

**С.А. Пестриков**

Пермский национальный исследовательский политехнический университет,  
Пермь, Россия

## **ФИНАНСОВО-ЭКОНОМИЧЕСКАЯ СОСТОЯТЕЛЬНОСТЬ ОРГАНИЗАЦИЙ АВТОТРАНСПОРТНОЙ СФЕРЫ**

Рассматриваются аспекты финансово-экономической устойчивости в организациях автотранспорта. Анализ показал, что предприятия ограничено используют весь набор важных показателей финансово-экономической эффективности. Исследованы конкретные предприятия и даны рекомендации по оценке фактических показателей эффективности предприятий автотранспорта Пермского края.

**Ключевые слова:** финансово-экономическая устойчивость, показатели рентабельности, организации автомобильной отрасли.

**S.A. Pestrikov**

Perm National Research Polytechnic University, Perm, Russian Federation

## **FINANCIAL AND ECONOMIC VIABILITY OF ORGANIZATIONS ROAD TRANSPORT SPHERE**

The article is discussed the aspects of financial and economic stability in the transport organizations. The analysis has shown that companies are limited leverage the full range of relevant performance indicators. The enterprises have studied and recommendations have given on the evaluation of actual indicators of the efficiency of some enterprises of the Perm region.

**Keywords:** financial and economic sustainability, profitability, organization of automobile industry.

Основные экономические показатели, отражающие эффективность деятельности предприятий автотранспортной сферы, должны находиться как минимум в пределах нормированных, тем самым не только способствуя успешной текущей деятельности автотранспортных предприятий (АТП), но и развивая их потенциал.

Еще со времен советской экономики для автотранспортных предприятий основным документом, прогнозирующим и оценивающим финансово-хозяйственную деятельность (ФХД), являлся трансфинплан (ТФП). Его основным разделом было составление производственной программы предприятия в увязке с технико-экономическими показателями. Данный расчет производился по всем статьям расхода: горюче-смазочных материалов, шин, аккумуляторов, затрат на планово-предупредительное обслуживание и ремонт и т.д.

Однако в условиях быстрого изменения среды предпринимательства, ликвидации большинства крупных АТП число показателей и их качественный и количественный состав претерпел изменения. Во-первых, исходные данные для расчета объема перевозок напрямую не могут быть использованы. Они должны быть обоснованы и подтверждены маркетинговым исследованием рынка перевозок, на котором данное автотранспортное предприятие уже функционирует либо планирует работать с учетом сложившейся конъюнктуры, стратегий конкурентов, возможностей самой компании, а также потенциальных внешних и внутренних угроз.

Вместе с тем маркетинговый анализ является важным, но далеко не единственным фактором принятия эффективных управленческих решений. Проводится проверка маркетинговых решений с позиции их влияния на финансовые результаты. Анализ финансово-хозяйственной деятельности предприятия продуцирует управленческие решения с учетом рыночных критериев, направленных на тактическое и стратегическое управление финансами предприятия. Это означает проработку таких аспектов, как основные направления получения доходов и осуществления расходов, объем и динамика прибыли (убытков), управление оборотным капиталом, управление информационными базами, рациональная структура активов и пассивов, дивидендная политика, состав и структура инвестиций, оценка и стремление обеспечить рост рыночной стоимости организации, финансовое планирование и прогнозирование, учет финансовых рисков и др.

Принимая финансовые решения, менеджмент организации должен быть обеспечен соответствующими источниками информации. Необходимым условием является строгая классификация доходов и расходов, прибылей и убытков. Необходимо знать, какой источник дает основную часть выручки и прибыли, какой является менее эффективным. Деление расходов на постоянные и переменные, прямые и косвенные позволяет правильно и корректно проводить финансовый и управленческий анализ. Нельзя не учесть и воздействие налогового фактора, существенно влияющего на конечные результаты деятельности предприятия [1].

Таким образом, приоритетной целью финансового анализа является определение реального финансового состояния предприятия на определенную дату, поиск источников улучшения этого состояния. Результаты анализа непосредственно влияют на стоимость оценки бизне-

са, позволяют получить тренды развития предприятия, оценить устойчивость состояния в краткосрочном и долгосрочном периоде, спрогнозировать результаты финансово-хозяйственной деятельности организации с учетом финансовых рисков. Мы согласны с авторами, считающими основной характеристикой финансового состояния организации способность в нужное время распределять денежные потоки и осуществлять платежи, финансировать свою деятельность на расширенной основе [2]. Устойчивой финансовой политике во многом способствует формирование бюджетов. В экономической литературе представлены преимущественно бюджеты производственных организаций [3]. Структура бюджета для организаций транспорта коррелирует, безусловно, с трансфинпланом. Пример представлен на рис. 1.

