

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Федеральное государственное автономное образовательное учреждение высшего образования
«Южно-Уральский государственный университет» (национальный исследовательский университет)
Высшая школа экономики и управления
Кафедра «Экономика и управление на предприятиях
сферы услуг, рекреации и туризма»

РАБОТА ПРОВЕРЕНА

Рецензент, директор ООО «СуТел»

_____/ В.А. Комков /
« ____ » _____ 2017 г.

ДОПУСТИТЬ К ЗАЩИТЕ

Зав. кафедрой, к.э.н., доцент

_____/ Т.А. Худякова /
« ____ » _____ 2017 г.

Диверсификация как один из путей повышения эффективности
деятельности ООО «СуТел»

ВЫПУСКНАЯ КВАЛИФИКАЦИОННАЯ РАБОТА
ЮУрГУ – 38.03.02.62. 2017. 154. ВКР

Руководитель, ст. преподаватель
_____/ Е.С.Пищулина

« ____ » _____ 2017 г.

Автор
студент группы ЭУ-590

_____/ Ю.В. Баранова /
« ____ » _____ 2017 г.

Нормоконтролер, к.э.н., доцент

_____/ К.В. Айхель /
« ____ » _____ 2017 г.

АННОТАЦИЯ

Баранова Ю. В. Диверсификация как один из путей повышения эффективности деятельности ООО «СуТел» – Челябинск: ЮУрГУ, 2017 г., 84 стр., 8 рис., 22 табл., библиогр. список – 67 наим.

Выпускная квалификационная работа направлена на изучение диверсификации как одного из путей повышения эффективности ООО «СуТел» в сфере информационных технологий.

Теоретическая часть выпускной квалификационной работы содержит основные теоретические основы понятия эффективность, методы оценки эффективности.

Выпускная квалификационная работа состоит из введения, основной части, заключения, библиографического списка.

Выполнен анализ зарубежного и российского опыта в сфере ИТ-технологий, а также анализ опыта в Челябинской области выполнена экономическая характеристика ООО «СуТел», предложена диверсификация с целью повышения эффективности организации.

В результате проведенной работы, были созданы и обоснованы мероприятия по диверсификации организации с целью повышения эффективности.

Мероприятия, предложенные в данной работе, могут быть использованы предприятием в его дальнейшей деятельности.

ОГЛАВЛЕНИЕ

ВВЕДЕНИЕ	5
1. ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ ЭФФЕКТИВНОСТИ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЙ ОТРАСЛИ ИНФОРМАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ.....	6
1.1 Сущность и содержание понятия эффективности деятельности предприятия.....	6
1.2 Диверсификация как способ повышения эффективности деятельности предприятия.....	11
1.3 Методы расчета показателей эффективности деятельности предприятия отрасли информационных технологий.	23
2. АНАЛИЗ РОССИЙСКОГО И ЗАРУБЕЖНОГО ОПЫТА ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЙ ОТРАСЛИ ИНФОРМАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ	33
2.1 Анализ зарубежного опыта деятельности предприятий отрасли информационных технологий	33
2.2 Анализ российского опыта деятельности предприятий отрасли информационных технологий	38
2.3 Анализ деятельности предприятий отрасли информационных технологий в Челябинске.....	50
3. РЕКОМЕНДАЦИИ ПО ПОВЫШЕНИЮ ЭФФЕКТИВНОСТИ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ООО «СУТЕЛ»	58
3.1 Экономическая характеристика ООО «СуТел».....	58
3.2 Мероприятия по повышению эффективности ООО «СуТел» и оценка их эффективности	70
БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК.....	82

ВВЕДЕНИЕ

В ходе своей деятельности любой организации необходимо рационально использовать свои ресурсы, максимизировать выгоду и минимизировать затраты – в этом главный смысл эффективности организации. По сути эффективность – есть результативность деятельности организации.

Анализ российского и зарубежного опыта сферы информационных технологий помог выбрать нужное направление для повышения эффективности деятельности организации – диверсификация деятельности организации. В наше время диверсификация широко используется как на российских рынках, так и зарубежом. Поэтому выбранная тема – «Диверсификация как один из путей повышения эффективности деятельности ООО «СуТел» актуальна.

Объект исследования – организация ООО «СуТел».

Предметом исследования является диверсификация в сфере информационных технологий.

Целью предлагаемых мероприятий стало повышение эффективности деятельности ООО «СуТел» путем горизонтальной диверсификации.

Задачи – проведение диверсификации и повышение эффективности деятельности ООО «СуТел».

В ходе анализа предложенных мероприятий стало ясно, что мероприятия эффективны, способны окупиться, и принести прибыль в короткий срок.

1. ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ ЭФФЕКТИВНОСТИ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЙ ОТРАСЛИ ИНФОРМАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ

1.1 Сущность и содержание понятия эффективности деятельности предприятия

Изначально понятие «эффективности» использовали по отношению к технике и технологиям, под ним подразумевали отношение выполненной работы к затраченной энергии.

Позднее понятие «эффективность» стали применять и в экономической сфере, а именно, как отношение выпущенной продукции к затратам на ресурсы – эффективность производственного цикла.

Вся целесообразная деятельность человека связана с эффективностью. В основе этого понятия лежит ограничение ресурсов, желание сэкономить время, получить как можно больше продукции из как можно меньшего количества ресурсов.

По ходу своей деятельности предприятию необходимо постоянно соотносить выгоды и издержки, то есть вести рациональную деятельность – максимизировать выгоды и минимизировать затраты. Это способствует повышению эффективности, а соответственно увеличивает получение возможных благ от имеющихся ресурсов.

В работе предприятия эффективность любой его деятельности характеризуется результативностью и определяется, как сумма доходов или прибыли, которые соотносятся с объемами привлеченных ресурсов, либо затрат. Зачастую, сложно выделить эффективность коммерческих операций, поэтому для оценки используют другие показатели, которые достаточно полно отражают успехи в коммерческой деятельности, по сравнению с обязательными показателями [8].

Эффективность деятельности предприятия – комплексное, разностороннее понятие. В условиях рыночной экономики необходимым условием эффективного

функционирования является баланс интересов всех участников бизнеса: собственников, менеджеров и производственных работников. Все они заинтересованы в эффективной работе предприятия. Таким образом, многосторонний контроль эффективности деятельности предприятия участниками бизнеса и внешними организациями создает для предприятия экономическую среду, где эффективная деятельность – необходимое условие его существования и функционирования.

Эффективность по сути это результативность деятельности. Следует различать понятия «экономический эффект» и «экономическая эффективность». Экономический эффект – абсолютный показатель, характеризующий результат деятельности в денежной оценке. Экономическая эффективность – относительный показатель, соизмеряющий полученный эффект с затратами или ресурсами, которые используются для достижения этого эффекта. Таким образом, экономическая эффективность отражает связь между результатом деятельности и затратами (ресурсами), произведенными (примененными) для получения этого результата. Экономическая эффективность выражается относительными показателями, которые рассчитываются, исходя из абсолютных характеристик результата и затрат (ресурсов). Критерий эффективности в экономической литературе формулируется по-разному: максимум результата при оптимальной величине затрат; максимум результата при минимуме затрат; максимум результата на единицу затрат; минимум затрат на единицу результата. Эффективность – это степень реализации всех целей организации, используя минимальные, но необходимые затраты. Это отношение результата деятельности к затратам на его достижение, т. е. результат сравнивается с затратами. При этом результаты и затраты могут быть сопоставимы в различных комбинациях:

- $\frac{\text{Результат}}{\text{Затраты}}$ – результат, полученный на единицу затрат;
- $\frac{\text{Затраты}}{\text{Результат}}$ – удельная величина затрат, приходящаяся на единицу

полученного результата;

- $\frac{\text{Результат}-\text{затраты}}{\text{Результат}}$ – удельная величина эффекта, приходящегося на единицу

получаемых результатов.

Эти соотношения являются базовыми при разработке показателей расчета эффективности [43].

Критерий отражает сущность эффективности и предопределяет набор показателей, характеризующих достижение целей. Критерии оценки эффективности деятельности организации для всех заинтересованных лиц (собственников, менеджеров, кредиторов, персонала) могут отличаться.

Невозможно дать оценку деятельности предприятия по какому-либо одному показателю, потому что производственно-хозяйственная деятельность и коммерческая деятельность имеют многообразие свойств и признаков. На практике для наиболее полной картины всегда используют систему показателей, показывающих различные стороны деятельности предприятия.

Показателем называют признак, который характеризует какую-либо одну сторону явления, действия, их качественную или количественную сторону, или степень выполнения определенной задачи. В России наукой и практикой была сформирована целая система экономических, финансовых и статистических показателей, разработаны методы их расчета и учета, но все они были рассчитаны на централизованно-плановую систему хозяйствования. С переходом к рыночным отношениям эта система показателей, как в части их расчета и учета, так и роли в обосновании решений претерпела ряд определенных изменений. Если в условиях плановой системы хозяйствования в оценке деятельности предприятия важную роль играли такие показатели, как выполнение плана, объем товарной продукции, объем валовой продукции, то в условиях рынка на первое место выдвигаются другие показатели: объем продаж, прибыль, рентабельность и целый список оптимизационных показателей. Ориентирование производства на удовлетворении спроса резко увеличила значение оценки различных вариантов удовлетворения спроса.

Все показатели, опираясь на требования рынка, можно разделить на:

- ресурсные, они оценивают эффективность использования всей массы ресурсов предприятия;
- затратные, они отражают уровень затрат на осуществление различных видов деятельности.

Такое деление условно и зависит от цели проводимого анализа. В зависимости от цели анализа показатели могут выражаться в форме абсолютных, относительных и средних величин, выделяют также структурные и приростные показатели.

Абсолютные показатели бывают стоимостными и натуральными. В условиях рыночных отношений первостепенное значение придается стоимостным, это обусловлено сущностью товарно-денежных отношений. Абсолютные показатели отражают уровень развития предприятия, достигнутый за определенный период времени. Ими являются: оборот (объем продаж), валовая и частичная выручка, валовая и частичная прибыль, величина дивидендов, уровень издержек производства и реализации продукции, основные и оборотные производственные фонды, уставный фонд, задолженность и др.

Относительные показатели определяются, как отношения абсолютных показателей, характеризующих долю одного показателя в другом, или как отношения разнородных показателей. Процедура их оценки заключается в сравнении отчетных значений с базисными плановыми, средними за предшествующий период, отчетными за предшествующие периоды, среднеотраслевыми, показателями конкурентов и т.д. К ним относятся: прибыль на единицу стоимости основных средств, издержек или уставного фонда; производительность; фондовооруженность труда и др.

Структурные показатели – показатели по расходам, капиталу, доходам, которые характеризуют долю отдельных элементов в итоговой сумме.

Приростные показатели отражают свое изменение за определенный период времени. Они могут быть даны в относительном или абсолютном выражении.

Таковыми являются, например, изменения уставного фонда за год, прибыли за год и т.д.

Из этого следует, что мы имеем дело с разнообразными и разнородными показателями, причем в одном и том же случае одни из них могут улучшаться, а другие ухудшаться. Например, увеличение прибыли при продажах в кредит (в случае задержки с выплатами) ведет одновременно и к уменьшению наличности. В условиях рынка в число контролируемых показателей входят: выручка от реализации, объем продаж, размер капитала, сумма чистой прибыли, величина активов, число акционеров, величина выплачиваемых дивидендов, доля экспорта в обороте и др.

В условиях рыночной экономики большое значение имеют показатели качества продукции или оказываемых услуг, так как качество продукции сильно влияет как на рост конкурентоспособности товаров, так и на рост продажной цены. Последнее увеличивает объем продаж, а, следовательно, и повышение прибыли.

Показатели качества различны для всех видов продукции разного потребительского назначения. Например, для продуктов питания главным показателем является содержание полезных веществ (белков, жиров, углеводов, витаминов и т.п.); для тканей, трикотажа и нетканых материалов – прочность окраски, степень усадки, прочность на разрыв; для швейных и трикотажных изделий – соответствие моде. Для оценки товаров длительного пользования применяются показатели экономичности, надежности, долговечности, степени учета требований технической эстетики, т.е. оцениваются свойства продукции, которые дают экономию средств как в производстве изделия, так и в процессе его эксплуатации. Так, последнее поколение телевизоров отличается меньшими габаритами, весом, меньшим потреблением электроэнергии и т.д. [10].

Систематический и всесторонний анализ эффективности деятельности предприятия позволит:

- быстро, качественно, профессионально оценивать результаты хозяйственной деятельности как предприятия в целом, так и его структурных подразделений;

- точно и своевременно находить, и учитывать факторы, которые влияют на получаемую прибыль по конкретным видам производимых товаров и предоставляемых услуг;

- определять затраты на производство и тенденции их изменения, что необходимо для разработки ценовой политики предприятия;

- находить оптимальные пути решения проблем предприятия и получения прибыли в ближайшей и отдаленной перспективах.

При рассмотрении показателей важно отметить, что рыночные отношения предполагают, что в каждой сфере бизнеса должны быть свои показатели, которые часто нигде более не применяются. Например, во многих отраслях пищевой промышленности большое значение в целях снижения издержек производства имеют степень глубины переработки сырья, использование вторичного сырья и пр.

Важно то, что нет и не может быть такого показателя хозяйственной деятельности, который подходил бы на все случаи жизни. Для того чтобы развиваться в условиях острой конкуренции, руководитель (предприниматель) должен видеть, чувствовать результаты всех видов деятельности своего предприятия, а это означает, что необходимо сформировать систему взаимосвязанных показателей, отражающих степень достижения целей, период времени и тип организации [37].

1.2 Диверсификация как способ повышения эффективности деятельности предприятия

Процесс диверсификации касается, прежде всего, внедрения новых технологий и перехода на новые рынки и отрасли, к которым ранее предприятие

не имело никакого отношения. При этом продукция или услуги, которыми предприятие принимает решение заниматься должны быть совершенно новыми.

Исторически наибольшее развитие диверсификация получила в середине 50-х годов, когда дало о себе знать относительное исчерпание внутренних источников роста эффективности производства и падение нормы прибыли на капитал, вложенный в традиционное производство. В настоящее время диверсификация – самая распространенная форма концентрации капитала.

