

ПРОБЛЕМЫ ОЦЕНКИ ФИНАНСОВЫХ РЕЗУЛЬТАТОВ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ КОМПАНИЙ ТЕЛЕКОММУНИКАЦИОННОЙ ОТРАСЛИ И НАПРАВЛЕНИЯ РАЗВИТИЯ МЕТОДИКИ

Вербицкая Карина Александровна,
студент факультета экономики и финансов,
e-mail: 70136775@online.muiiv.ru,
Московский университет им. С.Ю. Витте, г. Москва

В статье исследуются проблемы и вопросы оценки факторов, которые влияют на финансовые результаты деятельности компании телекоммуникационной отрасли. На примере одной из крупнейших компаний проведена оценка факторов, рассмотрены применяемые методики оценки. Проведен анализ среды косвенного и прямого воздействия с помощью исследования потребителей, поставщиков, конкурентов. По итогам анализа сделан вывод, что все основные показатели и их динамика напрямую зависят от клиентов компании, а также подвергаются изменениям от внешних факторов. В статье также определены конкурентные преимущества и стратегические возможности рынка телекоммуникационных услуг. Представлен сравнительный анализ достоинств и недостатков методик анализа финансовых результатов. Основная цель исследования заключается в определении степени влияния финансовых результатов на деятельность компаний телекоммуникационной отрасли. В ходе проведенного исследования делаются обобщающие выводы и заключение по особенностям оценки финансовых результатов.

Ключевые слова: финансовые результаты, внешняя среда, экономические показатели, финансовое состояние, методика анализа

PROBLEMS OF EVALUATION OF FINANCIAL RESULTS OF ACTIVITIES OF COMPANIES IN THE TELECOMMUNICATION INDUSTRY AND DIRECTIONS OF DEVELOPMENT OF THE TECHNIQUE

Verbitskaya K.A.,
student of the faculty of economics and finance,
e-mail: 70136775@online.muiiv.ru,
Moscow Witte University, Moscow

The article examines the problems and issues of assessing the factors that affect the financial results of a telecommunications company. On the example of one of the largest companies, the assessment of factors was carried out, the applied assessment methods were considered. The analysis of the environment of indirect and direct impact is carried out using the research of consumers, suppliers, competitors. Based on the results of the analysis, it was concluded that all the main indicators and their dynamics directly depend on the company's customers, and are also subject to changes from external factors. The article also identifies the competitive advantages and strategic opportunities of the telecommunications market. A comparative analysis of the advantages and disadvantages of methods for analyzing financial results is presented. The main goal of the study is to determine the degree of influence of financial results on the activities of companies in the telecommunications industry. In the course of the study, generalizing conclusions and conclusions are drawn about the features of the assessment of financial results.

Keywords: financial results, external environment, economic indicators, financial condition, analysis technique

DOI 10.21777/2587-554X-2021-1-45-51

Введение

Основополагающей целью коммерческой организации выступает получение прибыли от хозяйственной деятельности, поскольку она является показателем, отражающим эффективность производственных процессов, уровень издержек. К тому же эффективность операционной, инвестиционной и финансовой деятельности также отражается в финансовых результатах [4].

Необходимым элементом в оценке эффективности принятой стратегии развития является анализ финансовых результатов, с помощью которого можно понять, насколько прибыльным является оказание компанией телекоммуникационных услуг.

Развитие российского рынка телекоммуникационных услуг связано с большим количеством компаний, функционирующих на нём, которые можно разделить на 4 типа: межрегиональные операторы, региональные операторы, виртуальные и общероссийские операторы.

Рассматривая специфические черты телекоммуникационной отрасли, можно выделить следующие:

1. Рынку характерна олигополистическая конкуренция, так как нишу общероссийских операторов занимают всего 3 крупные компании (ПАО «Вымпелком», ПАО «МТС», ПАО «МегаФон»). Поэтому можно говорить о том, что отрасль высококонцентрирована.

