

Федеральное государственное автономное
образовательное учреждение
высшего образования
«СИБИРСКИЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

Торгово-экономический институт
Кафедра бухгалтерского учета, анализа и аудита

УТВЕРЖДАЮ

Заведующий кафедрой

подпись инициалы, фамилия

«___» _____ 20__г.

МАГИСТЕРСКАЯ ДИССЕРТАЦИЯ

**Комплексный анализ эффективности деятельности предприятий
автобизнеса**

Направление 38.04.01 Экономика

Магистерская программа 38.04.01.11 «Бизнес-аналитик»

Научный руководитель	_____	д.э.н., профессор	Петрова А.Т.
Выпускник	_____	студент	Кожевников М.Ю.
Рецензент	_____	гл.бухгалтер ООО «Тарко»	Белюсова О.В.
Нормоконтролер	_____	д.э.н., профессор	Петрова А.Т.

Красноярск 2018

СОДЕРЖАНИЕ

Введение.....	3
1 Общий анализ рынка продажи легковых автомобилей	7
1.1 Мировые тенденции.....	7
1.2 Российские тенденции	15
1.3 Анализ рынка продаж в Красноярском крае	25
2 Методическое обеспечение комплексного анализа результатов деятельности коммерческой организации.....	32
2.1 Теоретические основы комплексного экономического анализа и обзор существующих методик	32
2.2 Оценка результатов деятельности ООО «КИА-центр Красноярск».	38
2.3 Разработка методики оценки деятельности организации с учётом показателей, связанных с удовлетворенностью клиента	54
3 Апробация методики оценки деятельности предприятий автобизнеса	60
3.1 Подходы к организации сбора информации и формированию оценки удовлетворенности клиентов дилерских центров	60
3.2 Анализ динамики показателей эффективности деятельности «ООО КИА- центр Красноярск» с учетом показателей оценки удовлетворенности клиентов.64	
3.3 Рекомендации по улучшению работы с клиентами.	69
Заключение	76
Список использованных источников	79
Приложения А–Е.....	85-94

ВВЕДЕНИЕ

В современных экономических реалиях, в условиях перехода России к рыночной экономике, для которой характерна динамичность ситуаций как внешней, так и внутренней среды деятельности предприятия, резко повысилась самостоятельность предприятий, их экономическая и правовая ответственность. Как следствие, резко усилилось значение финансовой устойчивости организации, ее инвестиционной привлекательности, платежеспособности, рентабельности деятельности и эффективности использования имеющихся ресурсов. В связи с этим возросла роль анализа хозяйственно-финансового состояния коммерческих организаций.

Экономический анализ является важнейшей частью любой функции управления, к которым можно отнести прогнозирование, бизнес-планирование, координирование, учет и контроль, оценку условий хозяйствования и т.д. Кроме того, экономический анализ сам рассматривается в качестве управленческой деятельности, которая предшествует принятию управленческих решений для поддержания рентабельности бизнеса. Результаты такого анализа, прежде всего, используются внутри организации, но могут быть интересны кредиторам, потенциальным инвесторам, а также необходимы налоговым органам.

Эффективность деятельности каждого предприятия сферы автобизнеса зависит от различных факторов, таких, как стоимость рубля, покупательская способность населения, темпы розничных продаж, а также от процессов, происходящих на мировом автомобильном рынке, рационального хозяйствования, системы управления конкретным дилерским предприятием и т.д.

Нерациональное хозяйствование и недостаточно оперативное реагирование на изменения ситуации на автомобильном рынке России, а также определенные макроэкономические условия привели к стремительному сокращению дилерских центров в последние годы.

Оценка эффективности деятельности любого коммерческого предприятия базируется на комплексном анализе. В условиях быстро меняющейся экономической реальности он должен оперативно выявлять проблемы финансово-хозяйственной деятельности, скрытые резервы предприятия и в дальнейшем быть объективной основой предлагаемых мероприятий, направленных как на повышение прибыли, так и на улучшение всех экономических показателей предприятия. В настоящее время комплексный анализ ориентируется, в основном, на промышленные предприятия, сферу продаж и обслуживания.

В процессе исследования были изучены научные труды ученых В. В. Бурцева, С. И. Крылова, В.Н. Харлановой, А.А. Панько, А. Б. Сенютиной, Г. В. Савинова, С. Г. Светунькова, Реброва А. С., Тебекина А. В.

В работах современных ученых недостаточно полно освещена тема комплексного экономического анализа. В частности, не учитываются особенности и специфика деятельности предприятий автобизнеса.

Актуальность темы исследования заключается в том, что дилерские центры сочетают в себе такие сферы экономической деятельности, как продажа и последующее обслуживание клиентов. Стандартная система показателей комплексного экономического анализа не способна оценить все специфические стороны хозяйственных процессов дилерского предприятия, в которых особое место занимает обслуживание и работа с клиентами организации. В связи с этим возникает необходимость разработки новых методов комплексного анализа, позволяющих корректно и наиболее полно оценить эффективность деятельности таких коммерческих организаций.

Цель исследования – разработать методику комплексного анализа эффективности деятельности дилерских предприятий. Для достижения поставленной цели необходимо выполнить следующие задачи:

- исследовать особенности рынка организаций автобизнеса;
- проанализировать существующие методы и приемы комплексного анализа эффективности деятельности;

- разработать механизм комплексного анализа эффективности деятельности для предприятий автобизнеса;

- оценить эффективность разработанного механизма на базе ООО «КИА-центр Красноярск».

Предмет исследования – комплексный анализ эффективности деятельности коммерческой организации.

Объект исследования – ООО «КИА-центр Красноярск».

Научные результаты работы:

- уточнен состав показателей, входящих в комплексный показатель эффективности хозяйственной деятельности дилерского предприятия;

- предложен комплексный показатель оценки потребительских предпочтений;

- разработан комплексный показатель эффективности хозяйственной деятельности дилерского предприятия, включающий комплексный показатель эффективности хозяйствования и комплексный показатель оценки потребительских предпочтений.

Практическая значимость работы заключается в совершенствовании комплексного анализа эффективности деятельности применительно к предприятиям автобизнеса, а также в возможности использования усовершенствованной методики в ходе комплексного анализа коммерческих организаций, деятельность которых представляет собой специфическую взаимосвязь продажи товаров и послепродажного обслуживания клиентов.

Магистерская диссертация выполнена с применением общенаучных и современных для экономики методов исследования, среди которых сравнения (вертикальное и горизонтальное), факторный анализ, рассмотрение показателей в динамике, а также абсолютных и относительных показателей финансовой устойчивости, ликвидности и платежеспособности.

По теме исследования были написаны две научные работы: «Проблемы развития автомобильного рынка в России: причины спада и перспективы выхода из кризиса», опубликованная в сборнике статей Международной

научно - практической конференции «Инновационные механизмы решения проблем научного развития» (3 марта 2018 года, г. Стерлитамак) и «Проблемы комплексного анализа эффективности деятельности предприятий автобизнеса» на международной студенческой конференции «Перспектив Свободный-2018» (23 апреля 2018 года, г. Красноярск).

Логикой исследования обусловлена структура выпускной квалификационной работы, состоящая из введения, трех глав, заключения и списка использованных источников и приложений. В работе 18 таблиц, 12 рисунков. Список использованных источников включает 48 наименований. Общий объем работы составляет 94 страницы.

1 Общий анализ рынка продажи легковых автомобилей

1.1 Мировые тенденции

На современном этапе состояние рынка легковых автомобилей является одним из самых ярких индикаторов уровня экономического развития государства, инновационного потенциала экономики, а также состояния его потребительского сегмента. В настоящий момент автомобильный рынок является одной из наиболее важных отраслей в экономике, как развитых, так и развивающихся стран.

Значение автомобильной промышленности и перспективы ее развития определяются ролью автотранспорта в национальной экономике и во всем мире в целом. Автомобильная промышленность, являясь, с одной стороны, крупным потребителем материальных, трудовых и финансовых ресурсов, а с другой – одним из основных производителей промышленной продукции, играет важную роль в развитии общественного производства и экономики страны. Прибыль поставщиков и автопроизводителей (которых также называют производителями оригинального комплектного оборудования, или OEM-производителями) выросла до максимальных значений за последние семь лет.

Современный мировой автомобильный рынок существует в условиях избыточного предложения, колеблющегося спроса и острейшей конкуренции. В настоящее время большинство компаний принадлежат или находятся в альянсах с автомобилестроительными транснациональными корпорациями других стран. В мировой автомобильной отрасли в настоящее время происходят структурные изменения, которые отражаются на многих аспектах ее функционирования. Внедрение новейших технологий, разработки в сфере автономных автомобилей, массовый переход компаний к производству электромобилей и распространение новых форм мобильности, таких как каршеринг и райдшеринг, – это всего лишь

несколько примеров перспективных направлений, развитием которых занимаются сегодня игроки отрасли.

Для определения мировых тенденций развития рынка легковых автомобилей в первую очередь необходимо проанализировать мировой объем спроса легковых автомобилей. Динамика продаж в других странах позволит лучше представить место нашей страны в глобальном масштабе.

Согласно данным Международной организации производителей автомобилей (Organisation Internationale des Constructeurs d'Automobiles, OICA), начиная с 2011 года, мировой рынок легковых автомобилей встал на устойчивую траекторию, на которой он и находится вплоть до настоящего времени. Динамика мирового рынка продаж легковых автомобилей представлена в таблице 1.