Диверсификация обеспечивает эффективность функционирования компании независимо от жизненного цикла одного продукта и в большей мере обеспечивает устойчивый поступательный рост. Часто, диверсификация производства представляет собой переход от одностороннего, базирующегося на одном продукте производства, к многопрофильному, с обширной номенклатурой выпускаемой продукции. Если продукт имеет узкое применение, то компания – специализированная, если разнообразное, то это диверсификационная компания.

Для такой компании характерна совокупность нескольких отдельных видов бизнеса, поэтому создание корпоративной стратегии требует анализа более обширной информации, чем при создании стратегии одного вида бизнеса. Тяжело определить границы диверсификации, так как они подвижны, чем больше у предприятия направлений, тем выше уровень диверсификации. Диверсификация – это корректировка основной деятельности компании и переориентация ее стратегии. Уровень диверсификации определяют два показателя: номенклатура товаров и услуг деятельности фирмы и соотношения основного производства и диверсифицированного [41].

Основными причинами диверсификации является повышение экономической эффективности компании в данный момент и на длительную перспективу, а также экономическая стабильность и финансовая устойчивость, рост, прибыль, конкурентоспособность при полном использовании ресурсов.

Концепцию диверсификации трудно конкретизировать в определении. Она позволяет фирмам «держаться на плаву» при сложной экономической обстановке

благодаря широкому ассортименту товаров и услуг (убытки от невыгодных товаров можно покрыть доходами от других типов товаров), а также дает возможность расширяться в новых сферах. Этот процесс может происходить двумя путями: увеличение собственного производства или вследствие покупки уже готовых мощностей.

В качестве основных преимуществ диверсификации можно отметить получение крупными предприятиями дополнительного эффекта от разнообразия товаров и услуг. Его суть заключается в том, что производство разнообразных товаров и услуг на одном предприятии выгоднее, чем на разных специализированных предприятиях.

Основные источники эффекта разнообразия:

- совместное использование производственных мощностей в разных целях;
- продажа товаров и услуг через единую сеть, не обязательно совместную;
- передача технического и управленческого опыта, информации, знаний от одного производства другому;
- разнообразие информации, получаемой по подготовке работников.

Таким образом, диверсификация – это расширение предприятием предоставляемых им услуг, ассортимента выпускаемой продукции, доли рынка сбыта с целью повышения эффективности и устойчивости предприятия, увеличения прибыли, освоения новых рынков сбыта.

Методы диверсификации.

Диверсификация производства представляет собой проникновение специализированных компаний в новые сферы экономической деятельности с целью обеспечения стабильными условиями деятельности в нестабильной среде. Методы диверсификации всегда связаны с бизнесом и управлением. Диверсификация требует гибкого подхода и анализа, рассматриваются все методы:

- весь персонал и оборудование компании должны быть задействованы в достижении большего разнообразия товаров и услуг, этот метод подходит для компаний, где персонал «пропитан» духом исследований;

- повышение производительности за счет увеличения количества оборудования и качества организации, как правило это ведет к увеличению ассортимента;

- объединение компаний похожего размера и сферы деятельности;

- контроль заинтересованной компании над другой компанией, при этом присоединившаяся компания функционирует как отдельная структура;

- процесс привлечения управленческого таланта, наличных денег, технических навыков и других ресурсов должен происходить таким образом, чтобы компания извлекла определенные преимущества, такие как, поставки сырья, сотрудничество с другими фирмами.

Выделяют несколько типов диверсификации производства. Диверсификация производства является эффективным рыночным рычагом. Она направлена на снижение возможных рисков, рост выпускаемой продукции, увеличение рынка сбыта и активов компании. Ее последствие – преобразование компании в сложный производственный процесс.

Связанный тип, этот тип диверсификации производства предполагает создание новой сферы деятельности предприятия, связанной с уже действующей деятельностью. Связаны они могут быть за счет маркетинговых стратегий, одним поставщиком или технологическим процессом.

В свою очередь связанная диверсификация делится на горизонтальную и вертикальную.

Горизонтальная диверсификация – при данном типе диверсификации предприятие расширяет ассортимент производимой продукции за счет типичности производственного цикла, с использованием новых технологических решений, она позволяет коренным образом изменить производственную деятельность и расширить ассортимент продукции. Компания работает с теми же

клиентами, поставщиками сырья и реализаторами продукции, но сама продукция подвергается преобразованию – добавляются новые виды ассортимента. Например, молокозавод разрабатывает новый вид сыра, появляется новый сорт. При горизонтальной диверсификации можно работать в двух направлениях: либо разработать новую производственную технологию на прежних производственных мощностях, либо освоить новый рынок сбыта. Наибольшую эффективность от внедрения стратегии можно получить, если:

- производитель выпускает инновационную, интересную покупателям продукцию по новым технологиям;
- производство, уже получившее популярность продукта, путем небольшого изменения уже знакомых товаров. Это свойственно для компаний, которые не имеют возможностей для выпуска совершенно новой инновационной продукции.

При горизонтальной стратегии требуется вложение дополнительных денежных средств, чтобы запустить новую линию производства, для изготовления новой или усовершенствованной продукции.

При вертикальной стратегии предприятие расширяет производство за счет технологий, которые предшествуют или идут после настоящего производственного процесса. Например, предприятие, выпускающее ткани начало производство домашней одежды. Важно то, что все производственные процессы и реализация продукции контролирует одна компания, без включения посредников.

Несвязанный тип диверсификации производства(латеральный) предполагает создание новой сферы производства, которая не связана с существующей деятельностью предприятия ни в технологиях производства, ни с коммерческой стороны. Такой вид развития протекает благополучно, если активы компании не имеют высокой стоимости.

Этот тип диверсификации имеет сложный и рискованный характер, так как осваиваются новые технологии и рынки сбыта.

Например, деревоперерабатывающая компания расширилась за счет открытия компания по переработке энергоресурсов [17].

В рисунке 1.1 отражены типы диверсификации.



Рисунок 1.1– Типы диверсификации

Плюсы и минусы диверсификации производства представлены в таблице 1.1.

Таблица 1.1 – Плюсы и минусы диверсификации производства

Минусы диверсификации	Плюсы диверсификации
Есть проблемы в планировании и бюджетировании развития различных бизнес– направлений	Повышение финансовой устойчивости компании в случае рейдерских захватов или кризиса
Плохо управлять различными, не связанными друг с другом направлениями бизнеса	Есть возможность эффективно распределять денежные средства между направлениями с целью инвестирования в новые виды бизнеса
Есть риск инвестировать в убыточные направления и компании, что снизит общую доходность и прибыль компании	Ассортиментные преимущества перед конкурентами, связанные с возможностью предложения новых услуг, товаров, расширенного ассортимента

Появление сложностей в объединении процессов и расчетов между различными бизнес– направлениями	Возможность заимствований между различными компаниями, направлениями
--	--

Диверсификация имеет несколько стратегий. При наличии сильных конкурентов, падении спроса на продукцию, снижении прибыли у предприятия появляется потребность в разработке стратегии диверсификации. Такая стратегия дает предприятию необходимую гибкость и способность адаптироваться к постоянно изменяющимся условиям рынка.

Идея об изменении составляющих деятельности предприятия, а именно– продукции; каналов сбыта; сферы функционирования; положения компании в отрасли, лежит в основе стратегии диверсификации предприятия. При этом диверсификация требует большой концентрации усилий во многих сферах деятельности, но ослабляет контроль над рынком, это может привести к снижению конкурентоспособности предприятия. Также важно то, что затраты при вхождении в новую отрасль достаточно велики и могут снизить предполагаемую прибыль, поэтому необходимо рационально подходить к решению о диверсификации.

После принятия решения диверсифицировать предприятие, следует рассмотреть несколько альтернативных путей. Следует принять решение о том, как диверсификация будет осуществлена: с родственными видами бизнеса, неродственными или сочетая оба случая.

Выделяют шесть альтернативных стратегий:

- стратегии вхождения в новые отрасли, путем объединения, приобретения или создания новой организации внутри старой.
- стратегии родственной диверсификации.
- стратегии неродственной диверсификации.
- стратегии исключения и ликвидации.
- стратегии обновления компании, сокращения и реструктуризации.

- стратегии многонациональной диверсификации.

Первые три стратегии определяют пути диверсификации, а последние— стратегии отвечают за укрепление позиций и улучшение работы уже диверсифицированных компаний.

Первый тип – стратегии входа в новый бизнес.

Стратегии входа в новый бизнес осуществляются путем:

- приобретения;
- создания новой компании внутри старой;
- совместного предприятия.

Приобретение нового производства – самый распространенный путь диверсификации в другую отрасль. Его преимущество– быстрый выход на целевой рынок.

При данном способе компании, проводящей диверсификацию, не нужно приобретать технологический опыт, устанавливать взаимоотношения с поставщиками и многое другое.

Также диверсификация может осуществляться путем создания новой компании внутри старой, но при этом способе новой компании необходимо внести капиталовложения в новые производственные мощности, наладить снабжение, нанять и подготовить персонал, создать каналы распространения, расширить клиентскую базу и тому подобное. Этот способ наиболее благоприятен для выхода на рынки новой отрасли, когда:

- есть время для того, чтобы организовать полный цикл производства и реализации;
- действующие компании слабо реагируют на внедрение на рынок новой компании;
- выход на рынок требует меньших затрат, чем приобретение новой компании;
- у компании уже достаточно опыта и знаний, для создания эффективной конкуренции;

- в целевой отрасли достаточно мелких фирм и компаний и ей не будут противостоять крупные компании.

Совместные предприятия – это удобный способ получения нового бизнеса. Стратегия совместных предприятий является хорошей организационной формой для осуществления деятельности, которая неэкономична или слишком рискованна для одной компании. При объединении ресурсов и опыта двух или нескольких компаний, создаётся организация, обладающая всеми необходимыми ресурсами, чтобы стать сильным конкурентом. Каждый из партнеров привносит знания и ресурсы, которые необходимы в достижении успеха.

При объединении с иностранными партнерами преодолеваются импортные квоты, тарифы, национальные и политические интересы.

Второй тип – стратегии родственной диверсификации.

Стратегия родственной диверсификации означает внедрение в обладающие «стратегическим соответствием» бизнесы.

Стратегическое соответствие существует при различных видах бизнеса с родственными производственными процессами, которые позволяют перенести опыт и квалификацию с одного бизнеса на другой, снизив расходы за счет объединения родственных подразделений отдельных бизнесов.

Отношения стратегического соответствия создают возможности для обмена технологиями, поставщиками сырья, источниками сырья, изготовления деталей и получают преимущества и повышение эффективности от общей торговой марки.

К широко используемым подходам родственной диверсификации относятся:

- внедрение в такие бизнесы, в которых уже использован имеющийся персонал, который занимается сбытом, рекламой и распределением (например, хлебопекарня приобретает производство сухих завтраков);
- использование похожих по роду деятельности технологий;
- перенос инноваций и опыта из одной отрасли в другую;

- перенос торговой марки и репутации компании на новую продукцию или услугу.

Например, предприятие, занимающиеся производством шин диверсифицируется в авторемонтную мастерскую.

Можно привести много примеров родственной диверсификации, например, номенклатура продукции компании Procter & Gamble содержит стиральный порошок Tide, шампунь Head and Shoulders и многие другие – вся эта продукция относится к различным бизнесам, которые имеют своих конкурентов и к которым предъявляются совершенно различные производственные требования, но все производства компании Procter & Gamble все еще остаются в рамках родственной диверсификации, потому что их продукция проходит через одни оптовые каналы распределения, продается в одних магазинах одним и тем же покупателям, рекламируется одинаковыми методами и требует одной и той же маркетинговой и сбытовой квалификации.

Третий тип – стратегии неродственной диверсификации.

Многие компании выбирают путь неродственной диверсификации, несмотря на преимущества стратегического соответствия. Ни готовы расширяться в любую отрасль с целью получения прибыли. Смысл неродственной диверсификации заключается в том, что любая, купленная на выгодных условиях, компания представляет хороший объект для диверсификации. Зачастую компании прибегают к этой стратегии с целью быстрого достижения финансовой выгоды.

С этой точки зрения представляют интерес:

- компании имеющие богатые перспективы, но нуждающиеся в капиталовложениях интересны для мощных в финансовом отношении компаний;
- компании с недооцененными активами, есть возможность приобрести компанию по цене, превышающей затраты на покупку, т.е. ниже рыночной;
- компании с недостатком финансовых ресурсов, такие компании можно приобрести по низкой цене, наладить их работу за счет финансовых ресурсов,

управленческих возможностей, а затем использовать с целью получения долгосрочной экономической выгоды, либо продать с прибылью.

Компании, которые внедряют стратегию неродственной диверсификации, обычно не создают новые компании, а выходят на целевые рынки путем приобретения уже действующих компаний. Такие компании часто называют конгломератами, так как в них отсутствует стратегическое направление, а их интересы направлены на обширный диапазон разных отраслей экономики.

Неродственная диверсификация обладает преимуществами:

- предпринимательский риск распределяется по различным отраслям, это делает компанию менее зависимой от одного бизнеса. При неродственной диверсификации снижается финансовый риск, потому что инвестиции можно распределить между разнообразными бизнесами;

- финансовые ресурсы можно инвестировать в любые отрасли, в зависимости от возможности извлечения наибольшей прибыли.

Четвертый тип – стратегия ликвидации.

Даже если хорошо продумать стратегию диверсификации, можно приобрести бизнес, который со временем окажется просто неработоспособным. Кроме того, со временем меняется и долгосрочная привлекательность бизнеса. При неработоспособности бизнеса встает вопрос, стоит ли продолжать деятельность в этой отрасли, или прекратить. Может получиться так, что несмотря на хорошее финансовое положение некоторые виды бизнеса не работают с другими бизнесами компании так, как это предполагалось.

При таком стечении обстоятельств наиболее рациональным решением будет продажа этого бизнеса в максимально быстрые сроки.

Ликвидация осуществляется путем выделения бизнеса материнской компанией в финансово и управленчески отдельную компанию, или материнская компания может сама продать бизнес, как свою часть.

Ликвидация является самой неприятной стратегией, особенно если предприятие не диверсифицировано, это означает прекращение его

существования. Для диверсифицированного предприятия остаются шансы на работу остальных бизнесов.

Пятый тип – стратегии обновления компании, сокращения и реструктуризации.

