Пронина Мария Евгеньевна. Обоснование системы финансово-экономических показателей реализации грузовых автомобилей : диссертация ... кандидата экономических наук : 08.00.10 / Пронина Мария Евгеньевна; [Место защиты: Гос. ун-т упр.].- Москва, 2010.- 131 с.: ил. РГБ ОД, 61 10-8/1413

**Содержание к диссертации**

Введение

1. Теоретические аспекты финансов предприятий сферы реализации грузовых автомобилей на современном этапе 10

1.1. Финансы предприятий и их особенности в сфере реализации 10

1.2. Дебиторская задолженность как ключевой фактор повышения конкурентоспособности предприятий сферы реализации 18

1.2.1. Теоретические аспекты управления дебиторской задолженностью 19

1.2.2. Факторинговое финансирование как инструмент оптимизации дебиторской задолженности и источников оборотных средств дилерской компании 25

1.3. Влияние мирового кризиса на дилеров грузовых автомобилей 35

2. Анализ финансово-экономических параметров реализации в дилерском центре 46

2.1. Факторы, определяющие финансовое состояние дилерской компании 46

2.2. Финансовые результаты деятельности предприятия 53

2.3. Анализ денежных потоков 59

2.4. Анализ показателей эффективности использования денежных средств предприятия 63

2.5. Показатели дебиторской задолженности и их оценка 68

3. Разработка рекомендаций по оптимизации финансово-экономических показателей реализации грузовых автомобилей 78

3.1. Разработка способов оптимизации финансового состояния предприятия. 78

3.2. Обоснование использования факторингового финансирования в процессе реализации грузовых автомобилейи разработка алгоритма его применения 96

Заключение 108

Список использованной литературы 117

Приложения 127

**Введение к работе**

Актуальность темы исследования. Развитие мирового производства грузовых автомобилей происходит в условиях жесточайшей конкуренции. К грузовым автомобилям предъявляются очень жесткие критерии по экологии, безопасности, эргономике, технической оснащенности, соответствие которым необходимо для участия в международных и национальных проектах. Вместе с тем высоки требования к надежности и безотказности грузовых автомобилей, поскольку они используются в сложных технологических процессах, таких как, lean-production, требующих доставки грузов точно в срок, крупных тендерных проектах с ограниченным временем построения, где простой автомобиля в связи с техническими неполадками приводит к сбою всего цикла производства и, соответственно, значительным убыткам. Все вышеперечисленное оказывает значительное влияние на цену автомобиля. В связи с этим за последние годы производители вложили огромные усилия в научно-исследовательские разработки технологии организации производства, что позволило минимизировать издержки, но при этом затраты мировых производителей на производство нивелировались. Ситуация еще более обострилась в связи с разразившимся в 2008 году мировым кризисом, при котором во всем мире резко упали объемы продаж грузовых автомобилей, покупатель стал особенно чувствителен к цене и уровню предоставляемых услуг.

Кроме того, условия приобретения и эксплуатации сами по себе являются важными факторами конкурентоспособности. При этом стоит отметить, что функцию реализации и сервиса грузовых автомобилей выполняет не производитель, а дилерские компании, заключившие дилерское соглашение с производителем.

Таким образом, в текущей ситуации, чтобы удержаться на рынке дилеры грузовых автомобилей вынуждены идти на большие уступки по отношению к покупателям, предоставляя отсрочку платежа и иные выгодные условия продажи и сервиса. Указанные мероприятия, в конечном счете, негативно сказываются на финансовых показателях дилерских компаний, что приводит либо к увеличению цены автомобиля и, как следствие, снижению продаж, либо к банкротству.

Учитывая вышесказанное, стоит отметить, что актуальность выбранной темы исследования обусловлена: возросшим значением оптимизации финансовых показателей дилерских компаний в условиях жесткой конкуренции на рынке грузовых автомобилей; недостаточной изученностью данной темы, поскольку основные усилия производители сосредоточили на улучшении технических характеристик автомобилей, в то время как сфера реализации играет одну из ключевых ролей в формировании цены автомобиля и позиционировании на рынке; практической значимостью проблемы оптимизации финансово-экономических показателей реализации для развития дилерских компаний и торговых предприятий в целом; отсутствием актуальной системы мероприятий, направленных на улучшение финансового состояния предприятий сферы реализации.