2. Компании, функционирующие в телекоммуникационной отрасли, имеют огромный внутренний экономический потенциал, поскольку с течением времени появляются всё более новые, усовершенствованные технические устройства, способные поддерживать передачу цифровых сигналов, а также происходит распространение контента.

3. Развитие телекоммуникационной отрасли сопряжено с ресурсным потенциалом страны: высокая величина численности населения, огромная географическая протяженность страны. При этом следует отметить, что деятельность таких компаний во многом зависит от оборудования, произведённого за рубежом [3].

1. Оценка факторов, влияющих на финансовые результаты деятельности компании телекоммуникационной отрасли

Проведем анализ макросреды, или среды косвенного воздействия, выполненный по методике PEST (political, economic, social, technological), включающий 4 группы факторов на примере ПАО «Вымпелком».

Анализ среды непосредственного окружения проводится с помощью исследования потребителей, поставщиков и конкурентов [7].

Потребители. На деятельность ПАО «Вымпелком» оказывают влияние предпочтения потребителей, требования к качеству и бесперебойности оказания телекоммуникационных услуг. В то же время потребителями ПАО «Вымпелком» выступают как физические, так и юридические лица, что, безусловно, требует различных подходов к их изучению и стимулированию.

Поставщики. Поставщики также имеют большое значение в деятельности ПАО «Вымпелком». У ПАО «Вымпелком» заключены договоры с рядом производителей телекоммуникационного оборудования, что позволяет получать скидки на оборудование за большие объемы закупок.

Конкуренты. Конкуренты имеют большое значение в деятельности ПАО «Вымпелком». Среди них можно отметить «Мегафон», «Теле2», «МТС».

Результаты анализа факторов прямого воздействия внешней среды на ПАО «Вымпелком» представим в виде таблицы 1.

Таблица 1 – Факторы ближнего окружения и их влияние на ПАО «Вымпелком»

Группа факторов	Фактор	Его проявление и влияние
Покупатели	Возраст	Среди физических лиц люди в возрасте от 10 до 90 лет
	Пол	Пол покупателей не оказывает существенного влияния
	Уровень образования	Уровень образования не оказывает влияния на деятельность ПАО «Вымпелком»

	Статус, социальное положение	Основную часть покупателей составляют физические лица (мобильная связь, интернет) и юридические лица (мобильная связь)
	Спрос	Замедление роста темпов доходов населения ведет к снижению объема приобретаемых услуг, в т.ч. за счет сопутствующих и дополнительных
	Платежеспособность	Снижение платежеспособного спроса ведет к снижению выручки
Поставщики	Ценовая политика	Работа напрямую с производителями телекоммуникационного оборудования, минуя посредников, позволяет снижать затраты
	Уровень качества	Контроль качества приобретаемого оборудования
	Степень удаленности	ПАО «Вымпелком» ориентировано на работу с местными поставщиками кабелей, волокна для оказания услуг в области телекоммуникаций, что позволяет экономить на транспортных расходах
	Своевременность исполнения поставок	Несвоевременность поставки ведет к остановке пуска в эксплуатацию новых телекоммуникационных вышек
Конкуренты	Мегафон	
	Преимущества	Более широкая территория покрытия, качество услуг
	Ценовая политика	Среднерыночные цены
	Рынок сбыта	Территория России
	Теле2	
	Преимущества	Более узкий ассортимент услуг
	Ценовая политика	Менее гибкая ценовая политика
	Рынок сбыта	Территория России

Источник: составлено автором.

Внешняя среда имеет большое значение в деятельности ПАО «Вымпелком», самое большое влияние оказывают экономические факторы, потребители и конкуренты [8].

При условии сотрудничества ПАО «Вымпелком» и Vodafone, ПАО «Вымпелком» получает преимущественные конкурентные позиции. Данное сотрудничество будет основываться на том, что ПАО «Вымпелком» будет перенимать лучшие практики мировых компаний в сфере оказания услуг связи и телекоммуникаций. Это даст следующие преимущества:

- повышение качества абонентской базы, привлечение новых клиентов в компанию;
- развитие деятельности в сфере оказания индивидуальных услуг, т.е. персонального подхода к каждому клиенту компании;
- уменьшение объема расходов на маркетинговую деятельность по привлечению клиентов.