Таблица 1 - Динамика мирового рынка продаж легковых автомобилей за 2011-2017 гг. [39]

Показатели	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	Отклонение 2017/2011	Тр 2017/2011, %
Объем продаж легковых автомобилей на мировом рынке, млн. шт.	64,8	68,5	71,7	74,9	76,6	80,5	94,12	29,32	145,3

Как видно выше, наблюдалось повышение объема продаж легковых автомобилей в 2017 году на 29,32 млн. шт. (45,3%) по сравнению с 2011 годом. Мировой объем продаж достиг в 2017 году рекордного уровня – 94,12 миллионов автомобилей. В соответствии с оценками Международной организации производителей автомобилей OICA, в 2016 году в мире было реализовано около 80,5 млн. единиц легковых автомобилей. По сравнению с 2015 годом прирост составил почти 5%. Если же сравнивать с относительно кризисным для мирового авторынка 2014 годом, когда произошло замедление темпов роста, то продажи в 2017 году выросли практически на

12% в натуральном выражении. Наглядно динамика мирового рынка новых легковых автомобилей за 2011-2017 гг. представлена на рисунке 1.

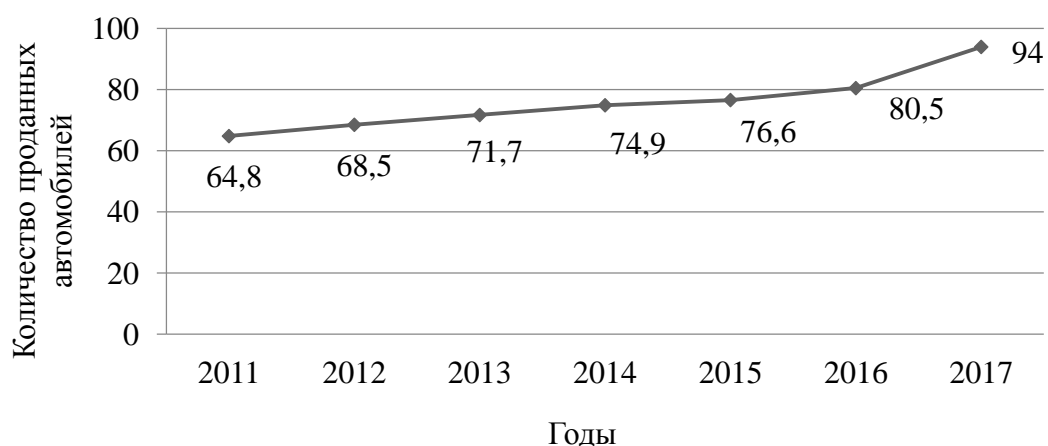


Рисунок 1 – Динамика продаж легковых автомобилей на мировом рынке за 2011-2017 гг., млн. шт. [39]

Развитие автомобильной индустрии различных регионов мира за последние несколько лет определяет существование нескольких рынков, в которых сосредоточен основной объем спроса. Результаты динамики продаж автомобилей в мире за выборочный период представлены в таблице 2.

Таблица 2 - Динамика мирового рынка продаж новых легковых автомобилей за 2015-2017 гг. [39]

Показатели	2015	2016	2017	Отклонение 2017/2016 (+;-)	Тр 2017/2016, %	Отклонение 2016/2015 (+;-)	Тр 2016/2015, %
Китай	24,9	24,38	24,7	0,32	101,31	-0,52	97,91
США	17,47	17,559	17,248	-0,31	98,23	0,09	100,51
Япония	5,03	4,15	4,386	0,24	105,69	-0,88	82,50
Германия	3,26	3,352	3,441	0,09	102,66	0,09	102,82
Индия	2,78	2,97	3,229	0,26	108,72	0,19	106,83
Великобритания	2,63	2,692	2,541	-0,15	94,39	0,06	102,36
Бразилия	2,47	1,99	2,176	0,19	109,35	-0,48	80,57
Франция	1,91	2,015	2,111	0,10	104,76	0,11	105,50
Канада	1,9	1,95	2,041	0,09	104,67	0,05	102,63
Италия	1,58	1,826	1,979	0,15	108,38	0,25	115,57

Окончание таблицы 2

Показатели	2015	2016	2017	Отклоне- ние 2017/2016 (+;-)	Тр 2017/2016 , %	Отклон е-ние 2016/20 15 (+;-)	Тр 2016/2015 , %
Южная Корея	1,84	1,81	1,793	-0,02	99,06	-0,03	98,37

По данным таблицы 2, наблюдается повышение объема продаж легковых автомобилей в 2017 году в некоторых странах по сравнению с 2016 годом.

Китай на сегодняшний день находится в первых рядах по спросу легковых автомобилей. При этом китайский рынок – не просто самый большой, но и наиболее быстро растущий рынок в мире. В 2017 году в Китае реализовано почти 24,7 млн. новых легковых автомобилей, что на 1,31% превышает результат аналогичного периода прошлого года, в 2016 году реализовано почти 24,38 млн. новых легковых автомобилей, но на 3% ниже показателя 2015 года. Американский рынок находится на втором месте, но в 2017 наблюдается небольшой спад на 0,31 млн. шт. (2%) по сравнению с 2016 годом. На третьем месте Япония, продажи в которой составили 4,4 млн. шт., что на 6% превышает результат аналогичного периода прошлого года. Четвертую позицию занимает лидер европейского рынка Германия, продажи которой составили 3,44 млн. шт., что на 2,65% превышает результат аналогичного периода прошлого года. Пятерку лидеров замыкает Индия, продажи в которой составили 3,229 млн. шт., что на 8,72% превышает результат аналогичного периода прошлого года.

В ТОП-10 также вошли: Великобритания (2,2 млн. шт.; -6%), Бразилия (2,176 млн. шт.; +9%), Канада (2,041 млн. шт.; +4%), Франция (2,111 млн. шт.; +4%), Италия (1,7 млн. шт.; +9%), Южная Корея (1,979 млн. шт.; -1%).

Ниже представлена структура спроса на мировом рынке продаж новых легковых автомобилей в 2017 году (рисунок 2).

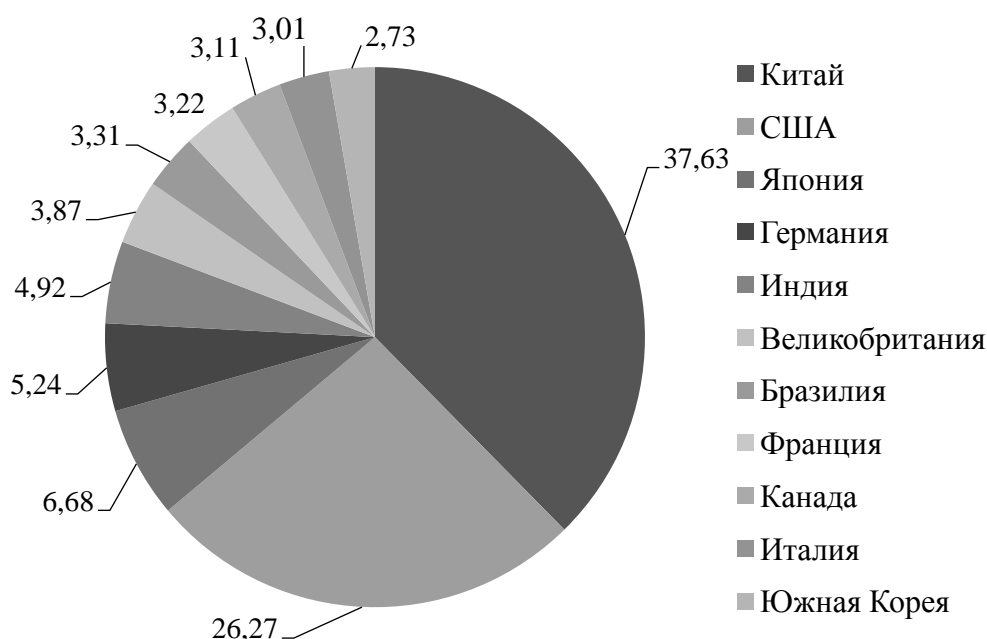


Рисунок 2 – Удельный вес стран на рынке продаж легковых автомобилей в 2017 гг., % [39]

Таким образом, почти две трети мирового авторынка делят США и Китай. При этом доля Китая на глобальном рынке легковых автомобилей составила более 37%, по сравнению с 2016 годом объем продаж в этой стране вырос на 15%. По мнению экспертов, впечатляющая динамика 2017 года объясняется официально объявленными на тот момент планами Правительства Китая увеличить с января 2017 года налоги на автомобили с малым объемом двигателя.

За исключением США и Великобритании, все страны в той или иной степени показали рост продаж за последние 5 лет. В то же время входящие в него наиболее крупные рынки отдельных стран (Германия, Франция, Великобритания) показали темпы роста ниже, чем в целом по рынку ЕС. Отчасти это можно объяснить тем, что рынки перечисленных стран уже давно близки к насыщению. Так, в среднем в странах ЕС уровень автомобилизации составляет около 500 легковых автомобилей на 1000 жителей страны. Для сравнения, в том же Китае уровень автомобилизации – менее 100 легковых автомобилей на 1000 жителей. Соответственно,

потенциал роста китайского рынка несравненно выше. Второй по значимости рынок – США в 2017 году показал снижение объемов продаж. В 2017 году на этом рынке было реализовано 17,248 млн. легковых автомобилей. Это на 2 % меньше, чем в предыдущий год. [39]

Крупнейшими производителями легковых автомобилей в мире стали Китай, Германия, США, Индия и Южная Корея. Также в совокупности на перечисленные страны пришлось около 70% суммарного объема производства грузовых автомобилей во всем мире, помимо перечисленных легковых. Значительным объемом производства отличаются также Испания, Франция, Великобритания, Бразилия, Чехия. Это важно в том отношении, что если сопоставить объем производства с емкостью внутреннего рынка по всем упомянутым выше странам, то можно увидеть, что количество автомобилей значительно превосходит внутренний рынок в таких странах, как Япония, Южная Корея и Германия. Существенный перекоп баланса в сторону производства по отношению к внутреннему рынку также имеется в Испании, Чехии и Мексике. Но у крупнейшей в мире стране-производителе легковых автомобилей – Китае объем производства практически равен емкости местного рынка. Так или иначе, во всех странах часть внутреннего спроса на автомобили покрывается за счет импортируемой техники. Поэтому разница между объемом продаж и объемом производства в каждой отдельной стране не тождественна объему экспорта.

