О ВОЗМОЖНОСТЯХ РОСТА ПРИБЫЛИ ООО «АВТОПОЙНТ»**ABOUT PROFIT MARKUP OPPORTUNITIES LLC AVTOPOYNT****ГОРОДНИЧЕВА А.А.****GORODNICHEVA A.A.**

*Санкт-Петербургский национальный
исследовательский университет
информационных технологий, механики
и оптики «ИТМО»*

*Saint Petersburg State National Research
University of Information Technologies,
Mechanics and Optics of "ITMO"*

AnastasiaGorodnicheva@yandex.ru

doi: 10.18411/emiip-03-2019-02

idsp: sciencepub-emiip-03-2019-02

АННОТАЦИЯ

В статье представлена авторская оценка о возможностях роста прибыли ООО «Автопойнт». Определены факторы, влияющие на рост прибыли организации. Проанализирована динамика продаж новых легковых автомобилей по российскому рынку и динамика продаж легковых автомобилей ООО «Автопойнт».

КЛЮЧЕВЫЕ СЛОВА: прибыль, динамика продаж, себестоимость, объем продаж.

ABSTRACT

Author's assessment about opportunities of profit markup of LLC Avtopoynt is presented in article. The factors influencing profit markup of the organization are defined. Dynamics of sales of new cars on the Russian market and dynamics of sales of cars of LLC Avtopoynt is analysed.

KEYWORDS: profit, dynamics of sales, prime cost, sales volume.

ВВЕДЕНИЕ

Прибыль как экономическая категория характеризует финансовый результат деятельности предприятия. Она отражает эффективность производства, объем и качество произведенной продукции, уровень производительности труда и себестоимости. Прибыль оказывает стимулирующее воздействие на укрепление коммерческого расчета и интенсификацию производства. В расчете она представляет собой разницу между общей суммой доходов и затратами на производство и реализацию продукции с учетом убытков от различных финансовых операций. Отсюда следует, что рост прибыли зависит в первую очередь от увеличения объема реализованной продукции и от снижения затрат на ее производство.

ЦЕЛЬ ИССЛЕДОВАНИЯ

Целью данной статьи является оценка возможности роста прибыли ООО «Автопойнт», что позволит определить основные факторы, влияющие на увеличение прибыли организации.

РЕЗУЛЬТАТЫ И ИХ ОБСУЖДЕНИЯ

Рассмотрим основные результаты деятельности ООО «Автопойнт», деятельность которой связана со сферой автомобильного бизнеса. Для нее, являющейся составной частью крупного автомобильного холдинга ГК «Мега-Авто», показатели прибыли от продаж и чистой прибыли наиболее важны, поскольку именно они выступают оценочными показателями успешности проводимой политики и работы с потенциальными клиентами. Всего в России 72 официальных дилерских центра Mazda.

Кроме продажи новых автомобилей, ООО «Автопойнт» осуществляет деятельность на вторичном рынке, а также сервисное и техническое обслуживание автомобилей.

В холдинге ГК «Мега-Авто» чистая прибыль формируется на уровне организаций. Чистая прибыль – это прибыль, остающаяся в распоряжении предприятия после уплаты налогов, сборов, отчислений и других обязательных платежей в бюджет. Чистая прибыль может быть использована на разные производственные и социальные цели. Предприятие может формировать из чистой прибыли денежные фонды. В компании ООО «Автопойнт» - это фонд накопления и резервный фонд.

Учетная политика компании формируется главным холдингом ГК «Мега-Авто» и утверждается приказом руководителя организации. В ООО «Автопойнт» используют модель единой системы бухгалтерского учета, в рамках которой собирается, группируется и обобщается информация, необходимая для корректного определения величины налоговых обязательств, в том числе по налогу на прибыль.

Сопоставим динамику продаж новых автомобилей Mazda на российском рынке и по автосалону ООО «Автопойнт». На графиках видно (рис. 1, 2), что в 2015 г. был самый высокий показатель продаж новых автомобилей компанией: по российскому рынку – 50 716 шт., а по автосалону ООО «Автопойнт» – 813 шт. Падение продаж компании по рынку в целом составило 46 %, а по ООО «Автопойнт» - 55 %. Кризисная ситуация, в которой экономика страны оказалась с 2015 г. из-за антироссийских санкций, привела к тому, что практически во всех отраслях наблюдается спад, бюджет теряет все больше налоговых поступлений, а покупательская способность россиян отброшена на уровень прошлого десятилетия.

Рисунок 1. Динамика продаж новых легковых автомобилей
ГК «Мега-Авто» по российскому рынку, шт.

Рисунок 2. Динамика продаж легковых автомобилей
по автосалону ООО «Автопойнт», шт.

Наращивание прибыли является целью любой коммерческой организации, которая зависит от трёх составляющих – цены, себестоимости и объёма продаж. Для ООО «Автопойнт» как структурной единицы самым важным показателем является объём продаж, его и проанализируем.

Согласно данным вторичного рынка автомобилей Mazda по автосалону ООО «Автопойнт» за 2013 – 2017 гг. (рис. 2), в 2015 г. был зафиксирован самый низкий показатель продаж – 72 шт. Рост спроса в 2017 г. на автомобили вторичного рынка, в сравнении с 2015 г, составил –58 %.

Заключение

Можно сделать вывод, что в 2015-2017 гг. произошло падение спроса на новые автомобили параллельно росту спроса на вторичном рынке. Так как для текущего временного отрезка растущим сегментом выступает вторичный рынок, то целесообразно сосредоточить усилия по рекламе, улучшению сервиса именно на нем.

Анализируя опыт продаж расположенных рядом с ООО «Автопойнт» автосалонов, считаю, что можно бы предложить систему предпраздничных скидок на автомобили вторичного рынка для стимулирования продаж.

Помимо этого, как один из вариантов управления каналами сбыта, можно рассмотреть участие салона в работе различных отраслевых выставок. Такие мероприятия помогут фирме найти новых партнеров и установить долгосрочные деловые партнёрские связи.

Для улучшения сервиса ООО «Автопойнт» должен лучше организовать систему логистического обслуживания автомобильного предприятия, которое будет способствовать укреплению не только конкурентного, но и финансового положения автосалона, а также позволит совершенствовать операции по обслуживанию и удержанию клиентов, повысит качество сервиса и минимизирует риски некачественных поставок.

1. Волгин В.В. «Энциклопедия автобизнеса. Секреты дилеров»: учебное пособие / В.В. Волгин. – СПб: изд-во Питер 2014 – 65 с.
2. Одинцова Т.Н. «Методологические основы проектирования и управления логистической системой»: монография / Т.Н. Одинцова, А.В. Пахомова, О.С. Акимова. – СПб: изд-во ИНЖЭКОН 2016 – 224 с.
3. <http://economy-lib.com>