44–47.
3. Янглеева А. Ф. Оптимизация денежных средств на предприятии / А. Ф. Янглеева // Молодой ученый. – 2016. – № 19. – С. 550–553.