Далее рассмотрим самые продаваемые марки новых легковых автомобилей в мире в 2016-2017 гг., (таблица 3).

Таблица 3 - Динамика продаваемых марок новых легковых автомобилей в мире за 2016-2017 гг., млн. шт. [30]

Показатели	2016	2017	Отклонение	Гр, %
Toyota	8,477	8,713	0,24	102,8
Volkswagen	6,535	6,815	0,28	104,3
Ford	6,235	6,147	-0,09	98,6
Honda	4,769	5,149	0,38	107,9
Nissan	4,928	5,116	0,19	103,8
Hyundai	4,836	4,407	-0,43	91,1

Окончание таблицы 3

Показатели	2016	2017	Отклонение	Гр, %
Chevrolet	4,141	4,118	-0,02	99,4
Kia	3,075	2,798	-0,28	90,9
Renault	2,427	2,644	0,22	108,9
Mercedes	2,318	2,545	0,23	109,8

Статистические данные свидетельствуют о том, что самыми популярными марками на протяжении анализируемого периода являются: Toyota – 8,7 млн. авто (+2,4%), Volkswagen – 6,8 млн. (+4,3%) и Ford – 6,1 млн. (-1,5%). Лидеры моделей: Toyota Corolla – 1,2 млн. авто (-6,6%), Ford F-Series – 1,0 млн. (+8,7%) и Volkswagen Golf – 0,9 млн. (-3,6%).

Переходя к структуре рынка в разрезе брендов-производителей, можно констатировать, что, как и ранее, в 2017 году самыми большими объемами продаж в мире отличились автоконцерны Volkswagen и Toyota. Так, в 2017 году Volkswagen реализовал 6,815 млн. шт. легковых автомобилей, увеличив свой результат на 4,28%, по сравнению с 2016 годом. Доля лидера на рынке составила по итогам года 17,98%. Впечатляющих результатов достигла и Toyota – японская компания смогла продать около 8,713 млн. единиц автомобилей, при этом прирост продаж компании составил всего 2,78%. Toyota заняла долю в 17,9% от суммарного объема продаж легковых автомобилей в мире. На пятом месте в рейтинге продаж оказался Nissan, чьи продажи в 2017 году достигли уровня немногим более 5,116 млн. шт. легковых автомобилей, увеличившись за год на 3,81%. Корейский производитель KIA, продажи которого по итогам 2017 года составили почти 2,798 млн. единиц. По отношению к предыдущему году корейский концерн показать спад в 0,1%. Важно отметить, что тройка лидеров Toyota, Volkswagen и Ford сохраняет свои позиции с 2015 года. При этом относящаяся к компактному классу Toyota Corolla по показателю реализованных автомобилей значительно превосходит своих ближайших конкурентов.

Самой впечатляющей динамикой продаж среди ТОП-15 легковых автомобилей отличился Hyundai Tucson, чьи объемы реализации выросли по итогам 2017 года более чем в 2 раза. Продажи Tucson росли по всему миру. В особенности это было заметно в Китае, на рынке Западной Европы и в Австралии, где по итогам года рост продаж рассматриваемой модели был практически трехкратным. Одной из основных причин подобной динамики эксперты называют то, что одновременно с наращиванием производства и стимулированием сбыта Tucson, производитель вывел с рынка нескольких других моделей Hyundai. [29]

Нельзя не брать во внимание успехи электромобилей на мировом рынке. Так, например, отличилась американская компания Tesla, обошедшая на автомобильном рынке Европы такие именитые марки, как Mercedes-Benz, BMW и Audi в сегменте люкс-автомобилей. Автомобиль серии Model S уже не первый год оказывается популярнее немецких брендов в США, однако Tesla впервые составила им жесткую конкуренцию на их родине и оказала давление на европейских производителей. Аналитик в области глобального авторынка, Фелипе Муньоса из «JATO Dynamics» считает, что европейским автопроизводителям стоит ускориться в электрификации модельного ряда, поскольку у покупателей может создаться мнение, что они отстают в этой гонке. Так, в 2017 году продажи электромобилей Model S в Европе в сравнении с предыдущим годом выросли на целых 30% до 16 132 машин, в то время как продажи Mercedes S-класса показали неутешительную динамику в 3% до 13 359 штук, а продажи BMW седьмой серии - упали на 13% до 11 735 автомобилей. Несмотря на то, что Tesla еще в 2015 являлась сильным конкурентом традиционных европейских автомобилей, тогда она не могла похвастаться тем же охватом рынка, как за последний год. В 2015 году большая часть продаж Model S пришлась на богатую нефтью социалистическую Норвегию, где многие традиционные автомобили стоят очень дорого за счёт внушительного налогообложения, а покупателям электромобилей сулят огромные налоговые льготы, бесплатную парковку и

неограниченный доступ в города. За 2015 год в этой стране было реализовано более 4000 седанов Model S. Но в Германии тогда складывалась обратная ситуация. Продажи электромобилей Маска были невелики – всего 1582 штук, при том, что автомобилей Mercedes S-класса было продано 7320. Причиной такого перекоса в пользу автомобилей с двигателями внутреннего сгорания явилось отсутствие государственного стимулирования продаж электромобилей в Германии. Недавно к программе субсидирования продаж электромобилей присоединилась и Дания, в которой владельца электромобиля полностью освобождают от транспортного налога. Также давно покупку электромобиля дотирует Китай – речь идет о 35% скидки или доплаты при покупке, что вызвано заинтересованностью властей Китая в улучшении экологической обстановке в стране.

Автомобильные бренды, привыкшие доминировать на рынке автомобилей класса люкс, готовят свои варианты электромобилей. В ближайшее время прототип представит компания Jaguar, также свои концепты имеются у Volkswagen и Audi. [48]

Анализ мирового рынка продаж легковых автомобилей позволяет сформулировать общий для глобального рынка вывод о том, что наиболее крупные рынки самых экономически и индустриально развитых стран давно насыщены и показывают незначительный рост, в то время как особенно заметен китайский авторынок, совершающий рывок вверх, который обусловлен бурным развитием его экономики и низким исходным уровнем автомобилизации. В целом же, если сопоставлять российский рынок легковых автомобилей с глобальными рынками общемировыми тенденциями, то можно признать, что демонстрируемые им показатели выглядят слабыми. Для реализации роста продаж в рассмотренных периодах российскому рынку существенную помощь оказали лишь кредиты и господдержка.

1.2 Российские тенденции

Автомобильная отрасль стремительно развивается, оставаясь одним из стержневых секторов российской экономики. Российский автомобильный рынок в настоящий момент находится на этапе серьезных структурных изменений. Сегодня автомобильным компаниям приходится вести бизнес, адаптируясь к нестабильной экономической ситуации и новым правилам регулирования, значительно сокращая расходы и привлекая новых партнеров.

Как известно, после 2010 года в России начался бурный рост продаж легковых автомобилей, который продолжался до середины 2014 года. Это было обусловлено посткризисным восстановлением рынка в целом, ростом доходов населения, оживлением рынка автокредитования в частности и запуском государственной программы утилизации подержанных автомобилей.

Вплоть до 2014 года автомобильный рынок страны постоянно рос, имея небольшие отрицательные колебания темпов роста в 2013 и начале 2014 годов, возникшие в связи с перенасыщением рынка, удорожанием топлива и увеличением прочих расходов на содержание автомобиля. В 2012-2013 годах продажи новых автомобилей в России составляли почти 3 миллиона штук в год. Участники рынка рассчитывали на рост до 3,5 миллиона, но в 2014 году показатели резко упали.

В связи с политическим кризисом 2014 года, введением санкций, резким падением цен на нефть и влиянием иных макроэкономических факторов произошло существенное сокращение доходов населения, а дилерские сети оказались в сложнейших условиях за последние несколько лет. Падение спроса на легковые автомобили в 2015-2016 годах произошло с довольно высокого уровня потребления, достигнутого в основном за счет нефтяной ренты, а не роста реального сектора экономики. Теперь покупка нового и теперь уже более дорогостоящего легкового транспорта стала

многим не по карману. Некоторые дилеры не справились с новыми реалиями и были вынуждены уйти с российского рынка в связи с низкой, а зачастую вообще нулевой рентабельностью. Ниже представлен анализ динамики продаж легковых автомобилей в России за 2011-2017 годы (таблица 4 и рисунок 3).

Таблица 4 – Динамика объема продаж легковых автомобилей в Российской Федерации за 2011-2017 гг. [30]

Годы	Объем продаж легковых автомобилей, тыс. шт.	Отклонение, тыс. шт.		Тр, %		Т пр, %		% , тыс. шт.	
		БМ	ЦМ	БМ	ЦМ	БМ	ЦМ	БМ	ЦМ
2011	2653,4	х	х	100,0	100,0			х	х
2012	2938,8	285,4	285,4	110,8	110,8	10,8	10,8	26,5	26,5
2013	2750,0	96,6	-188,8	103,6	93,6	3,6	-6,4	26,5	29,4
2014	2491,4	-162,0	-258,6	93,9	90,6	-6,1	-9,4	26,5	27,5
2015	1601,5	-1052,0	-890,0	60,4	64,3	-39,6	-35,7	26,5	24,9
2016	1425,8	-1227,6	-175,7	53,7	89,0	-46,3	-11,0	26,5	16,0
2017	1475,7	-1177,7	49,9	55,6	103,5	-44,4	3,5	26,5	14,3
В среднем в год	2190,9	-294,4		86,4		-13,6		21,6	

Примечание. Расшифровка условных обозначений: БМ – базисный метод расчета (в сравнении с первым годом); ЦМ – цепной метод расчета (в сравнении с предшествующим годом); |%| - абсолютное наполнение 1% динамики.