В одном или нескольких бизнесах сразу может возникнуть тяжелое положение. Это может быть результатом убытков и вызвать тяжелое финансовое состояние корпорации.

Стратегии обновления направлены не на ликвидацию убыточных фирм, а наоборот на их превращение в мелкие прибыльные компании. Такие стратегии применяются тогда, когда причины сложного положения краткосрочны, а бизнесы действуют в экономически привлекательных отраслях и их ликвидация не имеет смысла.

Стратегии сокращения направлены на концентрацию диверсификации в отношении меньшего количества бизнесов, обычно она реализуется, когда корпорация принимает решения, что компания достаточно диверсифицирована и необходимо направить свои усилия на основные виды бизнеса.

Иногда такие решения принимаются по причине того, что диверсификационные компании не стали прибыльными, поэтому принимается решение сделать прибыльными только некоторые виды бизнеса.

Также руководители решают, что диверсификация фирмы слишком расплывлена и для улучшения положения нужно сконцентрировать внимание на меньшем количестве бизнесов и сократить, то есть ликвидировать, те фирмы, которые вносят наименьший вклад в прибыль. Ликвидация таких фирм освобождает ресурсы для погашения существующих долгов и расширение основных бизнесов.

Стратегии реструктуризации направлены на перестройку портфеля бизнесов и целесообразны, когда:

- анализ стратегии показал, что портфель компании содержит несколько медленно развивающихся, затухающих и неконкурентоспособных бизнесов;

- основные бизнесы компании попали в трудное время;
- новое руководство приняло решение об изменении направления деятельности компании;
- необходима перестройка портфеля и нежно создание позиции в новой отрасли из-за наплыва новых технологий и продукции;
- планируется покупка крупного бизнеса и для ее финансирования требуется продажа старых бизнесов;
- требуется обеспечение долгосрочных перспектив корпорации.

Реструктуризация портфеля может содержать и ликвидацию старых бизнесов, и создание новых. Кандидатами на внедрение стратегий становятся компании слабые и нестабильно развивающиеся, и те, и те которые находятся в непривлекательных отраслях.

Многие корпорации, внедряющие диверсификацию, разочаровываются работой некоторых бизнесов и испытывают затруднение в управлении сразу несколькими неродственными бизнесами. Они реструктуризируют свои портфели для того чтобы сузить область главной деятельности.

Шестой тип – стратегии многофункциональной диверсификации.

Стратегии многонациональной диверсификации – это диверсификация в национальные рынки. В этой ситуации для руководства важно рассмотреть и реализовать большое число стратегий для национальных рынков, которые будут приемлемы в конкретной ситуации.

Такие компании могут получить преимущество за счет диверсификации в отрасли путем родственной диверсификации [17, 41].

1.3 Методы расчета показателей эффективности деятельности предприятия отрасли информационных технологий.

Выделяют две концепции расчета показателей эффективности – ресурсную и затратную. Ресурсная оценивает эффективность использования все массы

ресурсов предприятия, а затратная оценивает эффективность только потребленной части этих ресурсов в определенном процессе.

Логика подбора экономических показателей вытекает из цели деятельности исследуемой системы. После определения показателей эффективности разрабатывают методику их исчисления. Эффективность деятельности любого предприятия оценивают абсолютными и относительными показателями. Абсолютные показатели помогают проанализировать динамику различных показателей прибыли (экономической, чистой, от продаж) за ряд лет, они имеют больше арифметический характер, чем экономический, поскольку не учитывают инфляционные процессы. Относительные показатели имеют преимущества, так как не подвержены инфляции [18].

К услугам в сфере информационных технологий относят:

- ИТ-аутсорсинг,
- внедренческий консалтинг,
- системная интеграция,
- установка и поддержка оборудования и программного обеспечения.

Понятие услуг в сфере информационных технологий родственно термину ИТ-аутсорсинг. Под ИТ-аутсорсингом понимается предоставление услуг поддержки систем в сфере информационных технологий. Это способ оптимизации деятельности предприятия путем передачи непрофильных функций, связанных с информационными технологиями, внешним специализированным компаниям. Под понятие аутсорсинга информационных технологий подпадают работы в области использования информационных технологий, такие как поддержка программного обеспечения, обслуживание компьютерного или сетевого оборудования, создание и ведение информационных сайтов в интернете и т.п. [22].

На данный момент нет какой – то общей базы показателей эффективности, можно использовать любые показатели, которые могут полно отразить картину деятельности предприятия.

Для экономической характеристики предприятия, действующего в сфере информационных технологий, я предлагаю опираться на следующие показатели:

Показатели финансовой устойчивости предприятия

- Коэффициент автономии (финансовой независимости)

$$K_{з/с} = \frac{\text{Собственный капитал}}{\text{Активы}}, \quad (1)$$

нормальное значение коэффициента автономии в российской практике: 0,5 и более (оптимальное 0,6-0,7). В мировой практике считается минимально допустимым до 30-40% собственного капитала.

Рост коэффициента автономии свидетельствует об увеличении финансовой независимости.

- Коэффициент соотношения заемных и собственных средств (финансовый леверидж) ($K_{з/с}$)

$$K_{з/с} = \frac{\text{Заемный капитал}}{\text{Собственный капитал}}, \quad (2)$$

показывает, сколько приходится заемных средств на 1 руб. собственных средств.

- Коэффициент соотношения мобильных и иммобилизованных средств ($K_{мс/ис}$)

$$K_{мс/ис} = \frac{\text{Оборотные активы}}{\text{Внеоборотные активы}}, \quad (3)$$

показывает сколько оборотного капитала предприятия приходится на внеоборотные активы. Если показатель больше 1, это означает, что на предприятии доминируют оборотные активы, если меньше 1 значит на предприятии большую часть занимают внеоборотные активы. Чем выше значение данного коэффициента, тем больше предприятие вкладывается в оборотные активы.

- Коэффициент обеспеченности собственными оборотными средствами ($K_{оос}$)

$$K_{оос} = \frac{\text{Собственный капитал} - \text{Внеоборотные активы}}{\text{Оборотные активы}}, \quad (4)$$

показывает достаточность у организации собственных средств для финансирования текущей деятельности.

- Коэффициент маневренности (K_M)

$$K_M = \frac{\text{Собственные основные средства}}{\text{Собственный капитал}}, \quad (5)$$

показывает, способность предприятия поддерживать уровень собственного оборотного капитала и пополнять оборотные средства в случае необходимости за счет собственных источников. Отрицательный коэффициент маневренности означает низкую финансовую устойчивость в сочетании с тем, что средства вложены в медленно реализуемые активы (основные средства), а оборотный капитал формировался за счет заемных средств.

- Коэффициент обеспеченности запасов и затрат собственными средствами ($K_{OЗЗС}$)

$$K_{OЗЗС} = \frac{\text{Основные средства}}{\text{Запасы и затраты}}, \quad (6)$$

показывает, какая часть запасов и затрат финансируется за счет собственных источников, в норме 0,6-0,8.

- Коэффициент краткосрочной задолженности ($K_{к.з.}$)

$$K_{к.з.} = \frac{\text{Краткосрочные обязательства}}{\text{Долгосрочные обязательства} + \text{Краткосрочные обязательства}}, \quad (7)$$

показывает какая доля в общей сумме задолженности требует краткосрочного погашения.

Показатели ликвидности организации

Коэффициенты ликвидности показывают способность компании вовремя выполнять свои краткосрочные финансовые обязательства.

- Коэффициент абсолютной ликвидности

$$K_{a.l} = \frac{ДС + КФВ}{ТП}, \quad (8)$$

где $K_{a.l}$ – коэффициент абсолютной ликвидности;

ДС – денежные средства, руб.;

КФВ – краткосрочные финансовые вложения, руб.;

ТП – текущие пассивы, руб.

Коэффициент абсолютной ликвидности показывает платежеспособность организации на дату составления баланса.

- Коэффициент критической (срочной) ликвидности

$$K_{к.л} = \frac{ДС+КФВ+КДЗ}{ТП}, \quad (9)$$

где $K_{к.л}$ – коэффициент критической ликвидности;

ДС – денежные средства, руб.;

КФВ – краткосрочные финансовые вложения, руб.;

КДЗ – краткосрочная дебиторская задолженность, руб.;

ТП – текущие пассивы, руб.

Коэффициент срочной ликвидности показывает прогнозируемые платежные возможности организации при условии своевременного проведения расчетов с дебиторами. Этот коэффициент является «лакмусовой бумажкой» ликвидности организации.

- Коэффициент текущей ликвидности (коэффициент покрытия)

$$K_{т.л} = \frac{ОА-ДДЗ}{ТП}, \quad (10)$$

где $K_{т.л}$ – коэффициент текущей ликвидности;

ОА – оборотные активы, руб.;

ДДЗ – долгосрочная дебиторская задолженность, руб.;

ТП – текущие пассивы, руб.

Коэффициент текущей ликвидности отражает достаточность текущих активов для погашения краткосрочных обязательств организации. Характеризует запас прочности, возникающей вследствие превышения ликвидного имущества организации над имеющимися краткосрочными обязательствами.

Показатели эффективного использования основных средств

- Рентабельность собственного капитала ($R_{СК}$)

$$R_{СК} = \frac{\text{Чистая прибыль}}{\text{Средняя величина собственного капитала}}, \quad (11)$$

показывает насколько эффективно организация использует собственный капитал. Выше ставки рефинансирования.

- Рентабельность активов (R_A)

$$R_A = \frac{\text{Чистая прибыль}}{\text{Средняя величина активов}}, \quad (12)$$

измеряет операционную эффективность организации. Основным критерий эффективности, в соответствии с которым организация распределяет свои ресурсы и управляет ими. Стремится к увеличению.

- Рентабельность деятельности (R_D)

$$R_D = \frac{\text{Чистая прибыль}}{\text{Выручка}}, \quad (13)$$

показывает эффективность функционирования организации. Стремится к увеличению.

- Рентабельность продаж ($R_{Пр}$)

$$R_{Пр} = \frac{\text{Прибыль от продаж}}{\text{Выручка от продаж}}, \quad (14)$$

используется в качестве основного индикатора для оценки финансовой эффективности компаний, которые имеют относительно небольшие величины основных средств и собственного капитала. Оценка рентабельности продаж позволяет более объективно взглянуть на состояние дел.

Показатели эффективного использования основных средств

- Фондоотдача (Φ_0)

$$\Phi_0 = \frac{\text{Выручка}}{\text{Основные средства}}, \quad (15)$$

характеризует эффективность использования основных средств организации. Фондоотдача показывает, сколько выручки приходится на единицу стоимости основных средств.

- Фондоёмкость (Φ_E)

$$\Phi_E = \frac{\text{Основные средства}}{\text{Выручка}}, \quad (16)$$

показывает, какая сумма основных средств приходится на каждый рубль готовой продукции. Чем меньше этот показатель, тем эффективнее используется оборудование предприятия. Уменьшение показателя во времени является положительной тенденцией в развитии предприятия.

- Рентабельность основных средств (R_{OC})

$$R_{OC} = \frac{\text{Чистая прибыль}}{\text{Основные средства}}, \quad (17)$$

показывает эффективность использования основных средств и прочих внеоборотных активов предприятия, измеряемую величиной прибыли, приходящейся на единицу стоимости средств.

Показатели деловой активности организации

- Коэффициент оборачиваемости оборотных средств (N_{OC})

$$N_{OC} = \frac{\text{Выручка от реализации}}{\text{Средняя величина оборотных средств}}, \quad (18)$$

показывает число оборотов, которые основные средства совершают за плановые период.

- Коэффициент оборачиваемости дебиторской задолженности ($N_{ДЗ}$)

$$\frac{\text{Выручка от продаж}}{\text{Средняя сумма дебиторской задолженности}}, \quad (19)$$

показывает число оборотов за период предоставления коммерческого кредита организацией своим клиентам.

- Коэффициент оборачиваемости кредиторской задолженности ($N_{КЗ}$)

$$N_{КЗ} = \frac{\text{Выручка от продаж}}{\text{Средняя сумма кредиторской задолженности}}, \quad (20)$$

показывает скорость оборота задолженности организации (в норме $N_{ДЗ} > N_{КЗ}$).

- Коэффициент оборачиваемости активов (капитала) (N_A)

$$N_A = \frac{\text{Выручка}}{\text{Среднегодовая стоимость активов}}, \quad (21)$$

показывает интенсивность использования организацией всех совокупных активов.

- Коэффициент оборачиваемости запасов (N_3)

$$N_3 = \frac{\text{Себестоимость произведенной продукции}}{\text{Средняя величина запасов}} \quad (22)$$

показывает количество дней, которое уходит на то, чтобы произвести и продать товары.

- Коэффициент оборачиваемости чистого оборотного капитала ($N_{\text{ЧОК}}$)

$$N_{\text{ЧОК}} = \frac{\text{Выручка от продаж}}{\text{Средняя величина среднего оборотного капитала}} \quad (23)$$

отражает период оборота чистого оборотного капитала.

Для оценки эффективности внедряемых мероприятий можно опираться на инвестиционные показатели деятельности организации.

Инвестиционные показатели деятельности организации

- Чистый дисконтированный доход (NVP)

$$NVP = \sum_{t=0}^n \frac{CF_t}{(1+R)^t} - IC, \quad (24)$$

где n, t – количество временных периодов;

CF – денежный поток;

IC – инвестиции;

R – стоимость капитала (ставка дисконтирования).

Показатель показывает величину денежных средств, которую инвестор ожидает получить от проекта, после того, как денежные притоки окупят его первоначальные инвестиционные затраты и периодические денежные оттоки, связанные с осуществлением проекта.

- Индекс рентабельности инвестиций (PI)

$$PI = 1 + \frac{NPV}{IC}, \quad (25)$$

где NPV – чистый дисконтированный доход;

IC – инвестиции.

Индекс доходности инвестиций — это доход на единицу вложенных средств. Чем выше показатель доходности, тем предпочтительнее проект. Если индекс равен 1 и ниже, то проект едва ли отвечает или даже не отвечает минимальной ставке доходности. Индекс, равный 1, соответствует нулевой чистой текущей стоимости.

- Период окупаемости первоначальных инвестиций (PP)

$$PP = \frac{IC}{CF_t}, \quad (26)$$

где IC – инвестиции;

CF_t – величина годового притока денежных средств.

