

Литература

1. Веселовский М.Я. Организационно-экономический механизм промышленной политики региона [Текст] / М.Я. Веселовский, В.И. Лутченков // Экономика и управление: научно-практический журнал. – 2009. – № 2. – С. 57-60.
2. Веселовский М.Я. Теоретические подходы к определению эффективности деятельности промышленных предприятий [Текст] / М.Я. Веселовский, М.С. Абрашкин // Вопросы региональной экономики. – 2013. – № 3. – С. 107-115.
3. Веселовский М.Я. Информационная среда инновационной деятельности [Текст] / М.Я. Веселовский, С.В. Секерин // Интернет-журнал «Наукоедение». – 2013. – вып. 6. – Идентификационный номер статьи в журнале: 09EFTA613<http://publ.naukovedenie.ru>
4. Секерин В.Д., Казицкий Е.Ю. Стратегии управления интегрированными маркетинговыми коммуникациями // Маркетинг. – 2009. № 4. – С. 72 – 84.
5. Секерин В.Д. Маркетинг инновационных продуктов и технологий. – М.: Доброе слово, 2011. – 56 с.
6. Секерин В.Д., Секерин Д.В. Требования потребителей и маркетинг // Маркетинг. – 1997. № 4.
7. «Goldman sachs»: «Мечты о группе стран БРИК: Путь в 2050».
8. Robert K. Merton, Social Theory and Social Structure, Free Press, 1968, p. 477, ISBN 0-02-921130-1.
9. Šikýř, M. Best practices in human resource management: The source of excellent performance and sustained competitiveness // Central European Business Review. – 2013. – № 1. – p. 43-48.
10. Šikýř, M. Determinants of employee performance: how to achieve sustained competitive advantage // Loster, T. Pavelka, T. (Eds.). International Days of Statistics and Economics. – 2011. – p. 606-614. [сайт: <http://msed.vse.cz/files/2011/Sikyrf.pdf>].

Управление оборотными средствами автомобильного дилерского центра в новой экономике

к.э.н. доц. Кондратова С.В., Умрихина М.В.
Университет машиностроения
umrichina_mv@mail.ru

Аннотация. В статье рассмотрено управление оборотными средствами автомобильного дилерского центра. Выявлено, что в структуре оборотных средств дилерского центра наибольшую долю занимают запасы. Предложена модель расчета маржинального дохода с учетом стоимости финансирования. Сделан вывод о том, что достичь эффективного управления оборотными средствами возможно за счет поиска компромисса между удовлетворением потребностей клиента и достижением баланса между увеличением прибыли и обеспечением платежеспособности компании.

Ключевые слова: оборотные средства, управление оборотными средствами, скидка, конкурентные преимущества, стоимость финансирования, маржинальный доход.

Совершенствование процесса управления оборотными средствами является одним из главных факторов повышения эффективности функционирования компаний на этапе развития новой экономики.

Новая экономика основывается на высокоэффективном расходовании ресурсов и на удовлетворении в основном нематериальных потребностей людей: приобретении знаний, духовном развитии, творческом самовыражении.

Повышение стоимости компании, генерирование свободного денежного потока, уста-

новление нормативов распределения ресурсов и осуществление контроля по их использованию – характерные задачи финансовой службы компаний индустриальной экономики. Переход к новой экономике (постиндустриальной) раскрывает иной взгляд на эффективность компании, которая расширяется и сосредотачивается на объединении целей акционеров, клиентов, сотрудников, государства и общества в целом. Для достижения синтеза интересов различных членов общества необходимо конкурентному процессу придать гуманистическую направленность, под которой понимается смещение приоритетов компании от чисто финансовых целей к социально-экономическим (знанию потребностей клиента), что позволит увеличить финансовый результат и повысить ценность бизнеса.

В условиях социально-экономической нестабильности и усиления конкуренции на автомобильном рынке дилерские центры стремятся привлечь клиента и удовлетворить его потребности за счет повышения качества обслуживания и широкого выбора товара на складе, что ведет к росту оборотного капитала. В этой ситуации возникает вопрос поиска компромисса между удовлетворением потребностей клиента и достижением баланса между увеличением прибыли и обеспечением платежеспособности компании.

Организовать процесс эффективного управления оборотными средствами автомобильного дилерского центра особенно важно, так как оптимальное управление оборотными средствами ведет к увеличению доходов и снижает риск дефицита денежных средств компании.