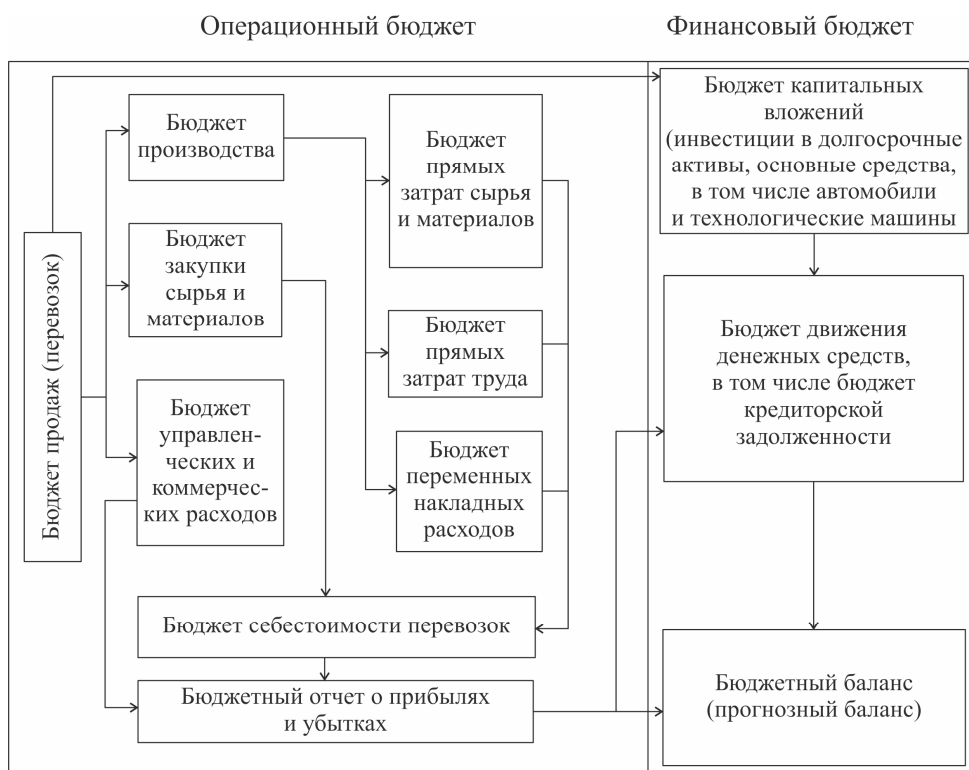


Рис. 1. Структура общего бюджета организаций автотранспорта

Следует отметить особенности бюджетирования в холдинговых структурах предприятий отрасли. Холдинг может образовываться в том случае, когда нет необходимости в интеграции компании, а ценность создается в процессе оптимизации финансовых потоков, дивер-

сификации возникающих рисков, усиления роли единого руководства компанией. Холдинговая структура может быть сформирована не столько путем объединения подразделений холдинга, сколько посредством разделения; например, это может быть полезно при выведении непрофильных и вспомогательных производств. Так, большинство компаний пользуются на условиях аутсорсинга транспортными услугами, услугами общественного питания и т.д. Такое положение позволяет аутсорсинговым подразделениям находить во внешней среде дополнительные объемы работ, что делает их деятельность более продуктивной.

Процессы слияний и поглощений кардинально трансформируют организационную структуру компаний. Существуют различные подходы к реализации организационных изменений, направленных на упорядочение отношений внутренней среды и адаптацию к быстрым изменениям внешней среды. Сегодня предприятия широко используют возможности организационного дизайна. Целями такой деятельности являются комплексное управление финансовым потоком, централизация финансовых средств, возможность инвестирования отдельных единиц холдинга, повышение уровня внутреннего контроля за выполнением БДР (бюджет доходов и расходов) и БДСС (бюджет движения денежных средств) через единый расчетный центр (ЕРЦ), оптимизация налоговой нагрузки, защита от возможных недружественных слияний и поглощений. В результате применения данного подхода холдинг в целом и, соответственно, его структурные единицы имеют более высокий уровень управляемости. Залогом успешного управления является своевременность финансового обеспечения [4].