Показатель периода окупаемости первоначальных инвестиций измеряется в месяцах, кварталах, годах, он показывает период времени, за который возмещаются первоначальные денежные инвестиции.

- Дисконтированный период окупаемости (DPP)

$$DPP = \frac{IC}{\text{Дисконтированный чистый, поток денежных средств}}, \quad (27)$$

где IC – инвестиции.

Показывает период времени, необходимый для возмещения дисконтированной стоимости инвестиций за счет настоящей стоимости будущих денежных поступлений.

- Точка безубыточности

в натуральном выражении:

$$ТБн = \frac{З_{\text{пост}}}{(Ц - З_{\text{пер}})}, \quad (28)$$

где $З_{\text{пост}}$ – постоянные затраты;

$З_{\text{пер}}$ – переменные затраты;

Ц – цена за единицу продукции;

в денежном выражении:

$$ТБд = ТБн * Ц \quad (29)$$

где ТБн – Точка безубыточности в натуральном выражении

Ц – цена за единицу продукции;

Показывает объем продаж при котором предприятие покрывает все свои расходы, не получая прибыли. Ее величина играет важную роль в вопросе устойчивости и платежеспособности компании [32, 34].

2. АНАЛИЗ РОССИЙСКОГО И ЗАРУБЕЖНОГО ОПЫТА ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЙ ОТРАСЛИ ИНФОРМАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ

2.1 Анализ зарубежного опыта деятельности предприятий отрасли информационных технологий

Мировой рынок информационных технологий включает в себя несколько основных сегментов:

- ИТ-услуги
- Программное обеспечение
- Компьютерная техника
- Оборудование связи

В данном разделе хотелось бы рассказать сначала о опыте мировых компаний, работающих в сфере ИТ-услуг, о том, как появился мировой рынок информационных услуг.

Формирование устойчивого рынка ИТ-услуг началось с середины 1950-х годов. Основными поставщиками информационных услуг, на тот момент, являлись информационные службы академических, профессиональных и научно-технических обществ, государственных учреждений и, учебных заведений, а основными потребителями были – ученые и специалисты в области науки и техники.

С начала 1960-х годов параллельно с рынком информационных услуг начал формироваться рынок услуг электронной обработки и передачи информации.

С середины 1960-х до середины 1970-х годов в результате широкого внедрения компьютерной техники важнейшим видом информационных услуг стали базы данных, содержащие разные виды информации по всевозможным отраслям знаний.

С середины 1970-х годов с созданием национальных и глобальных сетей передачи данных ведущим видом информационных услуг стал диалоговый поиск информации в удаленных от пользователя базах данных.

Начиная с 1980-х годов информационная, индустрия приобретает все больший удельный вес и влияние на экономическую и социальную жизнь общества.

До середины 1980-х годов лидирующее место на рынке информационных услуг со значительным отрывом от других стран занимали США. Причем государственная политика была сориентирована на повышение роли рынка и сокращение роли государства.

С середины 1980-х годов Япония и страны Западной Европы догнали США во многом благодаря смешанному характеру экономики всей индустрии информации с преобладанием государственного сектора. В настоящее время на информационном рынке наметилось отставание США по темпам роста информационных услуг от Японии и других стран, что побудило правительство США принять ряд мер и скорректировать государственную политику в сторону увеличения государственного регулирования и дополнительного финансирования системы научно-технических коммуникаций [35].

В настоящее время ИТ-услуги является неотъемлемой частью экономики любой страны. Согласно данным аналитиков Gartner, в 2016 году расходы на ИТ в глобальном масштабе составили 3,375 трлн \$, что на 0,6% меньше, чем годом ранее. По прогнозам аналитиков в 2017 году мировой объем продаж ИТ в целом вырастет на 2,9% по сравнению с 2016 годом и достигнет 3,5 трлн \$. В первую очередь рост рынка обеспечат программное обеспечение и ИТ-услуги. Сектор ИТ-услуг в 2016 году вырос на 3,9% до 899 млрд \$., а в 2017 году вырастет еще на 4,2% до 938 млрд \$.

Так же согласно данным Gartner решение о выходе Великобритании из Евросоюза привело к снижению объема мирового рынка информационных технологий в 2016 году. Без учета рынка Великобритании мировой рынок вырос

бы на 0,2%, тогда как с учетом его объем рынка упал на 0,3% по сравнению с 2015 годом. Компании внимательно следят за ходом переговоров Великобритании и ЕС, и в инвестициях в сфере ИТ происходят изменения. Например, в ряде европейских стран должны вырасти вложения в ИТ в области финансовых услуг. В ряде банков рассматривают возможность перевода деятельности в Нидерланды, Люксембург и Ирландию, и эти страны наращивают вложения в сферу ИТ. Результаты выборов в США, по мнению аналитиков, на состоянии рынка информационных технологий существенно не сказались.

Таблица 2.1 –

Прогнозы и результаты развития рынка ИТ

Сектор рынка	Результат 2016 г., млрд. долл.	Рост по сравнению с 2015 г., %	Результат 2016 г., млрд. долл. (прогноз)	Рост по сравнению с 2017 г., %	Результат 2018 г., млрд. долл. (прогноз)	Рост по сравнению с 2017 г., %
ИТ сфера в целом	3 375	-0,6	3 463	2,7	3 553	2,7
ИТ-услуги	899	3,9	938	4,2	981	4,7
Дата-центры	170	-0,6	175	2,6	176	1,0
Программное обеспечение	333	5,9	355	6,8	380	7,0
Компьютерная техника	588	-8,9	589	0,1	589	0,0
Коммуникационные услуги	1 384	-1,0	1 408	1,7	1 426	1,3

Как мы видим в этой таблице сфера ИТ-услуг является перспективным направлением, и наряду с программным обеспечением обеспечивает рост ИТ-сферы в целом.

Согласно данным исследования мирового рынка ИТ-аутсорсинга, опубликованным аналитической компанией IDC в мае 2015 года, компания IBM является крупнейшим поставщиком услуг ИТ-аутсорсинга по итогам 2014 года (выручка 13,8 млрд \$), IBM – американская компания со штаб-квартирой в Армонке, основана в 1911 году, один из крупнейших в мире производителей и поставщиков аппаратного и программного обеспечения, а также ИТ-сервисов и консалтинговых услуг, в 2015 году штат насчитывал более 377 000 специалистов.

В тройку лидеров также входят компании:

- CGI (2,8 млрд \$) канадская компания, работающая в области информационных технологий, коммуникаций и управления бизнес-процессами, созданная в 1976 году Сержем Годеном и Андре Имбо. CGI с филиалами использует труд более 68 000 специалистов, работающих в 400 офисах в 40 странах мира;

- Cognizant (2,7 млрд \$) была основана не так давно в 1994 году. В принципе, можно считать компанию американо-индийской главный офис данной компании находится в индийском городе Ченнаи (бывший Мадрас). На Cognizant Technology Solutions работает около 187 000 человек, из которых больше 100 000 – это индийцы. Компания занимается предоставлением бизнес услуг консалтинга аутсорсинга и также разрабатывает программное обеспечение и приложения для оптимизации ведение бизнеса и делопроизводства.

Выручка крупнейших компаний от продажи ИТ-услуг

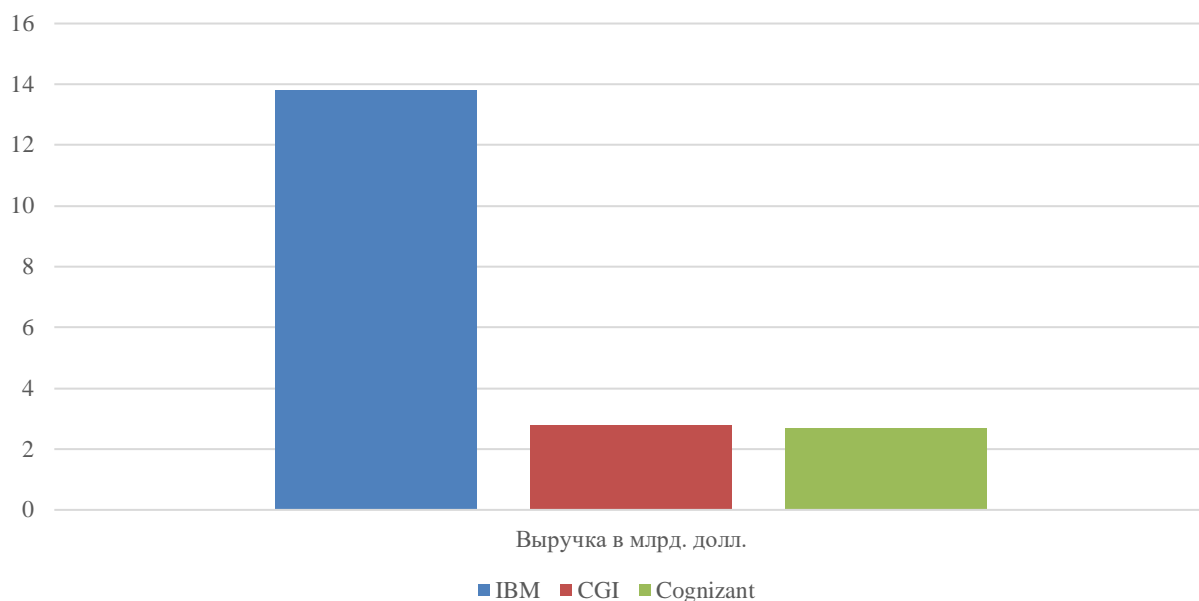


Рисунок 2.1 – Выручка крупнейших компаний от продажи ИТ-услуг

В 2014 больше половины совокупной стоимости контрактов на рынке ИТ-аутсорсинга пришлось на пять крупнейших вендоров.

Аналитики отмечают интересный факт: в 2014 году в каждой четвертой (23%) крупнейшей в мире сделке по оказанию аутсорсинговых ИТ-услуг исполнителем выступала компания из Индии. Эксперты отмечают, что индийские аутсорсеры успешно конкурируют с лидерами рынка, используя офшорную бизнес-модель и новые методы оказания услуг, такие как хостинг и облачные сервисы. Кроме того, индусы активно инвестируют средства в развитие аналитики, мобильных технологий и социальных сетей.

Крупные зарубежные ИТ-компании постоянно диверсифицируют свой бизнес, для выхода на новые рынки они открывают новые подразделения, или покупают более мелкие компании. Например, компания amazon известная на весь мир своей торговой площадкой в сети интернет, очень удачно расширила свой бизнес создав облачную платформу Amazon Web Services, которая на текущий момент является основным драйвером роста для компании, и позволила ей стать конкурентам таким гигантам как Microsoft, Google, IBM, Oracle и VMware [62].

2.2 Анализ российского опыта деятельности предприятий отрасли информационных технологий

Отечественный коммерческий сектор ИТ-услуг начал формироваться практически с нуля в начале 90-х годов в то время как в западных странах история развития ИТ насчитывает уже несколько десятилетий. В 90-х годах сектор отличался высокой динамикой, доходы каждый год увеличивались более, чем вдвое. Активный спрос на услуги в сфере информационных технологий предъявляли быстро формировавшиеся в этот период на базе информационных технологий отрасли, страховых банковских и телекоммуникационных услуг; на использование компьютерных сетей и баз данных так же переходили организации торговой сферы и органы государственного управления, но в этих сферах рост был не таким быстрым. Компьютеризация производственных операций и функций управления так же распространялась на многие отрасли промышленности.

С началом нового тысячелетия темпы роста сферы ИТ-услуг замедлились с 99 процентов в 2001 году до 28 процентов в 2007 году, такой уровень роста более соответствует динамике информатизации в развитой экономике. По данным Росстата, объем продукции российского сектора ИТ-услуг в 2007 году достиг 51,5 млрд. рублей. Его развитие характеризуется значительными колебаниями, например, в 2006 году темп прироста снизился до 9 процентов, что свидетельствует о его сравнительно небольших масштабах и, соответственно, крайней зависимости многих показателей даже от реализации нескольких крупных проектов.

Анализ структуры ИТ-услуг на российском рынке показывает устойчивое доминирование заказов, связанных с разработкой информационно-технологической концепции всего предприятия. ИТ-консалтинг все чаще привлекался для системной реструктуризации бизнес-процессов предприятия. Аутсорсинговым компаниям делегировались, кроме того, услуги по мониторингу эффективности непрофильных видов деятельности. Во второй пятилетке 21 века

на ИТ-консалтинг приходилось 50-60 процентов всего объема отечественного рынка информационных услуг. Самую небольшую нишу, по оценке, всего 3-4 процента, занимало обучение. Эти расходы идут на повышение квалификации персонала внутренних подразделений информационных технологий или подготовку части сотрудников для работы в новых условиях информатизации производственных процессов. Промежуточную позицию занимали услуги по разработке программного обеспечения.

Несмотря на значительное число компаний в сфере ИТ-услуг, основную часть заказов выполняли не более двух десятков фирм, способных в силу опыта и своей высокой репутации привлекать наиболее крупные контракты. Некоторые, второстепенные задачи, возникавшие в ходе их выполнения, передавались на условиях субподряда другим исполнителям, таким образом каждая из ведущих компаний обрастала многочисленными контрагентами [36].

По данным Росстата структура затрат отечественного сектора ИТ-услуг, в 2006-2010 годах свидетельствует о том, что сфера развивалась преимущественно за счет экстенсивных факторов, и в этом отношении мало чем отличалась от всей экономики. Так, в 2006 году доля инвестиций в нематериальные активы в секторе ИТ-услуг составляла 1,4 процента от общего объема инвестиций, равного 5,4 миллиарда рублей, что примерно соответствует показателю всех отраслей экономики – 1,3 процента. Таким образом, можно полагать, что рассматриваемый сектор развивался главным образом вширь, распространяясь на новые области, и нуждался, поэтому, в первую очередь в капитальных вложениях. Отсутствие острой конкуренции ограничивало потребности в нематериальных активах, в частности в лицензиях на новое программное обеспечение для совершенствования производственных функций.