Управление оборотными средствами компании представляет собой непрерывный процесс и требует по сравнению с другими управленческими процессами большего количества времени. Состав и структура оборотных средств может ежедневно изменяться и должна тщательно контролироваться для обеспечения наиболее продуктивного использования денежных средств.

Оборотные средства представляют собой вложения в запасы, дебиторскую задолженность и денежную наличность. Синонимами оборотных средств в экономической литературе могут быть текущие активы, оборотный капитал, мобильные активы.

Рассмотрим состав и структуру оборотных средств на примере автомобильного дилерского центра (таблица 1).

Таблица 1

Состав и структура оборотных средств автомобильного дилерского центра

Оборотные активы / Current assets	на начало года		на конец года		изменение (+/-)	
	тыс. руб.	доля, %	тыс. руб.	доля, %	тыс. руб.	доля, %
1. Запасы / Inventories	407 433	82,4%	428 482	85,9%	21 049	3,5%
2. Торговая и прочая дебиторская задолженность / Trade and Other receivables	76 006	15,4%	62 062	12,4%	-13 944	-2,9%
3. Финансовые и прочие оборотные активы / Financial and other current assets	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%
4. Денежные средства и денежные эквиваленты / Cash and cash equivalents	11 250	2,3%	8 553	1,7%	-2 697	-0,6%
Итого Оборотные активы: / Total current assets	494 689	100,0%	499 096	100,0%	4 407	0,0%

Наибольшую долю в структуре оборотных средств дилерского центра занимают запасы (80-86%). На долю дебиторской задолженности приходится от 12 до 16%, а на денежные средства от 1,7% до 3%.

Оптимальный размер оборотных активов дилерского центра в большей степени зависит

от эффективной организации процесса управления запасами и дебиторской задолженностью. Наибольшее внимание следует уделить процессу управления запасами, так как одним из основных конкурентных преимуществ компании является возможность удовлетворить потребности клиентов, а для клиента большое значение имеет наличие товара на складе. В свою очередь увеличение товарных запасов отвлекает денежные средства из оборота и снижает степень ликвидности и платежеспособности компании. В этой ситуации возникает вопрос эффективного управления товарными запасами с учетом потребностей клиента и ростом стоимости компании.

В процессе управления запасами важно оценить эффективность их использования, определить оптимальный размер запасов, классифицировать все товарные запасы на группы и организовать систему контроля.

Товарные запасы дилерского центра представляют собой автомобили на складе, запасные части, неликвидные запасные части, незавершенное производство (таблица 2).

Таблица 2

Состав и структура запасов автомобильного дилерского центра

Запасы	на начало года		на конец года		изменение (+/-)	
	тыс. руб.	доля, %	тыс. руб.	доля, %	тыс. руб.	доля, %
1. Автомобили	373 588	91,7%	392 268	91,5%	18 679	-0,1%
2. Запасные части, неликвидные запасные части, незавершенное производство	33 845	8,3%	36 214	8,5%	2 369	0,1%
ИТОГО Запасы	407 433	100,0%	428 482	100,0%	21 049	

В процессе своего обращения товарные запасы видоизменяются, обращаясь из денег в товар и наоборот. Период времени, в течение которого деньги превращаются в товар и обратно в деньги, называется оборотным циклом. Чем короче оборотный цикл, тем меньше денежных ресурсов требуется вовлекать в товарные запасы.

Цель эффективного управления запасами – максимизировать прибыль, затратив при этом как можно меньше усилий и ресурсов.

Процесс оптимизации управления товарными запасами дилерского центра в новой экономике может быть представлен следующими этапами:

1. Анализ и оценка эффективности использования товарных запасов в предшествующем периоде. Для этого могут быть использованы показатели: коэффициент оборачиваемости запасов, длительность одного оборотного цикла, рентабельность оборотных средств.
2. Классификация товарных запасов и определение их оптимального размера.
3. Организация системы контроля за движением товарных запасов: мониторинг складских запасов в натуральном и денежном выражении, структура склада по возрасту и моделям, формирование прогноза продаж, работа с неликвидным товаром, обратная связь с руководителем.

Более подробно рассмотрим второй этап, так как основная часть денежных средств вовлекается в товарные запасы.

Для расчета оптимального размера запасов в научной литературе применяется ряд моделей: ЕОQ, XYZ, метод нормирования запасов.