Для каждого хозяйствующего субъекта основные показатели эффективности универсальны и не зависят от вида деятельности, но их значения, безусловно, зависят от отраслевой принадлежности. Обозначим и определим основные экономические показатели для предприятий автотранспортной отрасли, в частности для автотранспортных и автосервисных предприятий, а также предприятий по продаже автомобилей, запасных частей и принадлежностей.

Наиболее значимым показателем текущей деятельности является прибыль и рентабельность. Прибыль рассматривается как финансовый результат деятельности предприятия. В системе финансового управления имеется достаточно много показателей. Рассмотрим основные из них [1]:

Базовый показатель для расчета прибыли и рентабельности – чистая выручка от реализации продукции. Это валовая выручка от реализации за вычетом НДС, акцизов.

Показатели прибыли: валовая прибыль от реализации, операционная прибыль (убыток), прибыль от финансовой деятельности, прибыль от обычной хозяйственной деятельности, прибыль до уплаты налога, чистая прибыль.

Обычно рассчитывают следующие виды рентабельности [5]: рентабельность активов, рентабельность продаж, рентабельность собственного капитала. Сводные данные представлены в табл. 1.

Таблица 1

**Основные показатели прибыли и рентабельности предприятия**

№ п/п	Показатели	Экономическая сущность	Формула расчета
1	Рентабельность продаж (return on sales, ROS)	Показывает, какую сумму операционной прибыли (прибыль после уплаты налогов) П получает предприятие с каждого рубля проданной продукции В	$P_{п} = (П \div В) \cdot 100$
2	Рентабельность активов (return on assets, ROA)	Отражает отдачу на каждый рубль активов предприятия А	$P_{а} = (П \div А) \cdot 100$
3	Рентабельность собственного капитала (return on equity, ROE)	Характеризует отдачу на каждый рубль собственного капитала (СК)	$P_{ск} = (П \div СК) \cdot 100$
4	Рентабельность инвестиций (return on investment, ROI)	Демонстрирует, какую прибыль получает предприятие на каждый вложенный рубль инвестиций И	$P_{и} = (П_{и} \div И) \cdot 100$
5	Чистая рентабельность активов (return on net assets, RONA)	Отражает отдачу с учетом оплаты налогов и процентов на каждый рубль активов предприятия	$P_{ча} = (Пч \div А) \cdot 100$
6	Чистая рентабельность собственного капитала (Net profitability of equity)	Характеризует отдачу с учетом оплаты налогов и процентов на каждый рубль СК	$P_{чск} = (Пч \div СК) \cdot 100$

Нами систематизированы некоторые данные по автосервисным предприятиям Пермского края (табл. 2).

Таблица 2

**Средние показатели рентабельности автосервисных предприятий Пермского края (2012–2013 гг.)**

№ п/п	Наименование предприятия	Рентабельность продаж, %	Рентабельность собственного капитала, %
1	ООО «Телта-МБ»	30,0	нд*
2	ООО «Центр автомобильного ремонта»	39,4	75,3
3	СТО «Хонда на Восстания»	48,0	нд
4	СТО Kia Motors	21,0	нд
5	Автотехцентр «Драйвер»	40,4	97,1
6	ООО СТО «ЭКС АВТО»	19,5	нд
7	ООО «Автопрестиж»	30,0	44,5
8	СТО Европы	8,0–12,0	15,0

\* – нет данных.

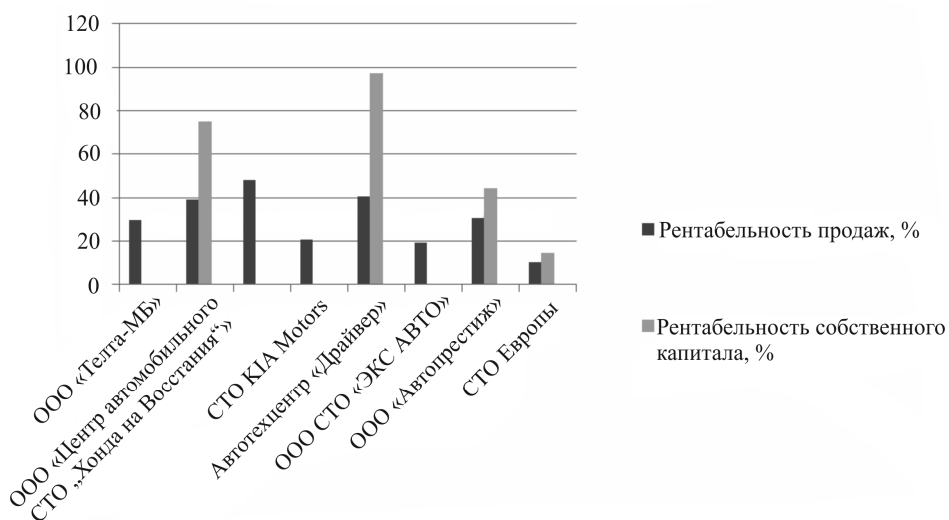


Рис. 2. Средние показатели рентабельности автосервисных предприятий Пермского края 2012–2013 гг.