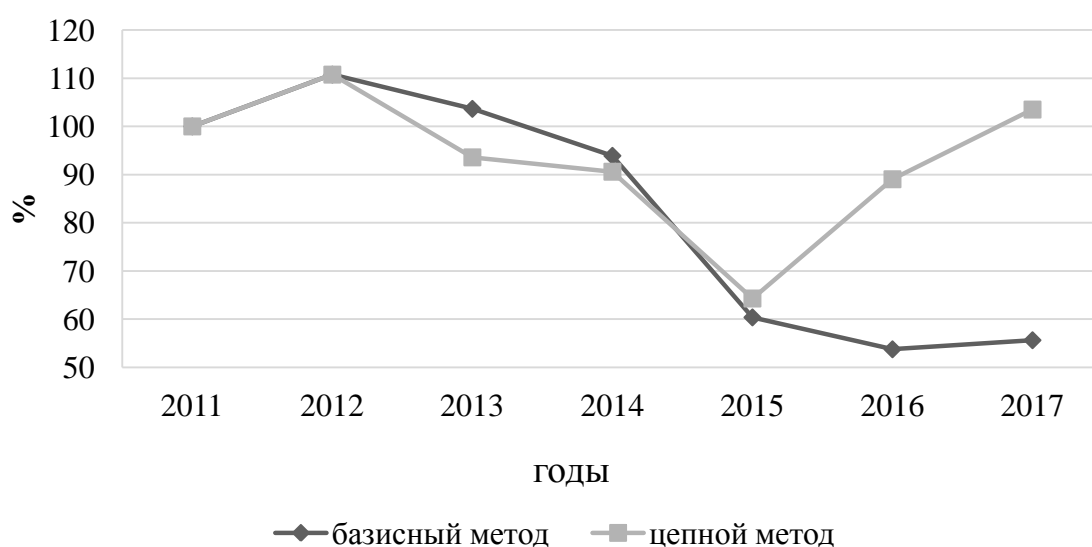


Рисунок 3 – Динамика продаж легковых автомобилей в Российской Федерации за 2011-2017 гг.

Анализируя данные рисунка 3, следует отметить значительное сокращение объема продаж легковых автомобилей (в период с 2014 по 2015 гг. продажи упали почти на 40%), которое прекратилось лишь 2016 года. В период благоприятных экономических условий население России могло позволить себе менять автомобиль каждые 2-3 года, но, в основном по причине падения реальных доходов, сегодня граждане не имеют финансовой возможности реализовать такую потребительскую концепцию. Данный факт наглядно демонстрируют аналитические данные об изменении средневзвешенной цены легкового автомобиля в период 2011-2017 годов (таблица 5 и рисунок 4).

Таблица 5 – Средневзвешенная цена нового легкового автомобиля в России за 2011-2017 гг. [30]

Год	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017
Цена, тыс. руб.	753,79	849,77	906,20	1000,87	1170,94	1370,00	1330,00

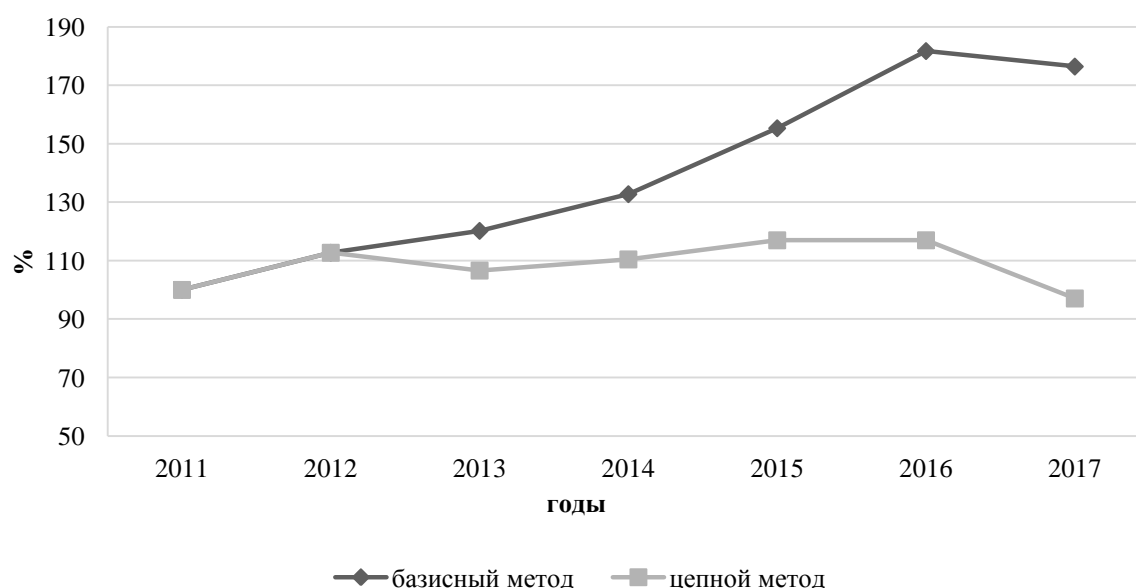


Рисунок 4 – Динамика средневзвешенной цены нового легкового автомобиля в Российской Федерации за 2011-2017 гг.

Сопоставив данные двух графиков, можно сделать однозначный вывод о внешних причинах закрытия дилеров и автосалонов: они связаны, главным образом, с сокращением продаж вследствие падения доходов населения и роста цен на автомобили из-за девальвации рубля. К внутренним причинам спада продаж можно отнести недостаточно оперативное реагирование участников авторыннка на резкое изменение конъюнктуры как непосредственно автомобильного рынка, так и макроэкономических условий в стране в целом. В совокупности эти обстоятельства вынудили многих дилеров закрывать сотни своих автосалонов по всей стране, а также сокращать модельный ряд автомобилей. Эту тенденцию можно отчетливо проследить, опираясь на статистические данные о количестве дилерских центров в стране в разные периоды (таблица 6).

Таблица 6 – Общее количество дилерских центров в России за 2011-2017 гг.
[29]

Годы	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017
Количество дилерских центров, шт.	3792	4051	4364	4497	4463	4047	3410

Кризис ударил не только по рынку новых автомобилей. Негативное влияние последствий кризиса ощутили также салоны, реализующие подержанные автомобили. В стране сложилась ситуация, при которой население покупает либо машины российского производства, либо недорогие корейские марки. Также в кризис традиционного хорошо себя чувствуют производители автомобилей премиум-класса — за счет богатых слоев населения, чувствующих кризис не так сильно, как менее экономически защищенные граждане. Играя на естественной потребности любого разумного потребителя в экономии средств, росло количество мошеннических автоцентров, которые, завлекая клиентов нереально низкими ценами, завышали ее при продаже путем обмана. При этом не все производители смогли справиться с необходимостью повышать цены

на фоне сокращения доходов клиентов. Немногие дилеры были готовы идти на потери. Некоторые применяли демпинговую стратегию, пытаясь задавить конкурентов и таким образом, занять освободившуюся долю рынка.

Дилеры, которые удержались на рынке в этот период, кроме основной деятельности стали внедрять новые бизнес-схемы, приносящие дополнительные доходы. Так, раньше, продавая новый автомобиль, дилерский центр выкупал у клиента автомобиль той же марки, но для более эффективного привлечения клиентов эту услугу расширили таким образом, что теперь дилеры готовы выкупать любой автомобиль с целью последующей реализации.

Автопроизводители при открытии центров ориентировались на продажу 3,5 млн автомобилей. Между тем, цены на новые автомобили в России с сентября 2014 года по июнь 2017-го выросли в среднем на 45%. В результате, если в 2014 году в стране было продано 2,49 миллиона машин, то в 2016-м на 43% меньше — 1,43 миллиона. В январе-сентябре 2017 года население купило 1,13 миллиона автомобилей, что лишь немного превышает показатель аналогичного периода прошлого года (1,02 миллиона) [1]. Как следствие, на сегодняшнем рынке сложилась ситуация, при которой положительная динамика продаж характерна либо для автомобилей премиум-сегмента, либо для доступных корейских иномарок. Причем автомобили премиум-класса хотя и продаются меньше остальных (на их долю приходится всего 9% рынка), в денежном выражении перекрывают остальную часть рынка за счет своей стоимости. Корейские бренды, такие как Hyundai и KIA, благодаря стратегии расширения на российском рынке за счет создания местного производства и поддержания оптимального соотношения цены и качества, рестайлинга определенных моделей, а также вывода на рынок автомобилей премиального сегмента, сохранили объем продаж около прежнего уровня. В марте 2015 г. южнокорейским автопроизводителем SsangYong Motor был приостановлен экспорт автомобилей на российский рынок до стабилизации рубля и временно

прекращена сборка автомобилей в России. В сентябре 2015 г. российским представительством компании Honda было объявлено о прекращении поставок новых автомобилей, в частности автомобилей премиального суббренда Асига, а также мотоциклов и силовой техники вплоть до конца 2015 года

В апреле-августе 2015 года благодаря различным мерам государственной поддержки, таким как программы льготного автокредитования и лизинга, снижению ключевой ставки и стабилизации курса национальной валюты произошло замедление темпов падения автомобильного рынка. Однако с началом осени, в связи с еще большим ослаблением курса рубля, динамика продаж снова приобрела отрицательный характер. Тем не менее, именно государство оказало наиболее важную поддержку авторынку, без различных мер государственной поддержки рынок практически не имел шансов выйти на положительную динамику в 2016-2017 годах.