Модель ЕОQ часто называют формулой Уилсона, она является простейшей оптимизационной моделью для детерминированного спроса и отсутствия дефицита. Модель, впервые предложенная Ф. Харрисом в 1913 г. и развитая Р. Уилсоном в 1934 году, минимизирует в простейших предположениях суммарные затраты на хранение и пополнение товара [1].

Однако в модели ЕОQ не учитываются изменения спроса и стоимость ресурсов, вовлеченных в товарные запасы. Поскольку управление запасами осуществляется на фоне случай-

ного спроса, часто предполагают, что спрос распределен по нормальному закону. Нормальное распределение случайной величины находится в зависимости от двух параметров: математическое ожидание и стандартное отклонение. Частным случаем такого предположения является XYZ-анализ, а также все другие модели, в которых определяющим параметром выступает стандартное отклонение. С помощью этих моделей был достигнут значительный прогресс при управлении товарным запасами в индустриальной экономике. В новой экономике, основанной на зрелой экономике модерна, необходимо учитывать ценности потребителя. Наибольший интерес, по мнению авторов, представляет метод нормирования запасов. Сущность метода заключается в определении нормы запаса оборотных средств. Норма запаса оборотных средств представляет собой величину товарных запасов, определяющую минимальную экономически обоснованную потребность в них.

В настоящее время не существует необходимых методических разработок и регламентирующих документов по нормированию запасов и оборотных средств, соответствующих современному уровню развития экономики.

Проведенное исследование [2] показало, что на определение нормы оборотных средств оказывают влияние эндогенные (внутренние) и экзогенные (внешние) факторы.

На эндогенные факторы может оказывать влияние компания. Это создание атмосферы клиентской зоны, коммуникации продавцов-консультантов с клиентами, удобное территориальное расположение, создание имиджа компании, качество выполняемой работы, информационная доступность. Экзогенные факторы задаются из условий внешней среды, на которые повлиять достаточно сложно (условия договора поставки, заключенного с поставщиками, условия оплаты товара и т.п.) [2].

Учитывая эти факторы, можно ускорять процесс реализации товара, снижать норму оборотных средств и повышать эффективность их использования.

Рассчитаем норму оборотных средств с учетом эндогенных и экзогенных факторов для автомобильного дилерского центра [2], осуществляющего поставку автомобилей на условиях 100% оплаты товара до поставки на склад (таблица 3).

Таблица 3

Расчет нормы оборотных средств с учетом эндогенных и экзогенных факторов

Вид поставки товара	Норма оборотных средств, в днях					
	$T_{оп}$	$T_{п}$	$T_{птс}$	$T_{псо}$	$T_{в}$	Нос.
100% оплата товара до поставки на склад	10	15	1	2	3	31

Норма оборотных средств рассчитывается по формуле (1):

$$\text{Нос.} = T_{оп} + T_{п} + T_{птс} + T_{псо} + T_{в}, \quad (1)$$

где: Нос. – норма оборотных средств, в днях;

$T_{оп}$ – период времени от момента оплаты товара до его поставки на склад, в днях;

$T_{п}$ – период времени от момента поставки товара на склад до его продажи конечному клиенту (время на поиск клиента). Если товар поставляется на условиях консигнации, то предполагается, что он будет продан до наступления консигнационного срока, период времени равен нулю, в днях;

$T_{птс}$ – время на выкуп и доставку паспорта транспортного средства (ПТС), в днях;

$T_{псо}$ – время, необходимое для проведения предпродажного сервисного обслуживания (ПСО), в днях;

ПСО – предпродажное сервисное обслуживание (ПСО) – процедура, наиболее часто применяемая при диагностировании автомобиля перед приобретением. В ПСО входит первичная диагностика двигателя, диагностика подвески, оценка состояния кузова (в т.ч. измерение толщины лакокрасочного покрытия). Проверка углов установки колес, что может дать первичное представление о правильности геометрии кузо-

ва.

T_v – время, необходимое для выдачи автомобиля, включающее средний срок оформления кредита, оформление договора купли-продажи, перечисление денежных средств по безналичному платежу, в днях.

Норма запаса оборотных средств в днях рассчитывается для определения норматива оборотных средств, проявляющихся в стоимостном выражении.