Таким образом, по итогам предварительного проведенного краткого анализа финансовых показателей основной деятельности ПАО «Вымпелком», констатируем факт, что все основные показатели и их динамика напрямую зависят от клиентов компании, а также подвергаются изменениям от внешних факторов – конкурентности [3].

Таблица 2 – Swot-анализ ПАО «Вымпелком»

	<p>Возможности:</p> <p>Поддержание положительного имиджа</p> <p>Внедрение новых услуг мобильного интернета</p> <p>Увеличение зоны покрытия</p> <p>Улучшение работы отдела телемаркетинга</p> <p>Улучшение качества работы сотрудников в салонах связи</p> <p>Снижение цен на взаимодополняющие товары и услуги</p>	<p>Угрозы:</p> <p>Большая конкуренция</p> <p>Возможность перевода номеров другому оператору</p> <p>Потеря лидирующей позиции среди операторов мобильной связи</p> <p>Работа конкурентов над новыми сервисами</p> <p>Недостаточное покрытие в некоторых регионах</p>
<p>Сильные стороны:</p> <p>1. Высокий спрос</p> <p>2. Качество предоставляемых услуг и продуктов</p> <p>3. Систематическое внедрение новейших услуг и технологий</p> <p>4. Бренд, т.е. компания является узнаваемой и престижной</p>	<p>1. Новые мотивации для отдела привлечения</p> <p>2. Доработка существующих услуг</p> <p>3. Разработка новых услуг и объединение с соцсетями</p> <p>4. Использование в рекламе узнаваемых людей, которым доверяют</p> <p>5. Строительство новых вышек</p>	<p>1. Разработки новых тарифов для абонентов других операторов</p> <p>2. Расширение зоны покрытия у конкурентов</p> <p>3. Действие ФЗ о сохранении телефонного номера при переходе в другую сеть</p> <p>4. Большие затраты на рекламу</p>

5. Большая зона покрытия 6. Качество работы менеджеров привлечения и обслуживания	6. Дополнительные программы обучения и повышения квалификации специалистов	5. Затраты на строительство новых вышек 6. Увеличение штата сотрудников
Слабые стороны: 1. Повышение себестоимости оказываемых услуг 2. Недостаточное число зарубежных дилеров 3. Однородность рекламы для всех сегментов потребителей 4. Большие издержки на обслуживание сети 5. Уход потребителя к конкурентам 6. Возможность перевода номера к другому оператору 7. Ограниченные вложения в разработки новых сервисов	1. Применить дифференцированный маркетинг, т.е. осваивать сразу несколько сегментов рынка 2. Постоянно следить за своим положением на рынке 3. Увеличить дилерскую сеть за рубежом, а также постепенно выходить на мировой рынок 4. Уменьшить себестоимость продукта (привлечение новых клиентов отделом телемаркетинга) 5. Борьба с конкурентами за счет разработки услуг для разных сегментов 6. Предложить лучшие среди других операторов контентные приложения и передовые услуги 7. Увеличить количество экспертных салонов связи и качество	1. Рост стоимости энергоносителей приведет к увеличению себестоимости услуг и издержек 2. Усиление конкуренции со стороны существующих фирм приведет к срочному совершенствованию сбытовой политики и увеличению дилерской сети за рубежом 3. Услуга сохранения номера требует от оператора дополнительных затрат, что приведет к увеличению издержек 4. Расширение зоны покрытия у конкурентов

Источник: составлено автором.

Для определения конкурентных преимуществ и стратегических возможностей рынка используем SWOT-анализ (таблица 2).