По мере развития отечественного сектора информационных услуг отмечалось замедление роста их импорта. По данным Росстата, в 2005 году этот показатель составлял 51 процент, в 2006 году – 27 процентов. Импорт постепенно замещался услугами отечественных компаний, это практически не касалось

масштабного спроса со стороны гос. органов и крупных компаний. Так, при переходе к единой автоматизированной системе казначейского обслуживания хозяйства страны использование опыта и наработок корпорации Oracle обошлось государству в сумму свыше 64,8 миллионов долларов (стоимость всего проекта оценивается в сумму около 800 миллионов долларов). Согласно договору, в 2006-2007 годах Oracle предоставила комплекс услуг: по разработке и внедрению ERP – системы, обеспечению безопасности всех уровней системы, тиражированию и конвертации данных, обучению и переподготовке кадров, так же компания предоставила все необходимые лицензии на использование программного обеспечения. Результатом этого уникального проекта была автоматизация более 367 тысяч рабочих мест в системе финансового документооборота по всей стране. За такой короткий срок силами только отечественных компаний решить данную задачу было нереально.

Вместе с тем, в конце десятилетия, эксперты отметили и ряд позитивных изменений в рассматриваемой сфере – рост качества российского ПО, участие отечественного бизнеса в предоставлении ИТ-услуг ведущим западным производителям. Так, всемирно известные компании Ageva (атомная энергетика) и Caterpillar (машиностроение) активно используют программное обеспечение и ИТ-услуги российской фирмы Luxoft, обеспечивающие техническую поддержку их многочисленных подразделений. В процессе доработки этой же фирмой CRM-системы для российского отделения Deutsche Bank был создан новый продукт, который по качеству превзошел зарубежных аналогов и поступил в дальнейшем на внешние рынки. По итогам 2007 года Luxoft вошла в первую сотню ведущих аутсорсинговых ИТ-компаний мира по версии журнала Fortune.

Участники мирового ИТ-рынка стали высоко оценивать потенциал российских профессионалов в области ИТ-технологий и ожидают от них оригинальных и перспективных инноваций. Россия на мировом рынке софтверных аутсорсинговых услуг уже специализируется на выполнении сложных наукоемких проектов, требующих глубоких знаний. Конкурентными

преимуществами российских софтверных компаний являются, по оценкам крупных зарубежных клиентов, наличие хорошо подготовленных технических специалистов, низкая текучесть кадров и быстрая реакция на изменения запросов потребителей.

Развернувшийся в 2008 году мировой экономический кризис, внёс серьезные изменения во многие сформировавшиеся тенденции развития сервисного ИТ-сектора. Фирмы, поставленные перед необходимостью жесткой экономии, пересматривали планы и бюджеты, урезали статьи расходов, не входящие в перечень жизненно необходимых. То же можно сказать и о государственных ведомствах, а это крупный потребитель компьютерного сервиса, особенно в России. Сокращение затрат на ИТ-услуги привело к значительному сжатию спроса. Более щадящим, было воздействие кризиса на фирмы, обслуживающие уже действующие ИТ-инфраструктуры, так как бизнес – процессы заказчика предполагают их бесперебойное функционирование.

В 2010 году по данным IDC, российский рынок ИТ-услуг достиг в объеме 4,7 миллиарда долларов (+30 процентов к данным 2009 года). По данным Астерос, объем российского рынка ИТ-услуг по итогам 2010 года составил 4,1 миллиарда долларов. По мнению «Астерос», рост рынка отрасли услуг в сфере ИТ был скромным и составил около 15 процентов.

Россию покорила технология виртуализации. По оценкам компании «Астерос» ни один строящийся в нашей стране центр обработки данных не обходится без технологий виртуализации.

Если говорить о структуре потребленных услуг, по данным компании IDC, доля системной интеграции в 2010 году немного снизилась, но именно эта категория услуг остается наиболее востребованной. Самые высокие темпы роста показал консалтинг. Связано это с изменениями в экономической ситуации и, в следствие, с обновлением ИТ-стратегий, актуальностью вопросов безопасности, и потребностью в активном привлечении внешних экспертов [58].

В 2011 году российский рынок ИТ-услуг и ИТ-аутсорсинга, по данным TAdviser, достиг в объеме 241,18 миллиарда рублей, из которых 3,95 миллиарда пришлось на облачные сервисы, 46,03 миллиарда на ИТ-аутсорсинг, а 191,2 миллиарда рублей на прочие ИТ-услуги, включая внедренческий консалтинг и системную интеграцию.

Согласно отчету, опубликованному компанией IDC в июле 2012 года, объём российского рынка ИТ-услуг (исключая ИТ-аутсорсинг) вырос в 2011 году на 27,2 процентов и составил 5,94 миллиарда долларов. Несмотря на относительно медленный рост, системная интеграция осталась крупнейшим сектором рынка ИТ-услуг в России в прошлом году с долей 28,5 процента лишь немного опередив сектор разработки заказного ПО. Доля аутсорсинга выросла незначительно, составив 14,2 процента.

В 2011 году непривычно высокими темпами рос сегмент установки и поддержки оборудования, что было связано с масштабными проектами по внедрению оборудования в крупных ЦОД в банковском секторе. За счет этого доля услуг установки и поддержки возросла до 19,4 процента

Так же в 2011 году, по данным IDC, главными потребителями ИТ-услуг по-прежнему остались финансовые организации, далее следовали государственные и телекоммуникационные компании. Расходы на ИТ росли во всех отраслях, при этом наиболее динамично спрос на ИТ-услуги рос в секторах страхования, профессиональных услуг и здравоохранения.

Согласно данным, опубликованным IDC 3 сентября 2012 года, первые 5 позиций в списке лидеров российского сектора ИТ-услуг заняли компании «КРОК», «IBS», «Ланит», «Техносерв2 и «EPAM Systems» (ЭПАМ Систэмз) (ЭПАМ Систэмз) (чуть ранее лидером этого сегмента был IBS, за которым следовали «КРОК», «Техносерв», «Ланит» и Eram Systems). Совокупная доля пятерки лидеров рынка составила около 28 процентов рынка ИТ-услуг в России, общий объём которого (с учётом оффшора и субконтракта) прогнозируется на уровне 6,89 миллиарда долларов В сумме оборот пятерки лидеров составил более

1.947 миллиарда долларов. Год назад этот показатель был на уровне 24,6 процентов – 1,329 миллиарда долларов.

Согласно данным аналитиков наибольшим спросом ИТ-услуги пользовались среди банков, в этом секторе ведущим поставщиком стала компания «КРОК». В государственном секторе лидером стал «ЛАНИТ», а в телекоммуникационном «ТехноСерв».

Российские игроки сохранили лидирующие позиции на отечественном рынке, значительно опередив по годовому обороту в области ИТ-услуг иностранных конкурентов. Компания «НР», которая до этого была единственной зарубежной компанией в списке ведущих поставщиков ИТ-услуг, выбыла из десятки лидеров.

В 2012 году TAdviser оценил, российский рынок ИТ-сервисов и ИТ-аутсорсинга в 260,339 миллиардов рублей, что на 8 процентов больше 2011 года. Из них 6,38 миллиарда рублей пришлось на облачные сервисы, 52,34 миллиарда рублей на ИТ-аутсорсинг, остальные 201,019 миллиарда рублей – на прочие ИТ-услуги, включая внедренческий консалтинг и системную интеграцию.

В 2012 году по информации IDC объём российского рынка ИТ-услуг, вырос почти на 11 процентов и составил 6,58 миллиарда долларов – в сравнении с результатами 2011 года показатели 2012 года говорят о значительном снижении темпов. Самый крупный сегмент рынка ИТ-услуг России – системная интеграция, его доля – 28,5 процента. Сегмент разработки заказного программного обеспечения незначительно сократился (26,3 процента). Стоит отметить, что, по терминологии IDC, рынок ИТ-услуг не включает ИТ-аутсорсинг, который рассматривается отдельно.

Так же, по данным IDC, в 2012 году рынок аутсорсинга подрос до 15,7 процента. Из подсегментов рынка аутсорсинга в 2012 году почти на 60 процентов вырос объём аутсорсинга ИТ-систем (это услуги, предоставляемые по долговременному договору, согласно которому клиент передает в полное

управление значительную часть своей ИТ-инфраструктуры). На динамику роста этого подсегмента влияют западные компании.

22 августа 2013 года, компания IDC опубликовала отчёт о состоянии рынка услуг в России, в разрезе основных поставщиков, лидером рынка ИТ-услуг, по итогам 2012 года, стала NVision – она существенно улучшила свои позиции за счет слияния с «SITRONICS» и стала лидером в государственном и телекоммуникационном секторах. Так же в первую пятёрку попали: IBS, «КРОК», лидирующий в банковском секторе экономики, «ЛАНИТ» и «Техносерв». Совокупная их доля в общем объеме рынка 29,5 процента. В исследовании отмечается продолжение консолидации на российском рынке ИТ-услуг в 2012 году. Знаковыми событиями стали слияние NVision с SITRONICS и расширение ИТ-аутсорсера МАУКОР, так же аналитики отмечают агрессивный рост конкуренции на многих сегментах рынка, в том числе в аутсорсинге.

В 2013 году по оценкам TAdviser, российский рынок ИТ-сервисов и ИТ-аутсорсинга достиг объема 297 миллиардов рублей (с учетом облачных сервисов; без учета облачных сервисов – 286,03 миллиардов рублей), что на 14 процентов больше 2012 года (тогда рынок вырос на 8 процентов по отношению к 2011 году и составил 260,33 миллиарда рублей, в 2011 году – 241,18 миллиардов рублей). Данные представлены для следующего перечня услуг: основные услуги, оказываемые ИТ-компаниями (консалтинг, системная интеграция, установка ПО и оборудования), облачные сервисы и услуги ИТ-аутсорсинга.

Облачные сервисы показали максимальный темп роста в структуре российского рынка ИТ-услуг, хотя все еще занимают сравнительно небольшую долю. Так, по оценкам TAdviser, в 2013 году российский рынок облачных вычислений достиг в объеме 10,97 миллиарда рублей, что на 50 процентов выше, чем в 2012 году, когда рынок составил в объеме 6,38 миллиардов рублей (+70 процентов к 2011 году). Доля облачных услуг в сфере ИТ-услуг в 2012 году составила 2,5 процента, в 2013 году – 3,7 процента.

По оценкам TAdviser, сегмент ИТ-аутсорсинга в 2013 году составил 60,88 миллиарда рублей, что на 15 процентов больше чем в 2012 году (52,94 миллиарда рублей). В общей структуре доходов ИТ-сервисных компаний в 2012 году на ИТ-аутсорсинг пришлось 20,3 процента, а в 2013 году – около 20,5 процента.

Повышение объема выручки от прочих ИТ-услуг был наиболее медленным: он составил в 2012 году 5,1 процента, в 2013 году – 12 процентов. На эти услуги (системная интеграция, консалтинг и прочее) в 2012 году пришлось 77,2 процента, в 2013 году – 75,8 процента.

Некоторые опрошенные TAdviser участники рынка, рассуждая об итогах 2013 и перспективах 2014 года, выразили сдержанность. Например, Владислав Ануфриев, директор по развитию аутсорсинга «Инфосистемы Джет» сказал, что в конце 2013-го компании по ряду сегментов стали более осторожными в своих расходах. «Подобная ситуация наблюдается на данный момент практически у всех», – отметил он.

Большие затраты на проведение Олимпиады в Сочи сказались на сокращении финансирования остальных государственных проектов в области ИТ.

Согласно отчету компании IDC – «Russia IT Services 2014–2018 Forecast and 2013 Analysis», объем российского рынка ИТ-услуг в 2013 году вырос почти на 8 процентов и составил 7,7 миллиарда долларов (269,8 миллиарда рублей по курсу ЦБ на 24.07.2014) [57].

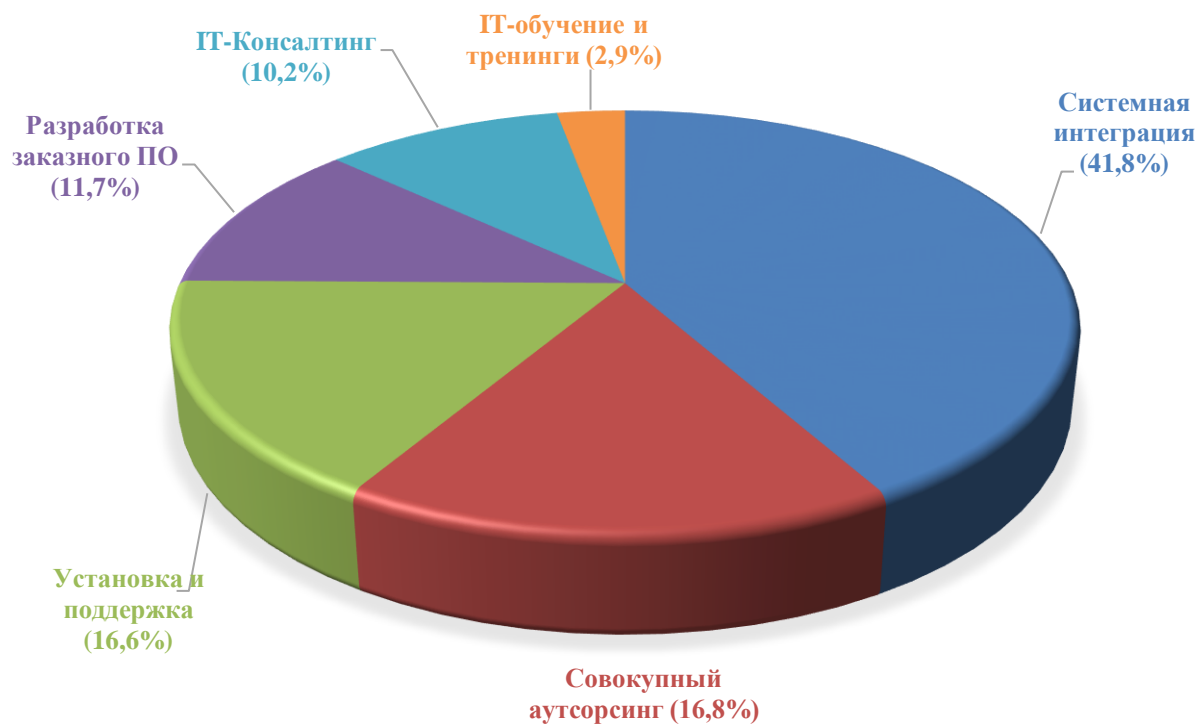


Рисунок 2.2 – Доли ИТ-услуг по типам по TAdviser

Сегмент аутсорсинговых услуг показал наибольший рост в 2013 году – его доля составила почти 17 процентов. В его подсегментах наибольший рост показал хостинг инфраструктурных услуг. В 2013 году он поднялся почти на 43 процента, также высокий рост показал подсегмент «Хостинг обслуживания и администрирования ПО».