На основании нормы запаса, прогнозируемого объема продаж и стоимости приобретаемого сырья, материалов и товара рассчитывается общая нормативная потребность в оборотных средствах.

При определении потребности в оборотных средствах главным является прогнозный объем продаж. Ошибки в прогнозировании продаж могут привести к наличию неликвидного товара на складе. Система оптимизации запасов должна выявлять неликвидный товар и предлагать инструменты по его реализации или возврата поставщику.

В качестве инструмента эффективного управления запасами дилерского центра целесообразно использовать модель расчета маржинального дохода с учетом стоимости финансирования, что позволит увеличить прибыль и оптимизировать складские запасы.

Маржинальный доход с учетом стоимости финансирования определяется по следующей формуле (2):

$$\text{Маржинальный доход с учетом стоимости финансирования} = P - S_k - C - S \quad (2),$$

где: P – цена по прайс-листу, руб.;

S_k – скидка, руб.;

C – себестоимость (закупочная стоимость), руб.;

S – стоимость финансирования, руб.

Стоимость финансирования – это финансовые расходы, связанные с уплатой процентов по кредиту (заемные оборотные средства) или альтернативная стоимость собственных средств.

При условии выдачи кредита стоимость финансирования определяется как средневзвешенная ставка по кредиту [2].

При условии альтернативной стоимости собственных средств стоимость финансирования рассчитывается по формуле [2]:

$$\text{Стоимость финансирования} = \text{ставка рефинансирования ЦБ РФ} + \text{процент за риск, \%}.$$

Ставка рефинансирования устанавливается ЦБ РФ, по этой ставке ЦБ РФ кредитует коммерческие банки. Процент за риск зависит от состояния экономики.

Для определения фактического размера скидки необходимо рассчитать максимальный размер скидки по формуле (3) [2]:

$$\text{Максимальный размер скидки} = S_1 - S_2 \quad (3),$$

где: S_1 – стоимость финансирования при фактическом времени нахождения товара на складе (товар продан без скидки), руб.;

S_2 – стоимость финансирования при ускорении времени реализации товара за счет проведения акций и предоставления скидки, (товар продан со скидкой), руб.

Максимальный размер скидки – это скидка, при которой размер маржинального дохода при продаже автомобиля без скидки будет равен маржинальному доходу при продаже автомобиля со скидкой, но за более короткий период времени.

Расчет маржинального дохода с учетом стоимости финансирования продемонстрируем на примере автомобильного дилерского центра (таблица 4).

При закупочной стоимости автомобиля в 903 000 руб. планируемая цена продажи составит 1 075 000 руб., процент по кредиту равен 9,68%, прогнозируемый период реализации этого автомобиля без предоставления скидки составляет сто дней. В целях оптимизации складских запасов и высвобождения денежных средств автомобиль планируется продать через двадцать дней, но за счет предоставления скидки клиенту. Необходимо рассчитать стоит

ли компании продать автомобиль со скидкой или еще оставить на складе. Если да, то рассчитать максимальный размер скидки.

Таблица 4

Оценка эффективности управления товарными запасами на примере автомобильного дилерского центра

Показатель	Значение без скидок	Значение со скидкой
Цена по прайс-листу, руб.	1 075 000	1 075 000
Закупочная стоимость одного автомобиля, руб.	903 000	903 000
Максимальный размер скидки, %	1,8%	
Фактический размер скидки, %	0,0%	1,2%
Цена реализации одного автомобиля, руб.	1 075 000	1 062 100
Время нахождения автомобиля на дилерском центре, дней	100	20
Стоимость финансирования, %	9,68%	9,68%
Стоимость финансирования, руб.	23 948	4 790
Маржинальный доход, руб.	148 052	154 310
Рентабельность продаж, %	13,77%	14,53%

Максимальный размер скидки будет равен разности стоимости финансирования при реализации автомобиля за сто и двадцать дней, соответственно.

Фактический размер скидки определяет руководитель отдела продаж, но он не должен превышать максимальный размер скидки.

Предположим, что компания отказалась продавать клиенту автомобиль со скидкой сегодня и продала его через сто дней без скидки, тогда маржинальный доход от продаж составит 148 052 руб., что на 6 258 руб. меньше маржинального дохода, полученного от продажи автомобиля со скидкой. При этом происходит увеличение размера запасов и снижение эффективности их использования.