В 2017 году продажи легковых автомобилей и LCV в России, по данным АЕБ, составили 1 млн 595 737 единиц – на 11,9% больше, чем в 2016 году. По итогам декабря 2017 года тоже наблюдается положительная динамика (+14,4% до 166 603 автомобилей). По состоянию на декабрь 2017 года две трети российского рынка так же, как и в 2015 году, возглавляют три производителя. AVTOVAZ-Renault-Nissan, реализовавшая за 2017 год 553 752 автомобиля, что соответствует доле рынка 34,7%. На втором месте расположилась KIA-Hyundai с 340 836 проданными экземплярами и рыночной долей 21,4%. Замыкает тройку лидеров Volkswagen Group с объемом 175 639 автомобилей и долей 11%. [30]

Среди производителей иномарок больше всего дилеров имеют корейские Kia (180 центров) и Hyundai (176 центров). [31] При этом в прошлом году их дилерские сети увеличились на 6 и 13 центров соответственно. Важно отметить, что стратегия компании направлена на повышение эффективности работы дилерской сети, которая при этом

должна сохранять эффективное географическое покрытие, достигнутое в предыдущие годы, что очень важно, учитывая большие расстояния между городами и населенными пунктами в России.

Кризисные обстоятельства заставили пересмотреть стратегии управления и развития всех без исключения участников потребительского рынка. Дилерские сети предпринимают ряд мер, направленных на удержание своих позиций на рынке и повышение уровня продаж исходя из одного из сценариев развития российского авторынка.

На сегодняшний день можно рассматривать три стратегических сценария автомобильного рынка России: базовый и оптимистический. Базовый предполагает достижение в 2022 году уровня объема продаж 2012 года. Согласно оптимистическому сценарию объем продаж к 2022 году превысит уровень 2012 года на 200 тыс. автомобилей. Пессимистический в данном случае не рассматривается, поскольку он предполагал лишь краткосрочный прогноз до 2016 года.

Оправдались и прогнозы аналитиков РБК, согласно которым восстановление автомобильного рынка продолжится и в 2018 году. По данным Оптимистичный прогноз предполагает 15% за год. По мнению экспертов, факторами роста должны стать восстановление покупательной способности и наличие не до конца реализованного отложенного спроса, продление срока государственной поддержки. Среди возможных рисков – индексация утилизационного сбора и повышение акцизов на импорт автомобилей большой мощности, что увеличит их стоимость, однако резкого роста цен не должно быть. Рост средневзвешенной цены прогнозируется на уровне 5%. [35]

До начала 2018 года на рынке царила неопределенность, и комитет автопроизводителей АЕБ впервые за всю историю наблюдений отказался давать прогноз на следующий год. Председатель комитета Йорг Шрайбер пояснил, что раньше в АЕБ ожидали рост рынка в 2018 г. на 5-10%, но не стал говорить даже об этих цифрах. Несмотря на пессимистичные прогнозы

европейских аналитиков, январь 2018 года ознаменовался увеличением уровня продаж новых легковых автомобилей на 31,3 % или на 24 428 штук по сравнению с январем 2017 года, и составил 102 464 автомобиля по данным Комитета автопроизводителей АЕБ.

Другие эксперты рынка с уверенностью прогнозируют динамику роста рынка новых легковых автомобилей на 10%. Такие данные приводит агентство «Автостат», аналогичную цифру называют представители Hyundai, Mitsubishi и Suzuki. При этом эксперты считают, что спрос может снизиться во второй половине года после выборов президента. В агентстве прогнозируют, что в 2018 г. цены на автомобили поднимутся в среднем на 5-7%. [31]

Наглядно ускорение роста продаж новых автомобилей в начале текущего года, как импортированных, так и автомобилей местной сборки в Российской Федерации показывают данные продаж Комитета автопроизводителей АЕБ (таблица 7 и таблица 8).

Таблица 7 – Продажи новых легковых и легких коммерческих автомобилей в России по маркам в январе 2017-2018 гг., шт. [30]

МАРКА	Январь		
	2017	2018	Т пр, %
Lada	16 334	21 005	29
KIA	10 306	15 310	49
Hyundai	6 694	8 752	31
Renault	5 208	7 880	51
VW	4 581	5 593	22
Nissan	4 230	5 376	27
Toyota	3 831	5 151	34
Skoda	3 571	4 501	26
Ford	2 253	3 132	39
Mercedes-Benz	2 471	2 510	2
Mitsubishi	1 076	2 103	95
BMW	1 758	2 050	17
Chevrolet	1 734	1 773	2
Datsun	1 107	1 263	14
Lexus	1 000	1 196	20
Audi	935	726	-22

Land Rover	401	433	8
Honda	123	308	150
Porsche	151	156	3
Jaguar	134	108	-19
Volvo	72	93	29

Таблица 8 – Продажи новых легковых и легких коммерческих автомобилей в России по группам (брендам) в январе 2017-2018 гг. [30]

Бренд	Январь					
	Доля рынка, %			Продано, шт.		
	2017	2018	Отклонение	2017	2018	Т пр, %
AVTOVAZ-RENAULT-NISSAN	34,9	34,9	0	27 258	35 765	31,2
KIA	13,2	14,9	1,7	10 306	15 310	48,6
VOLKSWAGEN	5,9	5,5	-0,4	4 581	5 593	22,1
AUDI	1,2	0,7	-0,5	935	726	-22,4
SKODA	4,6	4,4	-0,2	3 571	4 501	26
HYUNDAI	8,6	8,5	-0,1	6 694	8 752	30,7
TOYOTA	4,9	5	0,1	3 831	5 151	34,5
FORD	2,9	3,1	0,2	2 253	3 132	39
MERCEDES-BENZ	3,2	2,4	-0,8	2 471	2 510	1,6
BMW	2,3	2	-0,3	1 758	2 050	16,6

Ключевой тенденцией на российском рынке легковых автомобилей наблюдаются продажи премиальных автомобилей. Продажи автомобилей премиальных брендов показывают положительную динамику на уровне – 5,3% в ноябре 2017 г. по сравнению с аналогичным периодом 2016 г. Среди брендов, которые показали рост продаж в сегменте легковых автомобилей, присутствуют Mercedes-Benz, бренд которого реализовал в России 12179 автомобилей, Lexus, Audi, Land Rover и Porsche. При этом прирост продаж наблюдался у BMW, Volvo, Infiniti, Jaguar, Jeep, Cadillac и Mini. [33]

Непременным условием возможного роста российского рынка продажи легковых автомобилей является улучшение общей экономической ситуации в стране. Так или иначе, но в условиях, когда российский рынок продолжает сокращаться, меры государственной поддержки отрасли и стимулирования спроса на рынке легковых автомобилей являются определяющим фактором, как для состояния рынка, так и для отечественного автопрома. На протяжении нескольких последних лет можно наблюдать, что государство постоянно расширяло свою поддержку, ежегодно привлекая на эти цели все большие объемы бюджетных средств, по мере того как на рынке происходило дальнейшее ухудшение ситуации.

Очевидно, что для повышения темпов роста продажи легковых автомобилей в России, восстановления рынка легковых автомобилей и экономики страны в целом важно поддержание спроса на автомобили. Поэтому перспективы авторынка во многом определяются текущим состоянием парка автотранспортных средств, его суммарным объемом и качественным составом.

Несмотря на некоторое оживление авторынка, игроки осторожно подходят к вопросу формирования заказов и управления стоками. Учитывая нестабильность российского авторынка, многие дилеры предпочли снизить количество заказов у автопроизводителей во избежание затоваривания складов. Однако на фоне укрепления рубля и постепенной реализации отложенного спроса возник дефицит наиболее востребованных автомобилей. В перспективе ближайших месяцев следует ожидать роста спроса на автомобили нижнего и среднего ценовых сегментов и, как следствие, роста заказов дилеров для снижения риска недополучения прибыли.

1.3 Анализ рынка продаж в Красноярском крае

Проведенный анализ отдельного региона позволяет определить его позицию на российском рынке. Красноярск – это один из крупнейших

сибирских городов, важный транспортный узел, крупный промышленный и образовательный центр с развитой инфраструктурой, городской экономикой, имеющий значительные возможности для развития человеческого и экономического потенциала. На протяжении последних лет Красноярск, концентрируя в себе человеческие, финансовые и природные ресурсы Красноярского края, удерживает высокие позиции среди городов Сибирского федерального округа.

Обеспеченность автомобилями в Красноярском крае пока значительно ниже, чем в других регионах и составляет 293 автомобилей на 1 тыс. чел., а в рейтинге автомобилизации населения регион находится на седьмом месте. Для сравнения, в Самаре, которая лидирует по количеству легковых автомобилей на тысячу жителей, аналогичный показатель достигает значения в 334 автомобиля, которое превышает даже столичный показатель (307 автомобилей на 1 тыс. чел.). По состоянию на конец прошлого года в регионе было зарегистрировано 1,06 млн. единиц автомобилей, в числе которых 906,6 тысяч легковых машин. [46]

Говоря о продажах, следует отметить, что местный авторынок формируется под влиянием с одной стороны близости к Дальнему Востоку, а с другой — довольно высокого уровня доходов населения. Соответственно, в Красноярске очень распространены иномарки, причем повышенным спросом пользуются внедорожники, а также автомобили, относящиеся к ценовой категории «выше среднего».

По темпам роста реализуемых на первичном рынке автомобилей Красноярский край включили в ТОП-30 наиболее успешных регионов. По суммарным показателям продаж в масштабе страны регион в течение 2017 года находился в ТОП-30, но к концу занял уже 20- место. Согласно исследованию аналитического агентства «Автостат», продажи новых автомобилей в Красноярском крае с начала 2017 года выросли на 16,3%. [30]

Динамика продаж легковых автомобилей несколько различается по регионам России. Наиболее глубокий спад происходит в среднеразвитых

регионах, которые испытывали бум роста и покупок в предкризисные годы, хотя, судя по средним расходам на человека, в этих регионах в основном приобретались бюджетные автомобили. Это подтверждается аналитическими данными, согласно которым в 48 регионах России, включая большинство среднеразвитых, к которым относится и Красноярский край, лидером по продажам является российская модель Lada Granta, постоянно конкурирующая в своем ценовом сегменте с автомобилем Kia Rio. [30]

Автомобильный рынок Красноярска разнообразен предложениями продажи недорогих иномарок и отечественных автомобилей. В начале 2017 года в Красноярске активизировались продажи новых автомобилей по сравнению с прошлыми периодами. Объем продаж легковых автомобилей в Красноярском крае за 2017 год составил 45520 ед., в том числе новых легковых автомобилей 4400 шт., автомобилей с пробегом 41120 ед. [46]

Рассмотрим структуру продажи легковых автомобилей в Красноярском крае за 2017 г. (рисунок 5).