Быстрый рост аутсорсинга, относительно других видов ИТ-услуг, был отмечен в нашей стране, но его доля существенно ниже чем в странах Запада. Крупнейшие отечественные компании ориентируются на внутренние ИТ-ресурсы.

Рынок ИТ-услуг РФ замедлил темпы развития и активный рост в сегменте облачных услуг, но сектор SaaS, стал исключением. Некоторые провайдеры SaaS показали рост бизнеса несколько раз, как вырос бизнес Microsoft на рынке облачных услуг, динамично развивался бизнес Salesforce.com. Так количество отечественных разработчиков в этом секторе рынка продолжает расти.

В 2013 году крупнейшим потребителем ИТ-услуг стали финансовые организации, за ними шли государственный сектор, телекоммуникационные и медиа-компании.

В июле 2013 года IDC понизила прогноз роста российского рынка услуг, оценивая его совокупный среднегодовой рост в 2013–2017 годы около 12 процентов. По мнению менеджера по исследованиям IDC, Александра Прохорова, несмотря на снижение темпов роста, рынок сохранит положительную динамику в ближайшие годы, также продолжится внедрение облачных сервисов, строительство новых ЦОД, распространение мобильных технологий, в частности за счет строительства сетей 4-го поколения.

Изменилась ситуация и у российских клиентов. Например, российские банки, телеком – компании, крупные промышленные предприятия до кризиса предпочитавшие работать по прямым контрактам с западными поставщиками, получая техническую поддержку и услуги. Еще совсем недавно западные производители выступали на местном рынке как прямые конкуренты для российских интеграторов. Сейчас крупный бизнес развернулся в сторону российских компаний и предлагает им масштабные задачи, стремясь получить необходимые услуги в прежнем объеме, но без увеличения финансирования проектов.

В 2014 году наибольший спрос на ИТ-услуги и ИТ-аутсорсинг наблюдался со стороны промышленных предприятий. Это объясняется желанием компаний нарастить выпуск отечественной продукции в эпоху санкций, и, собственно, мощности самих предприятий.

Соответственно, выпуск российской продукции оказывает влияние на ритейл, особенно в сегменте собственной розницы компаний – производителей. Информационные технологии воспринимаются ритейлом как эффективный инструмент увеличения конкурентных преимуществ.

Использование ИТ-услуг зависит в первую очередь не от специфики деятельности компании, а от экономического положения предприятия. Например,

заказчики, которых кризис обошел стороной, наращивали потребление ИТ-услуг, зачастую меняя требования к КРІ и ставя новые задачи. В то же время, предприятия топливно-энергетического комплекса из-за падения цен на нефть заморозили инвестиционные бюджеты, в рамках которых реализовывались ИТ-проекты. В компаниях, которые испытывают финансовые проблемы спрос на ИТ-услуги снизился.

Основным фактором, обуславливающим развитие отрасли информационных технологий, продолжает являться импортозамещение. В приоритете ИТ-компаний поиск российских поставщиков, предлагающих различные продукты, удовлетворяющих по соотношению цены и качества. Однако, игроки рынка отмечают, что в условиях кризиса круг выбора партнеров, как производителей, так и разработчиков существенно сузился.

В июле 2015г. были внесены изменения в Федеральный закон «Об информации, информационных технологиях и о защите информации». Закон запрещает органам государственной власти с 1 января 2016 года в России покупать иностранное ПО, при наличии аналогичного программного обеспечения российских разработчиков. Для покупки иностранного ПО, государственные ведомства должны сначала свериться со специальным реестром отечественного софта и удостовериться, что там нет аналогичных продуктов.

Облачные технологии продолжают активно вытесняют коробочные решения. Игроки рынка фиксируют рост данного направления за год на 10-15% в обороте ИТ-компаний. Также усиливается тренд на использование лицензионного программного обеспечения. Как отмечают эксперты, рынок ПО становится более цивилизованным, для руководителей предприятий всё более явными и очевидными становятся плюсы от применения лицензионного ПО.

В целях защиты персональных данных пользователей Интернета в сентябре 2015 вступил в силу Закон «О персональных данных». Закон ввел ряд ограничений по обработке и хранению персональных данных россиян, теперь они

должны храниться и обрабатываться только на территории России. В случае невыполнения требований закона предусматривается блокировка ресурса.

Продолжил расти спрос на ИТ-аутсорсинг. Сокращения собственного персонала в различных компаниях приводит к росту запросов на ИТ-аутсорсинг. Ряд небольших компаний либо закрылись, либо приостановили свою деятельность, часть их заказов перераспределилось между другими игроками рынка. Как и ожидалось свою долю рынка, персонал и заказчиков сохранили старожилы рынка, имеющие пул постоянных клиентов. Также происходит переход от масштабных проектов, к быстрым проектам автоматизации конкретных бизнес-процессов, требующих гибкого внедрения в короткие сроки.



Рисунок 2.3 – Динамика российского рынка ИТ-услуг и ИТ-аутсорсинга по данным информационного агентства TAdviser

В нашей стране в сложившейся экономической ситуации крупные ИТ-компании стремятся диверсифицировать свой бизнес для того чтобы максимизировать прибыль, минимизировав потери от субподряда, который приходится применять при отсутствии специалистов и опыта при выполнении крупных контрактов. Ведь крупные потребители, зачастую, кроме основных услуг, включают в контракты, такие пункты как построение необходимой инфраструктуры, поддержку создаваемых или имеющихся информационных

систем, обучение собственных сотрудников. Мелкие же компании проводят диверсификацию с целью выжить в условиях жесткой конкуренции. Держать узких специалистов, которые выполняют свою уникальную работу несколько раз в месяц дорого, а соответственно не целесообразно, обучая имеющихся специалистов новым аспектам работодатели получают от них большую отдачу, сами же специалисты тоже «в плюсе», помимо прибавки к заработной плате они получают обучение и сертификацию за счёт работодателя.

2.3 Анализ деятельности предприятий отрасли информационных технологий в Челябинске

Ситуация на рынке ИТ-услуг в Челябинской области отражает ситуацию в России в целом. Государство взяло курс на импортозамещение, но отрасль не готова к нему в полной мере, для многих программных продуктов и технических решений просто нет аналогов собственного производства. Так же усилился контроль за защитой персональных данных граждан. Чаще стали проходить проверки, в том числе и организованные ФСБ. Результатами проверок являются предписания и штрафы, которые так же увеличились. Многие компании в этих условиях предпринимают превентивные меры, чтобы к проверке привести безопасность в порядок, и выделяют деньги на привлечение компаний, специализирующихся на аудите безопасности ИТ, чтобы избежать штрафов и простоев, эта часть сферы ИТ-услуг неуклонно растёт.

В 2015 г. рынок ИТ-услуг Челябинска показал положительную динамику в пределах 5% и составил около 3,2 миллиарда руб. Игроки рынка связывают небольшой рост в непростых экономических условиях с тем, что, несмотря на снижение уровня финансирования ИТ-проектов со стороны бюджетов всех уровней увеличилось число проектов, инвестируемых по схеме государственно – частного партнерства.

В Челябинской области в Сфере ИТ услуг работают как местные игроки, так и крупные федеральные компании, их подразделения и филиалы. Основные

государственные и муниципальные контракты выигрывают последние, в то время как, местные компании сосредоточены на поддержке малого и среднего бизнеса, так же зачастую являются подрядчиками крупных компаний в реализации их проектов.

В 2015 году лидером в отрасли в Челябинской области стала компания «ЛАНИТ-Урал», которая является одним из самых молодых и динамичных подразделений Группы компаний ЛАНИТ в России. Оборот за 2015 год составил 372,4 миллиона рублей. Компания начала работу в уральском регионе в 2010 году. Является поставщиком ИТ-услуг для многих крупных организаций, таких как АО ЧРЗ «Полет», ФГУП «ПО «Маяк», ОАО «ЧМК» и других, так же реализует государственные и муниципальные проекты, например, в 2014-2015 гг. по заказу Правительства Челябинской области был реализован проект «Безопасный город», а в 2016 г. в рамках реализации Государственной программы «Информационное общество», осуществлен перевод первоочередных государственных (муниципальных) услуг в электронный вид на основе интеграции ведомственных информационных систем с региональной системой межведомственного электронного взаимодействия. На 01.01.2016 г. количество сотрудников составило 75 человек, из них 35 – сертифицированные специалисты.

На втором месте местная компания Радиотелекоммуникации с оборотом 141 млн рублей. Основной сферой деятельности которой является системная интеграция в области телекоммуникаций информации и безопасности. На сегодняшний день число корпоративных заказчиков компании превышает 3000. Среди них более 350 территориальных подразделений МВД РФ и других силовых структур, свыше 80 подразделений РЖД, более 300 промышленных предприятий и предприятий ТЭК, более 200 предприятий транспорта. Количество сотрудников в штате в Челябинске на 01.01.2016г – 37 человек, 19 из которых являются сертифицированными специалистами.

Замыкает тройку компания «Автоматизация бизнеса», с оборотом 69 миллионов рублей. Компания работает на рынке с 2004 года и является одним из

крупнейших партнеров фирмы «1С» в Челябинской области. Клиентами компании являются такие фирмы как ЦПИ Ариант, ОАО «Птицефабрика Челябинская», гранд отель Видгоф и множество других организаций. Основными видом оказываемых услуг в компании является разработка и поддержка информационных систем на базе на базе 1С: Предприятие и организация электронного документооборота. В компании работает 45 человек, из них 40 – сертифицированные специалисты.

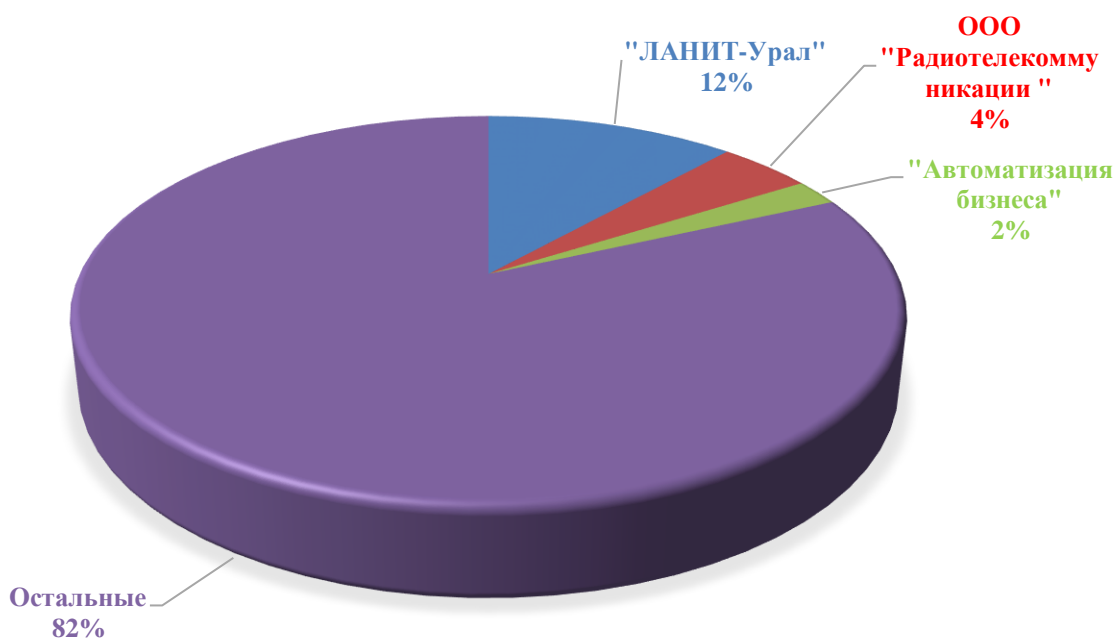


Рисунок 2.4 – Крупнейшие компании г. Челябинск в сфере ИТ

Так же крупными игроками на местном рынке являются следующие компании:

научно – технический центр ЛОГИС. Был создан в ноябре 1993 года. Основным направлением деятельности компании является системная интеграция. Ориентируется на решение сложных технических задач в области построения корпоративных информационных систем: от создания инфраструктуры центра обработки данных и всего предприятия до тонкой настройки базового программного обеспечения и решения прикладных задач. Производит сопровождение клиентов на всех этапах реализации проектов: от написания технического задания до полной реализации и последующего сопровождения

систем заказчика. На 01.02.14 штат компании насчитывал 70 человек. Совокупный оборот компании в 2013 году составил 353,1 миллиона рублей [61].

«ИТ Энигма» является значимым местным игроком, оказывает услуги по аудиту компьютерной безопасности, а также оказывает услуги ИТ-аутсорсинга, и ИТ-аутстаффинга. Компания была образована в 2001 году, ее история началась с группы специалистов в области ИТ-технологий, которые проводили аудит безопасности для организаций – клиентов. В 2003 году компания одной из первых получила лицензию на деятельность по технической защите конфиденциальной информации, а уже в 2005 году вошла в координационно – методический совет организаций-лицензиатов ФСТЭК и ФСБ России в Уральском Федеральном округе. Преумножая свой опыт и сохраняя традиции, «ИТ Энигма» стала одним из ведущих системных интеграторов в Челябинской области. С момента выхода ФЗ № 152 в 2006 году компания приступила к работе по защите персональных данных в коммерческом и государственном секторах. В 2008 году компания подтвердила квалификацию своих специалистов и повторно получила полный комплект лицензий по защите информации. Сейчас в компании работает несколько десятков сотрудников, которые регулярно проходят дополнительное обучение, основной упор которого делается на инновационные технологии в области информационной безопасности. На 01.02.14 штат компании насчитывал 35 человек. Совокупный оборот в 2013 году составил 67,2 миллиона рублей.

«ПРОКСИ-СЕРВИС» является одним из ведущих поставщиков комплексных ИТ-решений для ресторанов, гостиниц, развлекательных комплексов и других предприятий сферы услуг в Уральском регионе. Клиентами являются такие компании как: Ресторан «McQueen»; Кофейня «Пенка»; Пиццерия «Помидор»; Дока пицца; гранд-отель «Видгоф». Оборот от системной и сетевой интеграции в Челябинске и области в 2015 г. – 10,4 млн. руб, На 01.02.16 штат компании насчитывал 11 человек.