При реализации автомобиля через двадцать дней после его поступления на склад со скидкой в размере 1,2% будет получен маржинальный доход равный 154 310 руб., а также сократится скорость оборота товарных запасов, что позволит повысить их эффективность.

Своевременное предоставление скидок на товары позволяет оптимизировать размер запасов, ускорить их оборачиваемость, повысить прибыль и рентабельность.

Еще одним важным компонентом оборотных активов дилерского центра является дебиторская задолженность. Под дебиторской задолженностью понимается задолженность юридических и физических лиц компании, определенная суммой денежных средств и их эквивалентов. Когда одна компания продает другой товары с отсрочкой платежа, то возникает дебиторская задолженность. Управление дебиторской задолженностью предполагает решение ряда задач: определение риска неплатежеспособности покупателей; расчет прогнозных значений резерва по сомнительным долгам; предоставление рекомендаций по работе с потенциально или фактически неплатежеспособными покупателями. В процессе управления дебиторской задолженностью дилерского центра целесообразно составлять и вести реестр старения дебиторов, и проводить еженедельный мониторинг. Основными дебиторами дилерского центра являются страховые компании.

К наиболее ликвидному элементу оборотного капитала дилерского центра относят денежные средства, которые включают наличные деньги в кассе, безналичные деньги на расчетных, депозитных и валютных счетах. Управление денежными средствами связано с опре-

делением оптимальной величины запаса денежных средств. В научной литературе известны две модели: Модель Баумола была разработана В. Баумолом (W. Baumol) в 1952 г. и Модель Миллера — Орра была разработана М. Миллером (M. Miller) и Д. Орром (D. Orr) в 1966 г. Непосредственное применение этих моделей в отечественной практике пока затруднено ввиду сильной инфляции, аномальных учетных ставок, неразвитости рынка ценных бумаг и т.п.

Эффективное (оптимальное) управление оборотными средствами позволяет максимизировать прибыль и минимизировать коммерческий риск, ведет к увеличению доходов и снижает риск дефицита денежных средств компании.

Выводы

Управление оборотными средствами играет важную роль в максимизации прибыли и обеспечении ликвидности компании, что является ее преимуществом в условиях роста количества конкурентов, повышения требований потребителей и удорожания денежных ресурсов. Таким образом, эффективное управление оборотным капиталом дилерского центра является одним из ключевых факторов финансового превосходства и ведения конкурентной борьбы, как следствие – успеха компании на рынке. В новой экономике бизнес компании представляют собой источник роста общественного благосостояния, который достигается путем высокотехнологичного производства и реализации безопасной и надежной продукции. Ключевое значение здесь имеет процесс управления активами.

Литература

1. Inventory management // URL: <http://logistic-forum.lv/sklad/upravlenie-zapasami>.
2. Варфоломеев В.П., Умрихина С.В. Оценка эффективности управления товарными запасами в конкурентной среде постиндустриальной экономики // Экономический анализ: теория и практика. № 26 (233) 2011 - с.33.
3. Умрихина М.В. Управление инновационной деятельностью компаний в социально-ориентированной рыночной экономике. Известия МГТУ «МАМИ». Научный рецензируемый журнал. Серия 5. Социально-экономические науки. – М., МГТУ «МАМИ», № 4(18), 2013, т. 1. 55 с.

Механизм функционирования инвестиционного рынка: сущность, основные принципы, особенности

к.э.н. доц. Терешкина О.С.

Университет машиностроения
8 (495) 683-99-55, olyteresh@mail.ru

Аннотация. В статье раскрывается понятие и основные положения механизма функционирования инвестиционного рынка как действенного двигателя всего инвестиционного процесса.

Ключевые слова: инвестиционный рынок, раскрытие информации, объекты реального и финансового инвестирования, эффективная дивидендная политика, финансовая отчетность.

Исследование природы инвестиционных механизмов, несомненно, актуально в современной экономике, имеет теоретическую ценность и практическую значимость. Инвестиционные механизмы – это механизмы инвестирования и управления финансовыми ресурсами в целях эффективного воспроизводства основных фондов экономики страны или региона.

Функционирование инвестиционного рынка подчинено действию определенного инвестиционного механизма. Под *механизмом функционирования инвестиционного рынка* понимается совокупность организационных структур субъектов инвестиционного рынка, форм и методов их взаимодействия, при помощи которых обеспечивается достижение основной це-