Данные рис. 2 свидетельствуют, что после кризиса 2008 г. не наблюдается роста динамики рентабельности. Однако в большинстве автосервисных предприятий фактические нормы рентабельности объек-

тивно могут способствовать дальнейшему развитию предприятий. Лидерами по финансово-экономическим показателям, несомненно, являются предприятия – дилеры по продажам автомобилей, не имеющие прямых конкурентов в регионе: ООО «Телта-МБ», «Хонда на Восстания», холдинг «Тойота». Такое положение позволяет удерживать повышенную ставку нормо-часа ремонта, получать в полном объеме компенсации за проведение гарантийного ремонта автомобилей и автомобильной техники.

К сожалению, большинство предприятий не в полной мере анализируют финансовое состояние по всем необходимым показателям, имеют упрощенное представление об основах финансового менеджмента и, как правило, не оценивают такой значимый показатель деятельности, как стоимость бизнеса.

В качестве примера в табл. 3, 4 приведены показатели объема продаж и прибыли салона Kia Motors.

Таблица 3

**Объем продаж новых автомобилей в салоне Kia Motors  
в период с 2009 по сентябрь 2012 г.**

Период	Количество проданных автомобилей, ед.	Выручка от продаж автомобилей, млн руб.	Прибыль млн руб.	Рентабельность продаж, %
2009 г.	628	357,96	22,21	6,20
2010 г.	660	430,75	29,91	6,94
2011 г.	814	581,3	51,36	8,84
Январь 2012 – сентябрь 2012 г.	714	524,87	50,2	9,56
Среднее значение				7,89

Таблица 4

**Прибыль СТО Kia Motors с 2009 по сентябрь 2012 г.**

Период	Количество машино-заездов	ТО и ТР, млн руб.	Гарантия, млн руб.	Запчасти, млн руб.
2009 г.	5834	12,77	1,30	5,94
2010 г.	6409	14,14	1,10	5,67
2011 г.	6122	13,24	1,14	4,80
Январь 2012 – сентябрь 2012 г.	4456	9,89	0,7	3,64

**Основные показатели рентабельности некоторых  
автотранспортных предприятий Пермского края 2012–2013 гг.**

№ п/п	Наименование предприятия	Рентабельность продаж, %	Рентабельность собственного капитала, %
1	ООО «ВиП-Авто»	5,0	25,6
2	ООО «Такси-Везет»	29,5	138,0
3	Автоколонна № 1 ОАО «МРСК Урала» – «Пермэнерго»	3,8	6,9

Рентабельность автотранспортных предприятий имеет значительную волатильность. В конкурентной среде предприятия, участвуя в конкурсах и аукционах, в зависимости от ситуации получают контракты по различным тарифам на одни и те же услуги. Поэтому уровень рентабельности обусловлен, как правило, текущей конъюнктурой цен, сложившейся на рынке, объемом востребованных услуг, и если рассматривать бюджетные средства, то существует практически прямая зависимость от дефицита бюджета – при бездефицитных бюджетах спрос на автотранспортные услуги возрастает. Кроме того, наличие большой производственно-технической базы, в частности такой, как у Автоколонны № 1 ОАО «МРСК Урала» – «Пермэнерго» (табл. 5), несет дополнительные немалые постоянные затраты на ее обслуживание. Данная структура затрат приводит к снижению значений финансово-экономических показателей крупных автотранспортных предприятий. Необходимой задачей является повышение эффективности использования основных и оборотных производственных фондов [6].