Степень разработанности темы исследования. Основы управления финансами предприятий представлены в работах отечественных и зарубежных ученых М.С. Абрютиной, И.А. Бланка, Р. Брейли, Ю. Бригхема, Л.А. Бурмистровой, Ван Хорна Дж. К., Л. Гапенски, А.Н. Жилкиной, A.M. Ковалевой, Н.В. Колчиной, Н.В. Липчиу, С. Майерса, Е.В. Негашева, Р.С. Сайфулина, Г.В. Савицкой, A.M. Фридмана, Э. Хельферта, Р. Холта, Ч. Хорнгрена, А.Д. Шеремета.

Анализ работ перечисленных экономистов показал, что в большинстве трудов специфика финансов торговых компаний отмечена не была. При этом ученые по-разному подходят к определению особенностей финансов предприятий сферы реализации. Вместе с тем, часть цены товара создается в процессе реализации, и оптимизация финансов торговых компаний существенно скажется на их конкурентных преимуществах.

Таким образом, отсутствие комплексных исследований в части влияния финансов предприятия на процесс реализации товара, в частности грузовых автомобилей, предопределили выбор темы диссертационного исследования, ее цель и задачи.

Цель и задачи исследования. Цель диссертационной работы состоит в решении научной проблемы оптимизации системы финансово-экономических показателей деятельности дилерской компании как ключевого звена процесса реализации грузовых автомобилей.

Достижение поставленной цели предопределило постановку и решение следующих задач: определить специфику финансов компаний в сфере реализации на основе анализа и обобщения существующих подходов; определить ключевые финансово-экономические показатели торговых компаний, и изучить существующие инструменты их оптимизации; исследовать влияние кризиса на рынок реализации грузовых автомобилей, а также антикризисные меры, которые: предпринимают компании; провести комплексный финансовый анализ дилерских компаний, и на его основе определить ключевые недостатки их финансового состояния, а также влияние мирового финансового кризиса; разработать и научно обосновать комплекс мероприятий по устранению выявленных недостатков финансового состояния дилерских компаний^ при этом уделить особое внимание оптимизации ключевых финансовых показателей функционирования дилерской'компании; разработать предложения для решения проблемных моментов. в деятельности компаний сферы реализации. ,

Объект и предмет исследования. Объектом исследования являются финансово-экономические показатели реализации грузовых автомобилей. Предметом исследования выступает методология анализа финансового состояния дилерских компаний как звена процесса реализации грузовых автомобилей.

Методология и методы исследования. Методологическую основу исследования составили работы ведущих ученых в области общей теории финансов, финансового анализа, оценки финансового состояния компании, финансового и антикризисного менеджмента, при этом также учитывались практические сведения в области применения современных финансовых инструментов и разрабатываемых менеджментом крупнейших российских компаний антикризисных мероприятий.

Методы исследования базируются на системном подходе к анализу финансового состояния предприятия. В процессе работы в основном использовался структурный, и факторный анализ.

Научная новизна. Научная новизна исследования заключается в определении нового подхода к дилерской компании, как ключевого звена процесса реализации, финансовые показатели которой во многом влияют на цену грузового автомобиля и положение производителя на рынке.

Наиболее важные научные результаты, полученные соискателем и выносимые на защиту, следующие.

Выявлены особенности финансов торговых предприятий, связанных с продажей грузовых автомобилей: они выполняют важную роль связующего звена между производством данной продукции и ее потреблением, существенно влияют на цену продаваемого товара (более 15% к отпускной цене автомобиля добавляется в процессе реализации) и тем самым определяют положение производителя и продавца на рынке; структура оборотных средств данных торговых компаний представлена значительной долей запасов и дебиторской задолженности, величина которых примерно одинаковая; основными источниками оборотных средств являются заемные средства: кредиторская задолженность (50-65%) и краткосрочные кредиты (20-40%); значительной проблемой дилерских компаний является низкий уровень собственных оборотных средств (8-15%); как результат, большой риск в деятельности этих компаний и их неустойчивое финансовое состояние.