Рисунок 5 – Количество новых легковых автомобилей на рынке Красноярского края в 2017 г., шт.

Таким образом, в прошедшем году автомобили с пробегом заняли 90,3% всего рынка, что соответствует представлениям дилеров о Красноярском крае, как о «депрессивном регионе» - именно это понятие говорит о том, что жители данного региона неохотно покупают новые автомобили. Это может быть связано сразу с несколькими факторами: отсутствием средств на покупку нового автомобиля, удорожанием запчастей на новые автомобили и обслуживания их в целом, состоянием дорожного покрытия, т.к. логика потребителя в данном случае заключается в идее купить по относительно невысокой цене внедорожник с пробегом, который уже себя показал в сибирских реалиях, нежели новый автомобиль.

Динамика продаж легковых автомобилей несколько различается по регионам России. Наиболее глубокий спад происходит в среднеразвитых регионах, которые испытывали бум роста и покупок в предкризисные годы, хотя, судя по средним расходам на человека, в этих регионах в основном приобретались бюджетные автомобили. Это подтверждается данными аналитического агентства «Автостат», согласно которым в 48 регионах России, включая большинство среднеразвитых, лидером по продажам является российская модель Lada Granta.

Продажа легковых автомобилей в Красноярске имеет свои особенности, отличные от общероссийских. Одной из них является абсолютное и недостижимое до настоящего времени лидерство японской Toyota, официальный дилер которой в Красноярске признан лучшим по итогам 2017 по таким показателям, как организация сервисного обслуживания и интернет-маркетинг. Эти автомобили в Красноярске пользуются большой популярностью, а вот в «федеральном» списке эта марка стоит лишь на седьмом месте.

Однако Toyota реализует в Красноярском крае автомобили в основном в среднем и дорогом ценовых сегментах, а потому в продажах именно новых авто лидируют марки, которые предлагают модели нижнего ценового сегмента, стоимостью около 500 тысяч рублей (например, Lada Granta – 360

тыс. руб. или Kia Rio в минимальной комплектации – 562 тыс. руб.). Наиболее востребованные автомобили в Красноярске – Toyota и Ford. Немного отстают от них в продажах Kia, Hyundai, Chevrolet и Renault. [30]

В середине 2017 года средняя цена подержанного авто в Красноярске составляла 474 тысячи руб., что на 17 процентов ниже средней цены по России (571 тысяча руб.). В числе самых продаваемых подержанных автомобилей Toyota, Lada и Honda. Самые распространенные кузова в Красноярске – седаны, они составляют 41% в объеме предложения и 41% спроса. [31]

Также рассмотрим структуру подержанных легковых автомобилей в Красноярске за 2017 г. (рисунок 6).

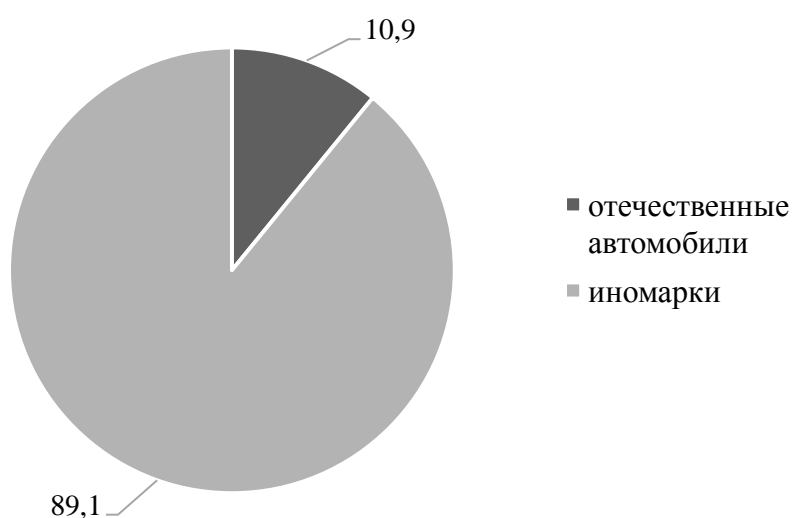


Рисунок 6 – Структура подержанных легковых автомобилей в Красноярске в 2017 гг., %

На автомобили традиционных отечественных марок подержанных легковых автомобилей Красноярска приходится всего 10,9% от общего объема перерегистраций. При этом доля Lada составляет 83% от общего количества перепродаж отечественных авто. Лидером среди моделей этой марки по количеству перерегистраций являются представители семейства

Lada Samara, на долю которых приходится 34,3% от общего объема продаж Lada на красноярском авторынке. Наиболее востребованными Lada Samara являются такие модели, как Lada 2109 и Lada 2114. Lada 2109. На втором месте среди модельных семейств «АвтоВАЗа» на вторичном рынке Красноярска находится так называемая «классика». На ее долю приходится 29,6% перерегистраций Lada. Наиболее распространенными «классическими» моделями являются Lada 2106 и Lada 2107. На третьем месте находится семейство моделей «Lada Bogdan» - на него приходится 16,7% от общего объема реализации подержанных Lada в Красноярске. Наиболее востребованная модель (более половины перерегистраций для модельного семейства) – это Lada 2112. На четвертом месте находится Lada Prigoa, предложение по которой формирует 10,4% сегмента вторичного авторынка Красноярска. Lada 4x4 («Нива») замыкает «пятерку» лидеров с долей в 4,9%. [30]

Как было упомянуто выше, на долю иномарок в Красноярске приходится 89,1% вторичного авторынка, на котором несомненным лидером являются японские авто – они составляют ровно две трети местного рынка подержанных иномарок. Лидером в «японском» сегменте является Toyota, доля которой составляет 43%. В числе наиболее распространенных моделей – Camry, Corolla, Land Cruiser, Avensis, RAV4.

Особо стоит выделить Toyota Avensis, которая на Красноярском авторынке представлена в возрасте не старше 14 лет. На ее долю приходится 17,2% от общего числа перерегистраций автомобилей японских марок в Красноярске. Наиболее распространенными моделями этой марки являются Civic, CR-V и Accord. [30]

На долю Nissan приходится 12% продаж подержанных автомобилей японских марок в Красноярске. Наиболее распространенными моделями являются Nissan Primera, March и X-Trail. Mazda, на долю которой приходится 9,1% от перерегистраций японских авто с пробегом в Красноярске, находится на четвертом месте в своем сегменте. Самые

распространенные модели – это Mazda 6, Mazda 3 и Mazda Demio. Mitsubishi замыкает пятерку лидеров с долей в 6,6% от общего объема реализации японских авто на вторичном авторынке Красноярска. Наиболее распространенные модели – это Lancer, Pajero и Outlander. [29] Красноярские автодилеры отмечают, что машины среднего ценового сегмента за последние годы подорожали на 40-45% и приблизились по стоимости к премиальным брендам.

Между тем, существенным фактором, сдерживающим потенциальный рост автомобильного рынка, остается низкая покупательная способность населения, на которую повлияли экономический спад, рост инфляции, падение курса рубля, снижение цен на нефть и неблагоприятная политическая ситуация, результатом которой является большое количество экономических санкций в отношении нашей страны. Это привело к падению объема продаж легковых автомобилей и уходу зарубежных производителей с российского рынка. В связи с произошедшим на российском рынке и рынке рассматриваемого региона кризисным падением спроса на легковые автомобили, вопрос стимулирования продаж получил повышенное внимание, как со стороны производителей, так и со стороны курирующих отрасль государственных органов. Льготное автокредитование, особенно успешно примененное к рынку новых отечественных автомобилей, дал свои результаты и в прошедшем году рынок показал небольшой рост. Проблема усугубляется еще и тем, что российский рынок насыщен иномарками с достаточно большим пробегом, но при этом приемлемым техническим состоянием, что обуславливает отсутствие серьезной мотивации для покупки нового автомобиля, в особенности у той части населения, доходов которой недостаточно для такого приобретения. В случае благоприятного сочетания таких факторов, как макроэкономическая ситуация, господдержка, умение автомобильных компаний и дилеров оперативно реагировать на изменения рынка, по различным оценкам, восстановление российского автомобильного рынка может занять около 6-7 лет. Особое внимание дилерам стоит уделить

разработке персонализированных стратегий, поскольку в настоящий момент времени российский автобизнес, в особенности работающий с иномарками, оказался в ситуации, когда многие импортеры разрабатывали долгосрочные планы продаж еще до наступления экономического кризиса в стране и теперь дилерские сети для успешного выхода из этих обстоятельств должны делать все возможное для увеличения объема продаж и сохранения своих позиций на рынке.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

В ходе работы исследована специфика хозяйственной деятельности дилерских предприятий, проанализированы существующие методики комплексного анализа эффективности деятельности, усовершенствована и существенно дополнена система показателей комплексного анализа эффективности деятельности, применяемая с учетом особенностей финансово-хозяйственной деятельности дилерских центров, а именно:

- уточнен состав показателей, входящих в комплексный показатель эффективности хозяйственной деятельности дилерского предприятия;
- предложен комплексный показатель оценки потребительских предпочтений;
- разработан комплексный показатель эффективности хозяйственной деятельности дилерского предприятия, включающий комплексный показатель эффективности хозяйствования и комплексный показатель оценки потребительских предпочтений.

Цель работы по разработке методики комплексного анализа эффективности деятельности дилерских предприятий достигнута.

Для достижения поставленной цели были выполнены следующие задачи:

- исследованы особенности рынка организаций автобизнеса;
- проанализированы существующие методы и приемы комплексного анализа эффективности деятельности;
- разработан механизм комплексного анализа эффективности деятельности для предприятий автобизнеса;
- оценена эффективность разработанного механизма на базе ООО «КИА-центр Красноярск».