В 2016 году по инициативе губернатора Челябинской области Бориса Дубровского принят целый ряд законов, предусматривающих налоговые льготы

для ИТ-бизнеса. Введены налоговые преференции для инвесторов, установлены льготы по налогу на прибыль для аккредитованных в Минкомсвязи РФ ИТ-компаний, работающих по основной системе налогообложения (13,5% вместо 18%), в два раза (с 6% до 3%) снижена налоговая ставка для ИТ-компаний и ИП, работающих по упрощенной системе налогообложения. Так же предприятия, производящие радиоэлектронную продукцию, и операторы связи, создающие инфраструктуру в малонаселенных районах региона, получили существенную федеральную поддержку при активном содействии министерства информационных технологий и связи Челябинской области.]

Во время производственной практики в ООО «Энстрим» в 2015 году я наблюдала за результатами произведённой диверсификации в этой компании. Изначально, компания занималась только обслуживанием общесистемных компонентов, установленных в лечебно – профилактических учреждениях челябинской области, по проекту модернизации здравоохранения в 2011-2013 годах, но изучив потребности своих клиентов, организация занялась так же обслуживанием сетевого оборудования производства компании Juniper, и расширением локально – вычислительных сетей своих клиентов. Это позволило компании при минимальных вложениях значительно увеличить свою прибыль. Так же я обратила внимание, что многие клиенты в преддверии внутренних проверок и проверок ФСБ обращались с запросами по компьютерной безопасности, специалисты компании выполняли только консультационные функции в рамках своей компетенции, а для проведения аудита предлагали обратиться к компании-партнёру компании «АСТА-информ» .

Межрегиональный консалтинговый центр «АСТА-информ» специализируется на информационно-консалтинговом сопровождении организаций и учреждений, а также, оказывает услуги аудита проектирования и внедрения решений по защите информации государственным учреждениям и коммерческим организациям.

МКЦ «АСТА-информ» работает на рынке информационных технологий с 2008 года. Специалистами компании реализованы сотни проектов для различных заказчиков, включая муниципальные учреждения, органы исполнительной власти, промышленных, жилищно-коммунальных телекоммуникационных, и других компаний [61].

Компания проводит ежегодные областные конференции: «Финансовый и Налоговый Форум бюджетных учреждений Челябинской области» «Защита персональных данных», «ИТ-Форум Южного Урала». В 2010 году открыт «Учебный центр «АСТА-информ». Основные конкуренты в сфере информационных технологий в таблице 2.2.

Таблица 2.2 – Основные конкуренты в сфере информационных технологий г. Челябинск.

Название компании	Адрес	Услуги
«ЛАНИТ-Урал»	г. Челябинск ул. Молодогвардейцев д.31	Управленческий консалтинг, системная интеграция, сетевая интеграция, автоматизация технологического процесса, разработка программного обеспечения.
«Радиотелекоммуникации»	г. Челябинск, ул. Каслинская д.101а	Системная интеграция в области телекоммуникаций информации и безопасности, системы широкополосного беспроводного доступа.

Окончание таблицы 2.2

Название компании	Адрес	Услуги
-------------------	-------	--------

«Автоматизации бизнеса»	г. Челябинск , ул. Стартовая д.15а	Разработка и поддержка информационных систем на базе 1С, разработка мобильных приложений.
«НТЦ – Логис»	г. Челябинск, ул. Кирова д.19	Проектирование и установка вычислительных систем, ремонт и модернизация компьютеров.
«ПРОКСИ – СЕРВИС»	г. Челябинск, ул. Северная д.52/2	ИТ-решения для крупнейших ресторанов, гостиниц и др. предприятий сферы услуг
«АСТА-информ»	г. Челябинск, ул. Яблочкина д.9	Программное обеспечение, защита от несанкционированного доступа, антивирусная защита, защита от сетевых угроз.

Для анализа конкурентов сфере информационных технологий Челябинска, был проведен SWOT-анализ, SWOT расшифровывается как: Strengths – сильные стороны, Weakness – слабые стороны, Opportunities – возможности, Threats – угрозы, это один из самых эффективных инструментов в стратегическом менеджменте, сущность SWOT-анализа заключается в анализе внутренних и внешних факторов компании, оценке рисков и конкурентоспособности товара в отрасли. По результатам SWAT-анализа можно оценить, обладает ли компания внутренними силами и ресурсами, чтобы реализовать имеющиеся возможности и противостоять внешним угрозам. Соответственно, необходим анализ внутренней и внешней ситуации. Результаты анализа отражены в таблице 2.3.

Таблица 2.3 – SWOT-анализ предприятий ИТ-сферы г. Челябинск

Сильные стороны	Слабые стороны
успешное внедрение новейших ИТ-технологий у клиентов; высокое качество обслуживания клиентов; клиентами компаний являются крупнейшие компании Челябинской области; постоянное обновление предоставляемых услуг	вероятность потери качества при расширении ассортимента оказываемых услуг; недостаток квалифицированных специалистов; узкая номенклатура услуг; отсутствие стратегии
Возможности	Угрозы
выход на новые рынки; сотрудничество с зарубежными партнерами; лидерство в сегменте; низкая себестоимость; инновации; высокое качество услуг	появление новых конкурентов; зависимость от законодательной базы; зависимость от экономического состояния России; жизненный цикл услуг

Изучив мировой и российский рынки ИТ-услуг, я сделала вывод, что в нашей стране данная сфера активно развивается, и многие ниши открыты для освоения. Особенно я выделила не охваченный компанией ООО «СуТел» – рынок информационной безопасности. Важность безопасности корпоративных данных в наше время сложно оценить, государство уделяет всё больше внимания безопасности персональных данных своих граждан, создаются новые законы и совершенствуются имеющиеся, а ответственность за их нарушение растёт с каждым годом, по этому даже в условиях кризиса и сокращения бюджетов, при частом отсутствии собственных квалифицированных специалистов компании стараются изыскать необходимые средства на приведение модели информационной безопасности к необходимому уровню, силами сторонних организаций. Я считаю, что отличной возможностью для увеличения эффективности компании станет горизонтальная диверсификация путём освоения нового для компании перспективного рынка информационной безопасности.

3. РЕКОМЕНДАЦИИ ПО ПОВЫШЕНИЮ ЭФФЕКТИВНОСТИ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ООО «СУТЕЛ»

3.1 Экономическая характеристика ООО «СуТел»

Предприятие ООО «СуТел» представляет собой общество с ограниченной ответственностью и ведет свою деятельность на основе Гражданского кодекса Российской Федерации, принятого Государственной Думой 21.10.94 года и одобренного Советом Федерации.

ООО «СуТел» является самостоятельным субъектом, а также юридическим лицом, руководствуется в своей деятельности законодательством Российской Федерации. Предприятие имеет самостоятельный баланс, печать с полным наименованием на русском языке, необходимые штампы, действует на принципах хозяйственного расчета.

ООО «СуТел» основано 19.02.2010 г. – с момента государственной регистрации, номер в ЕГРЮЛ 1107452000677.

Уставный капитал на сегодняшний день составляет 10 000 (десять тысяч) рублей. Руководство текущей деятельностью общества осуществляется директором. Среднесписочная численность сотрудников компании составляет – 8 человек.

Таблица 3.1 – Штатное расписание сотрудников ООО «СуТел»

Структурное подразделение	Должность	Количество штатных единиц, чел.	Тарифная ставка (оклад), руб.
Администрация	Директор	1	55 000
Отдел продаж	Менеджер	1	25 000
Информационно – компьютерный отдел	Администратор баз данных	1	30 000
	Программист	1	30 000
	Системный администратор	3	30 000

Окончание таблицы 3.1

Структурное подразделение	Должность	Количество штатных единиц, чел.	Тарифная ставка (оклад), руб.
На аутсорсинге	Бухгалтер	1	Сдельная оплата труда
	Уборщица	1	Сдельная оплата труда
	Итого	7	230 000

Заработная плата бухгалтера и уборщицы напрямую зависит от объёма произведённой ими работы. Рассмотрим иерархическую организационную структуру предприятия.



Рисунок 3.1 – Организационная структура ООО «СуТел»

Целью деятельности предприятия является извлечение прибыли.

Направлений деятельности организации несколько:

- обслуживание компьютеров и серверов компаний – клиентов;
- обслуживание сетей малых организаций.

Внешняя среда предприятия включает: потребителей, поставщиков, конкурентов, торговых посредников, инвесторов, рабочую силу, банки и налоговые службы, органы областного и местного самоуправления, структуры федерального уровня.

Наиболее значимыми компонентами внешней среды предприятия (на микроуровне) являются поставщики, потребители, конкуренты.

Предприятие ООО «СуТел» может выступать на следующих рынках:

- потребительский рынок – отдельные лица, приобретающие товары и услуги для личного потребления;
- рынок промежуточных продавцов – организации приобретающие товары и услуги для последующей перепродажи их с выгодой для себя;
- рынок конечных потребителей – организации, приобретающие товар для использования в своей деятельности (т.е. юридические лица).

Потребители рассчитывают на приобретение товаров и услуг в соответствии с потребностями по качеству, ценам, сервису.

На поведение потребителей влияют различные факторы, прежде всего факторы внешней среды (повышение цен, предъявление требований к качеству продукции и др.). Важное значение для розничной торговли приобретают факторы индивидуальных различий потребителей: доходы, мотивация, уровень количественных потребностей в товаре и др.

Потребители рассчитывают на приобретение товаров и услуг в соответствии с потребностями по качеству, ценам, сервису.

На поведение потребителей влияют различные факторы, прежде всего факторы внешней среды (повышение цен, предъявление требований к качеству продукции и др.).

Поставщики участвуют в процессе материально – технического обеспечения деятельности предприятия. Серьезными аспектами конкуренции со стороны поставщиков могут быть цены на материальные ресурсы, договорные условия, клиентская база.

Сначала мной был проведён анализ показателей финансовой устойчивости ООО «СуТел». Результаты расчетов показателей финансовой устойчивости представлены в таблице 3.2.

Таблица 3.2 – Расчеты по показателям финансовой устойчивости ООО «СуТел»

Наименование	2014	2015	2016
Коэффициент автономии, финансовой независимости	$\frac{432}{1732} = 0,25$	$\frac{1018}{2710} = 0,38$	$\frac{2234}{4683} = 0,48$
Коэффициент отношения заемных и собственных средств	$\frac{30 + 1270}{432} = 3,01$	$\frac{30 + 1662}{1018} = 1,66$	$\frac{30 + 2418}{2234} = 1,10$
Коэффициент обеспеченности собственными оборотными средствами	$\frac{432 - 493}{1239} = -0,05$	$\frac{1018 - 1210}{1500} = -0,13$	$\frac{2234 - 1875}{2807} = 0,13$
Коэффициент соотношения мобильных и иммобилизованных средств.	$\frac{1239}{493} = 2,51$	$\frac{1500}{1210} = 1,24$	$\frac{2807}{1875} = 1,50$
Коэффициент маневренности	$\frac{432 - 493}{432} = -0,14$	$\frac{1018 - 1210}{1018} = -0,19$	$\frac{2234 - 1875}{2234} = 0,16$
Коэффициент обеспеченности запасов и затрат собственными средствами	$\frac{432 - 493}{5} = -12,20$	$\frac{1018 - 1210}{116} = -1,66$	$\frac{2234 - 1875}{199} = 1,80$
Коэффициент краткосрочной задолженности	$\frac{1270}{30 + 1270} = 0,98$	$\frac{1662}{30 + 1662} = 0,98$	$\frac{2418}{30 + 2418} = 0,99$

Коэффициент автономии организации на последний день анализируемого периода составил 0,48. Полученное значение говорит о недостаточной доле собственного капитала (48%) в общем капитале организации, коэффициент автономии значительно вырос за весь анализируемый период (на 0,10). Структура капитала организации представлена ниже на рисунке 3.2. Коэффициент обеспеченности собственными оборотными средствами на последний день анализируемого периода (31.12.2016) равнялся 0,13, коэффициент обеспеченности собственными оборотными средствами очень сильно вырос в течение анализируемого периода (на 0,26). на 31.12.2016 коэффициент имеет нормальное значение. Коэффициент обеспеченности материальных запасов на 31 декабря 2016 г. равнялся 1,80. в течение анализируемого периода коэффициент обеспеченности материальных запасов стремительно вырос (+3,46). По состоянию на 31.12.2016 значение коэффициента обеспеченности материальных запасов можно характеризовать как исключительно хорошее. По коэффициенту краткосрочной задолженности видно, что величина краткосрочной кредиторской задолженности организации значительно превосходит величину долгосрочной задолженности (99% и 1% соответственно) [23].

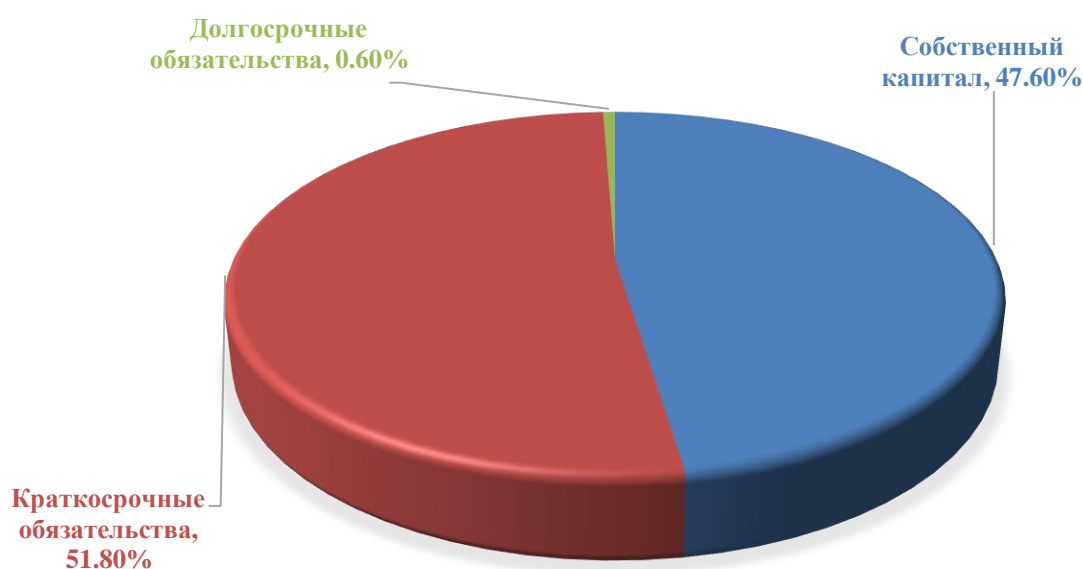


Рисунок 3.2 – Структура капитала ООО «СуТел» в 2016 г.