Сильные стороны и возможности:

1. Возможность у ПАО «Вымпелком» нарастить портфель клиентов за счет привлечения клиентов других провайдеров, благодаря известной торговой марке, хорошей репутации.
2. Развитие информационной отрасли позволяет использовать новейшую технологию беспроводного доступа.
3. Устойчивое финансовое положение ПАО «Вымпелком» и использование беспроводной технологии дают возможность расширять сегмент клиентов по географическому принципу.
4. Широкий ассортимент услуг ПАО «Вымпелком».
5. Увеличение значимости сети Интернет в совокупности с заключением долгосрочных договоров с известными компаниями ведет к увеличению прибыли.

Слабые стороны и угрозы:

1. Цены на оборудование в долларах и ускорение темпов инфляции ведут к ещё большему увеличению цен, а, соответственно, потере конкурентоспособности.
2. Рост конкуренции при неустойчивости предоставления услуг сети Интернет приведет к снижению количества клиентов.
3. Из-за снижения уровня жизни населения и высокой себестоимости предоставления услуг прибыль компании может сокращаться.

Таким образом, благодаря известности марки, прибыльности ПАО «Вымпелком» необходимо нивелировать угрозы в виде повышения качества предоставления услуг (бесперебойности предоставления интернета), размещения современного оборудования в отдаленных районах для расширения зоны покрытия.

2. Проблемы оценки финансовых результатов деятельности компании телекоммуникационной отрасли и направления развития методик

Финансовый результат – главный критерий в оценке эффективности финансово-экономической деятельности, с помощью их анализа можно определить прибыльность бизнеса [5].

Для оценки финансовых результатов деятельности компании телекоммуникационной отрасли использована комплексная методика, включающая несколько методов:

1. Расчёт базовых статистических параметров для оценки тренда динамики финансовых результатов.
2. Методика маржинального анализа финансовых результатов.
3. Расчёт показателей рентабельности как критериев, позволяющих оценить эффективность процесса распределения и формирования финансовых результатов.

4. Традиционный факторный анализ, позволяющий оценить влияние внутренних факторов на формирование финансовых результатов.

5. Метод STEP-анализа, дающий возможность оценить силу влияния внешних факторов на формирование финансовых результатов [1].

В таблице 3 представлен сравнительный анализ достоинств и недостатков используемых в исследовании методик анализа финансовых результатов.

Таблица 3 – Сравнительный анализ достоинств и недостатков методик анализа финансовых результатов

Методика	Достоинства	Недостатки
Статистический метод оценки тренда динамики финансовых результатов	Применение горизонтального анализа отчёта о финансовых результатах, анализ всех видов прибыли по структуре отчёта о финансовых результатах, применение метода сравнения показателя с предыдущими периодами	Не может являться основным методом анализа финансовых результатов, используется только в качестве дополнения
Маржинальный анализ финансовых результатов	Возможность выбора наиболее оптимального решения, касающегося производственных мощностей, ассортимента реализуемых услуг, вариантов оборудования	Невозможность определения исходных данных в условиях нестабильной внешней среды, кризиса экономического развития страны, связанных с затратами
Оценка показателей рентабельности	Способна достоверно исследовать финансовую отчётность компании как источник информации для исследования эффективности деятельности	Не в полной мере можно рассмотреть влияние отдельных факторов на показатели рентабельности
Традиционный факторный анализ	Способен учитывать инфляционный фактор изменения финансовых результатов	Невозможно провести комплексный детализированный анализ всех факторов, влияющих на формирование финансовых результатов
Метод STEP-анализа	Наглядность, простота применения и освоения позволяет определить возможности и угрозы в формировании финансовых результатов	Для эффективной работы методики его необходимо использовать на постоянной основе при анализе финансовых результатов

Из рассмотрения таблицы 3 следует, что основополагающей проблемой оценки формирования финансовых результатов в телекоммуникационной отрасли является недостаточный анализ на основе используемых показателей рентабельности, так как с их помощью невозможно исследовать влияние отдельных факторов на изменение показателей рентабельности, а, соответственно, и финансовых результатов [8].