Обоснована система финансово-экономических показателей реализации грузовых автомобилей. Наряду с традиционными показателями предложена следующая система специфических для данной сферы деятельности показателей: условия отсрочки платежа, в том числе, срок ее предоставления и сумма платежа с отсрочкой; оптимальная структура оборотных активов и источников их формирования; соотношение дебиторской и кредиторской задолженности; условия и способы управления дебиторской задолженностью; объемы и возможности привлечения денежных средств.

Определены основные направления управления дебиторской задолженностью в условиях жесткой конкуренции, заключающиеся во внутренней оптимизации процессов и разработке финансовых механизмов оптимизации дебиторской задолженности; представлен регламент управления дебиторской задолженностью с распределением зон ответственности между структурными подразделениями компании, установлением этапов управления дебиторской задолженностью и необходимыми мероприятиями на каждом этапе.

Предложено уточненное определение факторинга, позволяющее акцентировать внимание на ключевом преимуществе данной услуги — при предоставлении финансирования факторинговая компания оценивает платежеспособность не своего клиента, а его дебиторов, что существенно отличается от условий предоставления кредита.

Разработаны механизмы оптимизации финансового состояния дилерских компаний:

I - программа с применением функции MS Excel, осуществляющая автоматический поиск предприятий, являющихся одновременно и дебиторами, и кредиторами компании, что позволяет руководителю оперативно принимать решения о сокращении дебиторской задолженности путем взаимозачетов; авторская форма мониторинга денежного потока компании для отслеживания негативных изменений в деятельности предприятия на еженедельной основе, сопоставления текущих данных с плановыми, оценки вероятности достижения плановых показателей и своевременного принятия управленческих решений;

Положение об Антикризисном совете, позволяющее структурировать и регламентировать действия, направленные на оптимизацию деятельности компании, при этом членами данного совета являются представители всех служб предприятия, что обеспечивает комплексность принимаемых решений.

Разработан алгоритм отбора дебиторов для применения факторингового финансирования, позволяющий оценить целесообразность применения факторинга с конкретным дебитором путем последовательного прохождения этапов указанного алгоритма.

Предложена авторская методика расчета эффективности применения факторинга, оценивающая окончательную стоимость грузовых автомобилей, продаваемых на условии с отсрочкой платежа, при использовании гарантированных схем оплаты продукции: отсроченного аккредитива, факторинга с регрессом и без регресса.

Практическая значимость исследования. Практическая значимость заключается в том, что основные научные и методические положения и рекомендации диссертационной работы ориентированы на широкое использование российскими торговыми компаниями, в частности дилерскими центрами. Использование разработанных в диссертации инструментов по оптимизации финансового состояния предприятий сферы реализации позволит значительно повысить их эффективность и конкурентоспособность на рынке.

Апробация результатов исследования. Основные выводы и рекомендации, содержащиеся в диссертационной работе, изложены автором в трех опубликованных печатных работах общим объемом 1,5 п.л., в том числе, две публикации - в журнале, рекомендованном ВАК РФ. Результаты диссертационного исследования докладывались и обсуждались на первой международной научной конференции «Институциональная экономическая теория: развитие, преподавание, приложения».

Предложения диссертационной работы приняты к внедрению и уже частично внедрены дилерскими центрами крупнейшего производителя грузовых автомобилей ОАО «КАМАЗ».

## Финансы предприятий и их особенности в сфере реализации

Общие принципы организации финансов предприятия такие как, экономическая самостоятельность, самофинансирование, материальная заинтересованность и ответственность, обеспечение организации финансовыми резервами, осуществление финансового контроля, относятся к предприятиям всех сфер экономики, так как они отражают единую природу основных экономических категорий. Вместе с тем каждой сфере экономики свойственны значительные особенности, которые влияют на организацию финансовой работы и финансовые отношения предприятий.

В теории финансов предприятия экономисты по-разному определяют основную особенность финансов сферы реализации. Так, д.э.н., профессор A.M. Фридман считает, что особенности организации торговых предприятий обусловлены тем, что в этой отрасли не создаются новые потребительные стоимости [50, стр.33].