### Вывод

В настоящее время конкурентная среда в автотранспортной и автосервисной отрасли сложилась, а ее уровень является достаточно высоким. Большинство предприятий отрасли функционируют на уровне выше точки безубыточности. Однако следует отметить, что рентабельность продаж имеет большие значения при обслуживании и ремонте автомобилей, продаже запасных частей и сопутствующих материалов (до 30 %), особенно в рамках гарантийного обслуживания. Рентабельность продаж новых автомобилей значительно меньше и составляет около 6–8 %. При этом на данном сегменте рынка имеются перспекти-



вы, связанные с удержанием клиентов (до 80–85 % от общего числа приобретенных автомобилей) на период гарантии. При сравнении с европейским рынком рентабельности продаж ремонта автомобилей очевидно, что при сложившемся автосервисном рынке в Европе рентабельность продаж находится в пределах 10 %, и при усилении конкуренции тренд и в России будет стремиться к аналогичному показателю. Задачами каждого автосервисного и автотранспортного предприятия являются удержание завоеванных позиций, учет мнений и предпочтений потребителя, внедрение новых инновационных технологий, ресурсосбережение, наличие высококвалифицированных кадров, способных выполнять нетиповые задачи, связанные с усложнением как конструкции автомобиля, так и с технологией его обслуживания и ремонта.

### Список литературы

1. Финансовый менеджмент: теория и практика: учебник / под ред. Е.С. Стояновой. – 5-е изд., перераб. и доп. – М.: Перспектива, 2003. – С. 50–52.
2. Ежикова Г.С. Бизнес-план деятельности компании: монография. – LAP LAMBERT Academic Publishing, 2012. – С. 77–79.
3. Финансовый менеджмент: учеб. пособие / А.Н. Гаврилова, Е.Ф. Сысоева, А.И. Барабанов, Г.Г. Чигарев, Л.И. Григорьева, О.В. Долгова, Л.А. Рыжкова. – 6-е изд., стер. – М.: КНОРУС, 2010. – С. 60.
4. Пестриков С.А. Организационный дизайн предприятий автомобильной отрасли // Модернизация и научные исследования в транспортном комплексе: материалы междунар. науч.-практ. конф. – Пермь: Изд-во Перм. гос. техн. ун-та, 2013. – Т. 1. – С. 267–276.
5. Финансовый менеджмент: учебник / под ред. д.э.н., проф. А.М. Ковалевой. – М.: ИНФРА-М, 2007. – С. 47–49.
6. Туревский И.С. Экономика отрасли (автомобильный транспорт): учебник. – М.: Форум: ИНФРА-М, 2011. – С. 213.

### References

1. Finansovyi menedzhment: teoriia i praktika [Financial management: theory and practice]. Ed. E.S. Stoyanova. Moscow: Perspektiva, 2003, pp. 50-52.
2. Ezhikova G.S. Biznes-plan deyatelnosti kompanii [The business plan of the company activity]. LAP LAMBERT Academic Publishing, 2012, pp. 77-79.

3. Gavrilova A.N., Sysoeva E.F., Barabanov A.I., Chigarev G.G., L.I. Grigoryeva, Dolgova O.V., Ryzhkova L.A. Finansovyi menedzhment [Financial management]. Moscow: KNORUS, 2010, 60 p.

4. Pestrikov S.A. Organizatsionnyi dizain predpriatii avtomobil'noi otrasli [Organizational desing of the companies of automobile industry]. *Materialy mezhdunarodnoi nauchno-prakticheskoi konferentsii "Modernizatsiia i nauchnye issledovaniia v transportnom komplekse"*. Perm: Perm-skii natsionalnyi issledovatel'skii politechnicheskii universitet, 2013, vol. 1, pp. 267-276.

5. Finansovyi menedzhment [Financial management]. Ed. A.M. Koval'eva. Moscow: INFRA-M, 2007, pp. 47-49.

6. Turevskiy I.S. Ekonomika otrasli (avtomobilnyi transport) [The Economics of the industry (road transport)]. Moscow: Forum: INFRA-M, 2011, 213 p.

Получено 13.08.2014

### **Об авторе**

**Пестриков Сергей Анатольевич** (Пермь, Россия) – кандидат экономических наук, доцент кафедры «Автомобили и технологические машины» Пермского национального исследовательского политехнического университета (614990, Пермь, Комсомольский пр., 29, e-mail: pestrikovsa@mail.ru).

### **About the author**

**Pestrikov Sergei Anatolevich** (Perm, Russian Federation) – Ph.D. in Economical Sciences, Associate Professor, Department of Automobiles and technological machines, Perm National Researc Polytechnic University (29, Komsomolsky av., Perm, 614990, Russian Federation, e-mail: pestrikovsa@mail.ru).