По результатам комплексного анализа эффективности финансово-хозяйственной деятельности ООО «КИА-центр Красноярск» были сделаны следующие выводы: несмотря на увеличение выручки в отчетном году на

24,11% в сравнении с предыдущим, конечным результатом финансовой деятельности дилерского центра стал чистый убыток в сумме 8454 тыс. руб.

Положительной тенденцией является снижение убыточности конечного результата организации на 13205 тыс. руб. Комплексный показатель эффективности хозяйствования отразил позитивные тенденции деятельности предприятия, что выразилось в его значении 127,57%, свидетельствующем об интенсификации использования ресурсов организации. Скорректированное значение комплексного показателя эффективности хозяйствования (143,82%) показало, что темп роста выручки отдела сервисного обслуживания намного превосходят темп роста выручки отдела продаж автомобилей. Следовательно, наиболее рационально перераспределить ресурсы организации в пользу послепродажного обслуживания клиентов. Значение коэффициента автономии составило -0,13 в 2016 году, а к концу 2016 снизилось до -0,20. Это говорит о крайней финансовой неустойчивости организации, имущество формируется исключительно за счет заемного капитала.

Для нормализации ситуации дилерскому центру следует, во-первых, сократить сумму дебиторской задолженности, что позволит снизить долю заемных средств, привлечение которых приводит к дополнительным расходам, во-вторых, повысить эффективность использования всех имеющихся ресурсов путем проведения мониторинга потребительских предпочтений и разработки новых рекламных стратегий. Особое внимание стоит уделить мониторингу потребительских предпочтений.

Для этого нами предложен и апробирован комплексный показатель потребительских предпочтений, позволяющий наиболее полно оценить клиентский потенциал в качестве резерва роста выручки и разработать маркетинговые стратегии, повышающие вероятность удержания уже существующей клиентской базы и обеспечивающие приток новых клиентов в дилерский центр.

Разработанный на основе скорректированного комплексного показателя эффективности хозяйствования и комплексного показателя потребительских предпочтений, комплексный показатель эффективности хозяйственной деятельности дилерского предприятия продемонстрировал преимущество перед стандартной методикой комплексного анализа. Сведя две стороны одного процесса в единый комплексный показатель, мы получили возможность оценивать деятельность дилерского центра не только с позиции эффективности использования существующих хозяйственных ресурсов, но и с позиции потребительских предпочтений, которые целесообразно рассматривать как резервы роста выручки, что в совокупности позволит более оперативно реагировать на изменение условий рынка, а также получать более точные аналитические данные для принятия успешных управленческих решений.

Также важно позаботиться о сохранении у потребителя лояльности бренду и конкретному дилерскому центру. В этом вопросе огромное значение играет качество и скорость обратной связи с клиентами, поэтому для ООО «КИА-центр Красноярск» были разработаны соответствующие рекомендации по их улучшению.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Азоев, Г. Л. Конкуренция: анализ, стратегия, практика. / Г. Л. Азоев. – Москва: Центр экономики и маркетинга, 2000. – 239 с.
2. Алканова, О. Н. Маркетинг на развивающихся рынках: подходы к определению и направления исследований / О. Н. Алканова, М. М. Смирнова // Российский журнал менеджмента. – 2014. – Т. 12, № 1. С. 95–108.
3. Бакулина, А. А. Анализ российского автомобильного рынка в условиях кризиса на примере Ford Motor Company / А. А. Бакулина // Инновационная экономика: материалы III Международной научной конференции (г. Казань, октябрь 2016 г.). — Казань, 2016. — С. 13-17.
4. Бекетов, Н. В. Проблемы управления экономической устойчивостью и конкурентоспособностью предприятий / Н. В. Бекетов, А. С. Денисова // Национальные интересы: приоритеты и безопасность. – 2008. – № 4. – С. 23–27.
5. Бурцев, В. В. Сущность комплексного экономического анализа в современных условиях / В. В. Бурцев // Экономический анализ: теория и практика. – 2004. – № 8. – С. 3-9.
6. Бусаркина, В. В. Понятие клиентоориентированности предприятия и проблемы ее оценки / В. В. Бусаркина // Проблемы современной экономики. – 2007. – № 4. С. – 179–182.
7. Елецких, С. Я. Анализ теоретических подходов к трактовке сущности понятия «финансовая устойчивость предприятия» / С. Я. Елецких // Экономика промышленности. – 2009. – Т 44, № 1. – С. 188–196.
8. Изжеурова, Е. К. Обзор рынка автокредитования в России и разработка рекомендаций по оптимизации расходов населения / Е. К. Изжеурова, Е. Н. Соловьева, С. А. Морозова // Интеграция мировых научных процессов как основа общественного прогресса: материалы международных научно-практических конференций (г. Казань, сентябрь 2014 г.). – Казань, 2014. – С. 129-136.

9. Инновационность как фактор роста экономики сектора услуг: измерение и влияние территориального аспекта: монография / О. Н. Владимирова [и др.]. – Москва: Креативная экономика, 2017. – 212 с.
10. Казаков, С. П. Рыночная ориентация как эффективный подход к организации маркетинга на предприятиях сферы услуг / С. П. Казаков // Маркетинг и маркетинговые исследования. – 2012. – № 1. – С. 42–55.
11. Крылов, С. И. Концепция стратегического финансового анализа деятельности коммерческой организации / С. И. Крылов // Экономический анализ: теория и практика. – 2007. – №19. – С. 2-9.
12. Методы оценки эффективности управления организацией при реализации клиентоориентированного подхода / В. Г. Фролов [и др.]. // Российское предпринимательство. – 2014. – № 16. – С. 16–26.
13. Моторина, С. Клиентоориентированность должна стать ДНК, корпоративной религией компании / С. Моторина // Управление персоналом. – 2012. – № 11. С. 42–50.
14. Пепперс, Д., Управление отношениями с клиентами: как превратить базу ваших клиентов в деньги: пер. с англ. / Д. Пепперс, М. Роджерс. – Москва: Манн, Иванов и Фербер, 2006. – 336 с.
15. Петрова, А. Т. Логические основы формирования индикаторов качества жизни / А. Т. Петрова, Л. А. Коношенко, Т. В. Рукосуева // Философские науки. – 2006. – № 11. – С. 125-130.
16. Петрова, А. Т. Статистические показатели социального благополучия населения как составляющая оценки качества жизни / А. Т. Петрова // Российский экономический интернет-журнал. – 2006. – № 3. С. 84.
17. Петрова, А. Т. Теория, методология системно-параметрического исследования качества жизни населения региона: автореф. дис. ... док. экон. наук: 08.00.12 / Аида Талытовна Петрова. – Новосибирск, 2007. – 322 с.
18. Петрова, А. Т. Формирование современной системы управления нематериальными активами предприятия сферы услуг / А. Т. Петрова, И. Т. Рустамова // Вестник алтайской науки. – 2013. – № 3. – С. 175-180.

19. Разомасова, Е. А. Выживут только сильнейшие, или тенденции развития сферы потребительских услуг с учетом фактических предпринимательских рисков / Е. А. Разомасова, А. Т. Петрова // ЭКО. – 2017. – № 1. С. 158-167.

20. Ребязина, В. А. Клиентоориентированность российских компаний: результаты эмпирического исследования / В. А. Ребязина, М. М. Смирнова // XIV Апрельская международная научная конференция по проблемам развития экономики и общества: в 4 книгах. Книга 3 / под ред. Е. Г. Ясина – Москва, 2014. С. 265–269.

21. Рожков, А. Г. Ориентация компании на клиента: опыт практического исследования / А. Г. Рожков // Вестник Уральского федерального университета. – 2012. – № 4. – С. 20–31.

22. Соловьева, Н. А. Анализ результатов хозяйственно-финансовой деятельности организации и ее финансового состояния: учебное пособие / Н. А. Соловьева, Н. И. Коркина. – Красноярск: КГТЭИ, 2007. – 110 с.

23. Соловьева, Н. А. Анализ финансовых результатов деятельности торговой организации: учебное пособие / Н. А. Соловьева, О. Ю. Дягель. – Красноярск: КГТЭИ, 2007. – 236 с.

24. Соловьева, Н. А. Научные основы комплексного анализа хозяйственной деятельности: учебно-методическое пособие для экономических специальностей / Н. А. Соловьева, Н. И. Коркина. – Красноярск: КГТЭИ, 2002. – 38 с.

25. Третьяк, О. А. Ориентация на клиента: моделирование и диагностика / О. А. Третьяк, А. Г. Рожков // Вестник Российского экономического университета им. Г. В. Плеханова. – 2012. – № 4. – С. 76–84.

26. Шавровская, М. Н. Клиентоориентированность персонала как комплексная профессиональная компетенция / М. Н. Шавровская // Вестник Омского университета. – 2011. – № 4. С. 225–229.

27. Якупаева, С. Г. Доверие и клиентоориентированность как факторы успеха фирмы / С. Г. Якупаева, Ю. Е. Коршуникова // Экономические науки. – 2013. – № 6. С. 971–975.
28. Автомобильный рынок РФ: итоги 2016 года и перспективы// ИКСИ [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://icss.ru/otrasli-i-ryinki/mashinostroenie/avtomobilnyij-ryinok-rf-itogi-2016-goda-i-perspektivy> – (Дата обращения: 27.05.2017).
29. Авторевю [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://autoreview.ru> – (Дата обращения: 19.02.2018).
30. Аналитическое агентство Автостат. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://autostat.ru> – (Дата обращения: 22.04.2018).
31. Ассоциация «Российские автомобильные дилеры» (РОАД) [Электронный ресурс]. – Режим доступа: www.asroad.org – (Дата обращения: 11.05.2017).
32. Верховод, В. Н. Клиентоориентированность в сложноструктурированных системах [Электронный ресурс] / В. Н. Верховод // Молодой ученый. — 2017. — №22. — С. 247-249. – Режим доступа: <https://moluch.ru/archive/156/44246/> – (дата обращения: 04.04.2018).
33. В России выросли продажи премиальных автомобилей. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.autonews.ru/news/5a2f8e749a79472b5b776f75> – (Дата обращения: 14.09.2017).
34. Загребельная, Н. С. Российский рынок легковых автомобилей в условиях санкций и перспективы его развития [Электронный ресурс] / Н. С. Загребельная // Вестник МГИМО университета МИД России. – 2016. – С. 258-265. – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/rossiyskiy-rynok-legkovyh-avtomobiley-v-usloviyah-sanktsiy-iperspektivy-ego-razvitiya> – (Дата обращения: 09.03.2018).
35. Информационное агентство «РБК» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.rbc.ru/> – (Дата обращения: 27.02.2018).