Однако, профессор Н.В. Колчина считает, что специфика финансов сферы товарного обращения состоит в том, что предприятия и организации торговли, будучи связующим звеном между производством продукции и ее потреблением, способствуют завершению кругооборота общественного продукта в товарной форме и тем самым обеспечивают его непрерывность [30, стр.359]. К мнению профессора Н.В. Колчиной об основной специфике финансов сферы товарного обращения также присоединяется А.Н. Задорожная, при этом добавляя, что важная особенность финансов торговли состоит в том, что в этой отрасли иначе ставится задача экономии издержек, поскольку финансовое состояние торгового предприятия в значительной степени зависит от оптимального размера издержек обращения и времени реализации товаров покупателям, отсюда важным финансовым показателем деятельности торгового предприятия является скорость обращения оборотных средств [22].

В свою очередь, д.э.н., профессор Н.В. Липчиу считает, что особенностями финансов торговых организаций являются поступление выручки от реализации товаров преимущественно в налично-денежной форме и сочетание в деятельности торговых организаций операций производственного характера (закупка, хранение, фасовка, упаковка и т.д.) с непроизводственными операциями, которые связаны со сменой форм собственности, т.е. непосредственно с реализацией продукцией [35, стр.205-206].

Таким образом, приведенные выше мнения не противоречат друг другу, поскольку ученые в своих работах отмечают указанные основные особенности финансов в сфере реализации среди прочих особенностей финансов торговых предприятий. Тем не менее, по мнению автора основной особенностью финансов в сфере реализации является то, что помимо выполнения функции связующего звена между производством продукции и ее потреблением, они также существенно влияют на цену продаваемого товара, тем самым определяют его положение на рынке.

## Факторы, определяющие финансовое состояние дилерской компании

Большая часть оборотных активов находится в сфере обращения, так как среди запасов основную долю составляют Товары для перепродажи и Товары отгруженные. Это - естественная специфика предприятия.

Также стоит отметить рост дебиторской задолженности на конец 2008 года, что отражает влияние финансового кризиса, когда предприятию приходится давать отсрочки платежа за продаваемую технику, либо, происходят задержки по расчетам в связи с внедрением схем взаимозачетов.

Основную долю Оборотных активов составляют нематериальные оборотные активы и, в частности, дебиторская задолженность. Это определяется спецификой оплаты: с отсрочкой платежа покупателям и на основе выданных авансов при покупке у производителя.

Таким образом, руководству предприятия следует разработать программу управления дебиторской задолженностью и обосновать ее оптимальный размер. Проблема управления дебиторской задолженностью особенно остро встает, когда происходит ее рост, и дальнейшее функционирование предприятия во многом зависит от правильной политики управления дебиторской задолженностью.

## Разработка способов оптимизации финансового состояния предприятия

Исходя из выявленных во второй главе основных проблем функционирования дилерской компании, предлагаются следующие способы их решения: 1) Проблема: на предприятии наблюдается рост дебиторской задолженности, также основную долю оборотных активов занимает дебиторская задолженность.

Решение данной проблемы следует осуществлять следующими способами: Разработать регламент управления дебиторской задолженностью дилерского центра.

При разработке регламента управления дебиторской задолженностью, необходимо строго распределить ответственность за управление дебиторской задолженностью между коммерческой, финансовой и юридической службами, так, чтобы это не приводило к недовольству со стороны клиентов и конфликту подразделений. При этом следует не только распределить ответственность между подразделениями, но и описать действия всех -занятых в управлении дебиторской задолженностью сотрудников.

Для рассматриваемого предприятия был разработан следующий регламент управления дебиторской задолженностью - таблица 13. В предлагаемой ниже схеме распределения ответственности коммерческая служба (отдел продаж) отвечает за продажи и поступления, финансовая служба берет на себя информационную и аналитическую поддержку, а юридическая служба обеспечивает юридическое сопровождение (оформление кредитного договора, работа по взиманию задолженности через суд). При этом стоит отметить одну важную особенность, которую следует учесть предприятию - показатели выполнения плана отделом продаж должны быть также привязаны к показателю просроченной задолженности, и отдел продаж должен участвовать по всех этапах формирования и; сопровождения просроченной задолженности, т.е. быть заинтересованным в ее устранении. Если перед отделом продаж руководство предприятия ставит только одну задачу — продать, качество дебиторской задолженности будет заметноухудшаться.