В качестве одного из направлений развития методики анализа финансовых результатов компаний телекоммуникационной отрасли необходимо дополнить её факторным анализом рентабельности продаж, который предполагает оценку влияния изменения выручки от продаж, себестоимости от продаж, коммерческих и управленческих расходов на рентабельность продаж.

Расчёт данных показателей будет происходить по следующему алгоритму [2]:

1. Влияние изменения выручки от продаж на рентабельность:

$$\Delta R_{\text{в}} = \frac{V_1 - C_0 - KP_0 - UP_0}{V_1} - \frac{V_0 - C_0 - KP_0 - UP_0}{V_0}$$

2. Влияние изменения себестоимости продаж на рентабельность:

$$\Delta R_{\text{с}} = \frac{V_1 - C_1 - KP_0 - UP_0}{V_1} - \frac{V_1 - C_0 - KP_0 - UP_0}{V_1}$$

3. Влияние изменения коммерческих расходов на рентабельность:

$$\Delta R_{\text{кр}} = \frac{V_1 - C_1 - KP_1 - UP_0}{V_1} - \frac{V_1 - C_1 - KP_0 - UP_0}{V_1}$$

4. Влияние изменения управленческих расходов на рентабельность:

$$\Delta R_{\text{уп}} = \frac{V_1 - C_1 - KP_1 - UP_1}{V_1} - \frac{V_1 - C_1 - KP_1 - UP_0}{V_1}$$

где V_1, V_0 – выручка от продаж за отчётный и базисный периоды соответственно;

C_t, C_0 – себестоимость продаж за отчётный и базисный периоды соответственно;
 KP_t, KP_0 – коммерческие расходы за отчётный и базисный периоды соответственно;
 UP_t, UP_0 – управленческие расходы за отчётный и базисный периоды соответственно.

Совокупное влияние факторов – это сумма изменений рентабельности по выручке, себестоимости, коммерческим расходам и управленческим расходам [6].

Резюмируя вышеизложенный материал, приходим к выводу, что в современных условиях существует множество алгоритмов оценки финансовых результатов в экономической деятельности коммерческой организации. Представленные методические инструментари, использованные в исследовании формирования финансовых результатов телекоммуникационной компании, похожи по своей цели и решаемым задачам анализа, однако использование конкретного алгоритма в научно-исследовательской практике недостаточно для формирования достоверных выводов. С целью детализированного и качественного исследования необходимо использовать смешанную концепцию методики.

Заключение

Анализ факторов, оказывающих влияние на деятельность телекоммуникационных компаний, показал, что все факторы можно разделить на предпочтения потребителей, требования к качеству и бесперебойности оказания телекоммуникационных услуг. В то же время потребителями компании выступают как физические, так и юридические лица, что требует различных подходов к их изучению и стимулированию.

Поставщики также имеют большое значение в деятельности компаний телекоммуникационной отрасли. К примеру, у ПАО «Вымпелком» заключены договоры с рядом производителей телекоммуникационного оборудования, что позволяет получать скидки на оборудование за большие объемы закупок.

Основная проблема анализа финансовых результатов телекоммуникационных компаний заключается в том, что стандартный анализ не охватывает полную финансовую деятельность компании.

Процесс формирования финансовых результатов в телекоммуникационной компании сталкивается с существованием многообразия факторов, которые можно представить в виде выручки, себестоимости, управленческих расходов, прочих доходов и расходов, индекса потребительских цен, а также структуры ассортимента реализованных услуг. В результате осуществления финансово-экономической деятельности немаловажную роль в формировании финансовых результатов играют структура ассортимента реализованных услуг, себестоимость (условно-переменные затраты), цены от реализации телекоммуникационных услуг, взаимная санкционная политика между США и РФ, сокращение платёжеспособности населения, ставки рефинансирования ЦБ РФ, а также стабильность валютных курсов.