36. Клиентоориентированность: какой она должна быть [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://delovoymir.biz/2013/07/02/klientoorientirovannost-kakoyona-dolzha-byt.html> – (дата обращения: 24.08.2017).

37. Лидеры авторынка России в 2017 году [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.autostat.ru/infographics/32774/> – (дата обращения: 14.02.2018)

38. Лидеры и аутсайдеры авторынка России в 2015 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.autostat.ru/infographics/24545/> – (дата обращения: 17.11.2016).

39. Международная организация производителей автомобилей (OICA) [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.oica.net/> – (Дата обращения: 08.11.2017).

40. Обзор рынка коммерческих автомобилей в России [Электронный ресурс]. – Режим доступа: www.pwc.ru – (Дата обращения: 01.11.2017).

41. Продажи автомобилей в 2017-м: цифры, факты, [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.autonews.ru/news/5a5c4bd99a79476231ece146> (дата обращения: 14.02.2018).

42. Рыжковский, Б. Когда клиент голосует деньгами? [Электронный ресурс] / Б. Рыжковский // Управление компанией. – 2006. № 7. – Режим доступа: <http://www.advertology.ru/article27313.htm> – (дата обращения: 19.03.2017).

43. Семь шагов по внедрению мессенджера в работу вашего бизнеса [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://rb.ru/opinion/kontaktirovat-s-klientami/> – (дата обращения: 01.03.2018).

44. Современное состояние автомобильного рынка в России [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/v/analiztendentsiyizmeneniyakonkurentosposobnosti-osnovnyh-brendov-na-avtomobilnom-rynke-rf> – (Дата обращения: 09.01.2017).

45. Участие ООО «КИА-центр Красноярск» в государственных закупках [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.rusprofile.ru/id/976598> – (Дата обращения: 27.03.2018).

46. Федеральная служба государственной статистики [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.gks.ru> – (Дата обращения: 03.04.2017).

47. Эксперты предсказали двузначные темпы роста авторыннка России в 2018 году [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.rbc.ru/business/08/01/2018/5a4105299a794748cbf90d9a> – (дата обращения: 08.02.2018).

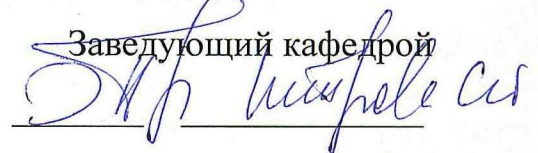
48. Tesla обошла по продажам в Европе люксовые модели Mercedes и BMW [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.vedomosti.ru/auto/news/2018/02/20/751592-tesla-oboshla> – (дата обращения: 08.02.2018).

Федеральное государственное автономное
образовательное учреждение
высшего образования
«СИБИРСКИЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

Торгово-экономический институт
Кафедра бухгалтерского учета, анализа и аудита

УТВЕРЖДАЮ

Заведующий кафедрой



подпись инициалы, фамилия
« 04 » 06 20 18 г.

МАГИСТЕРСКАЯ ДИССЕРТАЦИЯ

**Комплексный анализ эффективности деятельности предприятий
автобизнеса**

Направление 38.04.01 Экономика

Магистерская программа 38.04.08.11 «Бизнес-аналитик»

Научный руководитель



д.э.н., профессор

Петрова А. Т.

Выпускник

28.05.2018

студент

Кожевников М. Ю.

Рецензент



гл. бухгалтер
ООО «Тарко»

Белоусова О. В.

Нормоконтролер



д.э.н., профессор

Петрова А. Т.

Красноярск 2018

РЕЦЕНЗИЯ

на магистерскую диссертацию работу магистрантки 2 курса направления подготовки 38.04.01 «Экономика» магистерская программа 38.04.01.11 «Бизнес-аналитик» очной формы обучения

Кожевникова Михаила Юрьевича «Комплексный анализ эффективности деятельности предприятий автобизнеса»

Магистерская диссертация состоит из введения, 3 глав, заключения, списка литературы. Общий объем работы содержит 94 стр. текста, 18 таблиц и 12 рисунков; 48 литературных источника, 5 приложений.

Соответствие диссертации заданию по объему: соответствует; по содержанию: соответствует

Актуальность темы: обоснована, поскольку эффективность деятельности любого предприятия автобизнеса зависит от множества специфических факторов, присущих дилерским предприятиям.

Основные положения и результаты исследования: основными результатами исследования, выносимыми на защиту, следует считать:

Уточнен состав показателей, входящих в комплексный показатель эффективности хозяйствования деятельности дилерского предприятия.

Предложен комплексный показатель оценки потребительских предпочтений.

Разработана методика расчета комплексного показателя эффективности хозяйственной деятельности дилерского предприятия, учитывающего комплексный показатель эффективности хозяйствования и комплексный показатель оценки потребительских предпочтений.

Оценка качества выполнения работы: содержание работы показывает, что исследование проведено качественно и содержит в себе элемент практической значимости. Материал излагается логически последовательно, сделанные выводы содержат высказывание авторской точки зрения, которая обосновывается. Доводы автора обоснованно доказывают теоретическим и практическим материалом.

Практическая значимость дипломной работы, апробация результатов исследования: результаты работы могут использоваться организациями энергетического комплекса.

Оформление дипломной работы: соответствует требованиям

Недостатки и замечания: Отсутствуют.

Соответствие диссертационной работы предъявляемым требованиям: представленная работа в целом соответствует требованиям Государственного образовательного стандарта по направлению 38.04.01 «Экономика» и требованиям ОП по магистерской программе 38.04.01.11 «Бизнес-аналитик».

Дипломная работа заслуживает оценки «отлично», а ее автор присвоения степени магистр

Рецензент:
Главный бухгалтер
ООО «Тарко»



О. В. Белоусова

Министерство образования и науки РФ
федеральное государственное автономное образовательное учреждение высшего
образования

СИБИРСКИЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
Торгово-экономический институт

**Отзыв научного руководителя на магистерскую диссертацию
Кожевникова Михаила Юрьевича «Комплексный анализ эффективности
деятельности предприятий автобизнеса»**

Диссертация Кожевникова М.Ю. выполнена на актуальную тему, поскольку посвящена повышению эффективности результатов хозяйственной деятельности развивающегося сектора сферы услуг – автодилерским предприятиям.

Объем работы: количество страниц 94, графическая часть: 18 таблиц, 12 рисунков.

2 Актуальность, теоретическая, практическая значимость темы исследования:

Тема актуальна, имеет практическую значимость

3 Соответствие содержания работы заданию: содержание работы соответствует заданию

4 Основные достоинства дипломной работы:

Автором дополнена система комплексной оценки результатов хозяйственной деятельности предприятий автобизнеса, учитывающая особенности использования материально-технической базы и потребительские предпочтения клиентов.

5 Основные недостатки дипломной работы: нет

6 Степень способности дипломника к исследовательской работе: имеет способности к исследовательской работе

7 Оценка деятельности студента в период выполнения дипломной работы:

за время работы над дипломом показал умение обобщать теоретический и практический материал, трудолюбие, ответственность

8 Достоинства и недостатки оформления текстового и графического материалов. соответствие оформления требованиям стандартов:

текстовой материал оформлен аккуратно в соответствии с требованиями стандартов

9 Документы, подтверждающие целесообразность и возможность внедрения результатов дипломного исследования, отсутствуют

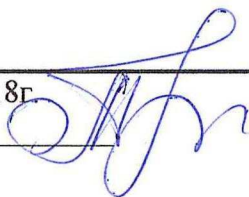
10 Допуск к защите:

работа соответствует требованиям высшей школы и может быть допущена к защите

Руководитель Петрова Аида Талятовна, д.э.н, профессор.

Дата: 28.05.2018г.

Подпись: _____



Заявление о согласии выпускника на размещение выпускной квалификационной работы в электронно-библиотечной среде ФГАОУ ВО СФУ

1 Я, Кожевников Михаил Юрьевич

фамилия, имя, отчество полностью

студент (ка) Торгово-экономического института, ЭУ16-ОЗМ-АН
институт/ группа

Федерального государственного автономного образовательного учреждения высшего образования «Сибирский федеральный университет» (далее – ФГАОУ ВО СФУ), разрешаю ФГАОУ ВО СФУ безвозмездно воспроизводить и размещать (доводить до всеобщего сведения) в полном объеме написанную мною в рамках выполнения образовательной программы

магистерскую диссертацию


указать выпускную квалификационную работу бакалавра, дипломную работу специалиста, дипломный проект специалиста, магистерскую диссертацию

на тему: Комплексный анализ эффективности деятельности предприятий автомобильного
название работы

в открытом доступе в электронно-библиотечной среде (на веб-сайте СФУ), таким образом, чтобы любой пользователь данного портала мог получить доступ к выпускной квалификационной работе (далее – ВКР) из любого места и в любое время по собственному выбору, в течение всего срока действия исключительного права на выпускную работу.

2 Я подтверждаю, что выпускная работа написана мною лично, в соответствии с правилами академической этики и не нарушает авторских прав иных лиц.

« 5 » июня 2018 г.


подпись