В современных условиях существует множество алгоритмов оценки финансовых результатов в экономической деятельности коммерческой организации. Представленные методические инструментари, использованные в исследовании формирования финансовых результатов телекоммуникационной компании, похожи по своей цели и решаемым задачам анализа, однако использование конкретного алгоритма в научно-исследовательской практике недостаточно для формирования достоверных выводов. С целью детализированного и качественного исследования необходимо использовать смешанную концепцию методики.

Список литературы

1. *Биткина И.К.* Особенности оценки финансовых результатов деятельности коммерческой организации на различных стадиях её развития // Финансовая аналитика: проблемы и решения. – 2018. – Т. 11, № 1. – С. 21–31.
2. *Жилкина А.Н.* Управление финансами. Финансовый анализ предприятия. – М.: ИНФРА-М, 2017. – 332 с.
3. *Караева А.Р., Ершова К.К.* Методика анализа доходов и расходов коммерческой организации // Актуальные вопросы развития современного общества: материалы 8-й Международной научно-практической конференции. – Курск: Университетская книга, 2018. – С. 98–101.

4. Ковалев В.В., Ковалев Вит. В. Финансы предприятий. – М.: ТК Велби: Проспект, 2017. – 352 с.
5. Методические основы анализа и оценки предпринимательских рисков, их учета и раскрытия информации в составе бухгалтерской отчетности: монография / И.А. Зуева, В.В. Гребеник, В.И. Корнейчук, А.С. Жидков. – М.: изд. ЧОУВО «МУ им. С.Ю. Витте», 2018. – 214 с.
6. Некрылова Н.В., Понукалин А.В., Кузнецова Т.Е., Петрова Л.А. Анализ финансового состояния коммерческой организации. – Пенза: Изд-во ПГУ, 2017. – 100 с.
7. Новашина Т.С., Карпунин В.И., Косорукова И.В. Экономика и финансы организации / под ред. Т.С. Новашиной. – 3-е изд., перераб. и доп. – М.: Университет «Синергия», 2020. – 336 с.
8. Шеремет А.Д. Методика финансового анализа деятельности коммерческих организаций. – М.: ИНФРА-М, 2017. – 208 с.

References

1. Bitkina I.K. Osobennosti ocenki finansovykh rezul'tatov deyatel'nosti kommercheskoj organizacii na razlichnykh stadiyah eyo razvitiya // Finansovaya analitika: problemy i resheniya. – 2018. – Т. 11, № 1. – С. 21–31.
2. Zhilkina A.N. Upravlenie finansami. Finansovyy analiz predpriyatiya. – М.: INFRA-M, 2017. – 332 с.
3. Karaeva A.R., Ershova K.K. Metodika analiza dohodov i raskhodov kommercheskoj organizacii // Aktual'nye voprosy razvitiya sovremennogo obshchestva: materialy 8-j Mezhdunarodnoj nauchno-prakticheskoy konferencii. – Kursk: Universitetskaya kniga, 2018. – С. 98–101.
4. Kovalev V.V., Kovalev Vit. V. Finansy predpriyatij. – М.: ТК Velbi: Prospekt, 2017. – 352 с.
5. Metodicheskie osnovy analiza i ocenki predprinimatel'skih riskov, ih ucheta i raskrytiya informacii v sostave buhgalterskoj otchetnosti: monografiya / I.A. Zueva, V.V. Grebenik, V.I. Kornejchuk, A.S. Zhidkov. – М.: изд. ЧОУВО «МУ им. С.Ю. Витте», 2018. – 214 с.
6. Nekrylova N.V., Ponukalin A.V., Kuznecova T.E., Petrova L.A. Analiz finansovogo sostoyaniya kommercheskoj organizacii. – Penza: Izd-vo PGU, 2017. – 100 с.
7. Novashina T.S., Karpunin V.I., Kosorukova I.V. Ekonomika i finansy organizacii / pod red. T.S. Novashinoj. – 3-e izd., pererab. i dop. – М.: Universitet «Sinergiya», 2020. – 336 с.
8. Sheremet A.D. Metodika finansovogo analiza deyatel'nosti kommercheskih organizacij. – М.: INFRA-M, 2017. – 208 с.