Затем был проведён анализ показателей ликвидности организации. Под ликвидностью понимается способность активов к быстрой и легкой мобилизации. Основные аспекты банковской ликвидности находили свое отражение в экономической литературе, начиная со второй половины XX века, в связи с убыточной деятельностью государственных банков, а также с процессом образования коммерческих банков. Например, о важности соблюдения соответствия между сроками активных и пассивных операций с позиций ликвидности экономисты писали еще в конце XIX века.

Ликвидность – способность активов превращаться в деньги быстро и легко, сохраняя фиксированной свою номинальную стоимость.

Анализ ликвидности предприятия – это анализ возможности для предприятия покрывать все свои финансовые обязательства.

Все активы фирмы в зависимости от степени ликвидности, т. е. скорости превращения в денежные средства, можно условно разделить на несколько групп:

- Наиболее ликвидные активы (A_1) – суммы по всем статьям денежных средств, которые могут быть использованы для выполнения текущих расчетов немедленно. В эту группу включают также краткосрочные финансовые вложения и денежные средства.

- Быстро реализуемые активы (A_2) – активы, для обращения которых в наличные средства требуется определенное время. В эту группу можно включить дебиторскую задолженность (платежи по которой ожидаются в течение 12 месяцев после отчетной даты), прочие оборотные активы.

- Медленно реализуемые активы (A_3) – наименее ликвидные активы – это запасы, дебиторская задолженность (платежи по которой ожидаются более чем через 12 месяцев после отчетной даты), налог на добавленную стоимость по приобретенным ценностям, при этом статья «Расходы будущих периодов» не включается в эту группу.

- Труднореализуемые активы (A_4) – активы, которые предназначены для использования в хозяйственной деятельности в течение относительно

продолжительного периода времени. В эту группу включаются статьи раздела I актива баланса «Внеоборотные активы» минус долгосрочные финансовые вложения.

Пассивы баланса по степени возрастания сроков погашения обязательств группируются следующим образом:

- Наиболее срочные обязательства (П1) – кредиторская задолженность, расчеты по дивидендам, прочие краткосрочные обязательства, а также ссуды, не погашенные в срок (по данным приложений к бухгалтерскому балансу).

- Краткосрочные пассивы (П2) – краткосрочные заемные кредиты банков и прочие займы, подлежащие погашению в течение 12 месяцев после отчетной даты. При определении первой и второй групп пассива для получения достоверных результатов необходимо знать время исполнения всех краткосрочных обязательств. На практике это возможно только для внутренней аналитики. При внешнем анализе из-за ограниченности информации эта проблема значительно усложняется и решается, как правило, на основе предыдущего опыта аналитика, осуществляющего анализ.

- Долгосрочные пассивы (П3) – долгосрочные заемные кредиты и прочие долгосрочные пассивы – статьи раздела IV баланса «Долгосрочные пассивы».

- Постоянные пассивы (П4) – статьи раздела III баланса «Капитал и резервы» и отдельные статьи раздела V баланса, не вошедшие в предыдущие группы: «Доходы будущих периодов» и «Резервы предстоящих расходов». Для сохранения баланса актива и пассива итог данной группы следует уменьшить на сумму по статьям «Расходы будущих периодов» и «Убытки».

Условие абсолютной ликвидности баланса:

- $A_1 \geq P_1$;

- $A_2 \geq P_2$;

- $A_3 \geq P_3$;

- $A_4 \leq P_4$.

Результаты анализа ликвидности отражены в таблице 3.3.

Таблица 3.3 – Система показателей ликвидности ООО «СуТел»

Показатели	Значение			Изменение		Нормативное ограничение
	2014	2015	2016	2015	2016	
Коэффициент текущей ликвидности	$\frac{1239}{1270} = 0,98$	$\frac{1500}{1662} = 0,90$	$\frac{2807}{2418} = 1,16$	-0,08	0,26	не менее 2,0
Коэффициент срочной (быстрой) ликвидности	$\frac{1234}{1270} = 0,97$	$\frac{1384}{1662} = 0,83$	$\frac{2608}{2418} = 1,08$	-0,14	0,25	не менее 1. Допустимое значение 0,7-0,8
Коэффициент абсолютной ликвидности	$\frac{311}{1270} = 0,24$	$\frac{231}{1662} = 0,14$	$\frac{1005}{1418} = 0,42$	-0,10	0,28	0,2 и более. Допустимое значение 0,1

На конец анализируемого периода коэффициент текущей (общей) ликвидности не укладывается в норму (1,16 против нормативного значения 2). При этом следует отметить, что за весь анализируемый период коэффициент текущей ликвидности вырос на 0,26. Значение коэффициента быстрой (промежуточной) ликвидности соответствует норме – 1,08 при норме 1. Это означает, что у ООО «СуТел» достаточно активов, которые можно в сжатые сроки перевести в денежные средства и погасить краткосрочную кредиторскую задолженность. Третий из коэффициентов, характеризующий способность организации погасить всю или часть краткосрочной задолженности за счет денежных средств и краткосрочных финансовых вложений, имеет значение, соответствующее допустимому (0,42). За весь период коэффициент абсолютной ликвидности вырос на 0,28 [46].

Анализ показателей экономической эффективности деятельности организации

Оценка финансовой эффективности деятельности организации включает в себя расчет показателей эффективности: рентабельности собственного капитала

(ROE), рентабельности активов (ROA) и рентабельности деятельности (ROS). В числителе каждого из перечисленных показателей отражается финансовый результат деятельности организации – чистая (нераспределенная) прибыль, то есть прибыль, остающаяся в распоряжении компании после налогообложения, либо балансовая прибыль (прибыль до налогообложения).

В настоящее время самым популярным финансовым критерием эффективности функционирования организации является рентабельность собственного капитала. Этот показатель определяет эффективность бизнеса организации.

Причина того, что этому показателю придается такое большое значение, заключается в том, что это критерий, отражающий, насколько эффективно компания использует собственный капитал. По сути, это мера прибыли на 1 денежную единицу инвестированного капитала, а значит, процентное выражение дохода, который акционеры получают от своих инвестиций. Показатели эффективности деятельности организации отражены в таблице.

Результаты расчетов показателей эффективности в таблице 3.4.

Таблица 3.4 – Результаты расчетов показателей эффективности

Показатель	2015 г.	2016 г.
Рентабельность деятельности, %	$\frac{1146}{6041} \times 100\% = 18,97$	$\frac{1357}{7809} \times 100\% = 17,38$
Рентабельность активов, %	$\frac{1146}{1732 + 2710/2} \times 100\% = 51,60$	$\frac{1357}{2710 + 4683/2} \times 100\% = 36,72$
Рентабельность собственного капитала, %	$\frac{1146}{(432 + 1018)/2} \times 100\% = 158,07$	$\frac{1357}{(1018 + 2234)/2} \times 100\% = 84,46$
Рентабельность продаж, %	$\frac{1146}{6041} \times 100\% = 18,97$	$\frac{1357}{7809} \times 100\% = 17,38$

За отчетный период каждый рубль собственного капитала организации принёс 0,84 руб. чистой прибыли. Рентабельность активов за 2015 год демонстрирует вполне соответствующее нормальному значению – 36,8%.

Следующими были рассчитаны показатели эффективного использования основных фондов показателей, расчёты представлены в таблице 3.5.

Таблица 3.5 – Анализ показателей использования основных фондов

Показатели	Значение		Изменение
	2015 г.	2016 г.	
Фондоотдача, руб./руб.	$\frac{6041}{(473 + 1179)/2} = 3,66$	$\frac{7809}{(1179 + 1836)/2} = 2,59$	-1,07
Фондоёмкость, руб./руб.	$\frac{(473 + 1179)/2}{6041} = 0,27$	$\frac{(1179 + 1836)/2}{7809} = 0,39$	+0,12
Рентабельность основных средств (через чистую прибыль), %	$\frac{1146}{1179} = 97,20\%$	$\frac{1357}{1836} = 73,91\%$	+23,29

Можно отметить следующие изменения: фондоотдача компании снизилась, что говорит о рентабельность основных средств предприятия наоборот увеличилась, что свидетельствует о повышении эффективности привлечения инвестиционных вложений в предприятие.

Так же я провела, анализ показателей деловой активности ООО «СуТел». Результаты расчетов показателей деловой активности предприятия представлены в таблице 3.6.

Таблица 3.6 – Коэффициенты эффективности работы предприятия

Показатели	2015 г.	2016 г.
Оборачиваемость оборотных средств	$\frac{6041}{(1239 + 1500)/2} = 4,41$	$\frac{7809}{(2710 + 4683)/2} = 3,63$
Оборачиваемость запасов	$365 / \frac{(116 + 5)/2}{6041/365} = 99,85$	$365 / \frac{(199 + 116)/2}{7609/365} = 49,58$

Окончание таблицы 3.6

Показатели	2015 г.	2016 г.
Оборачиваемость дебиторской задолженности (коэффициент оборачиваемости средств в расчетах)	$\frac{6041}{(129 + 1153)/2} = 9,42$	$\frac{7809}{(1153 + 1603)/2} = 5,67$
Оборачиваемость кредиторской задолженности	$\frac{6041}{(1270 + 1662)/2} = 4,12$	$\frac{7809}{(1662 + 2418)/2} = 3,83$
Оборачиваемость активов (капитала)	$\frac{6041}{(1732 + 2710)/2} = 2,72$	$\frac{7809}{(2710 + 4683)/2} = 2,11$
Оборачиваемость собственного капитала	$\frac{6041}{(432 + 1018)/2} = 8,33$	$\frac{7809}{(1018 + 2234)/2} = 4,80$

Коэффициент общей оборачиваемости капитала показывает эффективность использования имущества, отражает скорость оборота всего капитала организации. Продолжительность нахождения капитала в активах организации сократилась на 0,05 и составила 7,57 раз. Следует отметить, что оборачиваемость дебиторской задолженности выше оборачиваемости кредиторской, что является благоприятным фактором в деятельности предприятия.

Дебиторская задолженность оборачивается медленнее оборотных средств. Это означает довольно низкую интенсивность поступления на предприятие денежных средств, то есть в итоге – уменьшение собственных средств. Коэффициент отдачи собственного чистого капитала показывает скорость оборота собственного капитала, т.е. отражает активность использования денежных средств. В организации на каждый рубль инвестированных собственных средств приходится 4,07 руб. выручки от продаж.

Далее приведен расчет показателя в днях.

Таблица 3.7 – Эффективность работы предприятия (в днях)

Показатели	2015	2016	Изменения
Длительность оборота оборотных средств	4,60	17,10	12,50
Длительность оборота запасов (срок хранения)	9,40	11,20	1,80
Длительность оборота дебиторской задолженности (оборачиваемость средств в расчетах)	64,40	47,60	-16,80
Длительность оборота кредиторской задолженности	94,00	85,70	-8,30
Длительность оборота активов	170,60	174,80	4,20
Длительность оборота оборотных активов	100,00	103,40	3,40

Оборачиваемость активов за анализируемый период показывает, что организация получает выручку, равную сумме всех имеющихся активов за 174,80 календарных дня. Поскольку оборачиваемость кредиторской задолженности выше оборачиваемости дебиторской задолженности, то такое положение дел можно назвать положительным фактором в деятельности предприятия. Таким образом, можно предположить, что сроки выполнения обязательств еще не истекли или у предприятия, хватает ресурсов, чтобы расплатиться с кредиторами. Интервал или платежеспособности на конец отчетного периода свидетельствует о низком уровне резервов у предприятия для финансирования своих затрат в составе себестоимости. Дебиторская задолженность покупателей и заказчиков превышает полученные авансы. Кредиторская задолженность перед поставщиками и подрядчиками превышает выданные авансы. Такая ситуация не оказывает влияния на финансовую устойчивость, поскольку дебиторская задолженность уравнивается кредиторской. Имеет место небольшой выигрыш во времени за счет смещения финансового цикла, отсюда небольшое положительное влияние на прибыль. Положение предприятия можно охарактеризовать как рынок «покупателя» на рынке сбыта и рынке поставок. Следует обратить внимание на то, что средняя за анализируемый период величина длительности оборота чистого производственного оборотного капитала

отрицательна, что не обеспечивает платежеспособность организации в долгосрочном периоде.

Длительность одного оборота оборотных средств увеличилась на 12,5 дней, что является негативным фактором для предприятия. Срок оборачиваемости средств в расчетах показывает средний срок погашения дебиторской задолженности. Сокращение срока расчетов с покупателями на 16,8 дней позволило организации высвободить из оборота дополнительные свободные денежные средства, полученные в результате притока денежных средств за счет ускорения оборачиваемости дебиторской задолженности на 16,8 оборота. Срок хранения запасов возрос на 1,8 дня, что является негативным фактором. Оборачиваемость собственного капитала возросла на 13,3 дней, что говорит об ускорении ввода денежных средств в оборот [43].

На основе данного анализа, бухгалтерской отчетности и общения с руководителем ООО «СуТел», я сделала вывод, что деятельность является рентабельной, но постепенно идет на спад, у компании имеются свободные деньги, а вложения в текущую деятельность уже не приносят ожидаемой отдачи, так как свою нишу компания на этих направлениях уже заняла. В данном случае, чтобы положение не ухудшилось, компании необходимо расширять сферу своей деятельности.

3.2 Мероприятия по повышению эффективности ООО «СуТел» и оценка их эффективности

Сфера информационных технологий быстро развивается, имеет много возможностей для развития бизнеса и широкий спектр использования.

Информационные технологии с каждым годом оказывают все большее влияние и на экономику, и на повседневную жизнь людей. Этапы качественного развития большинства отраслей (медицины, торговли, образования, энергетики и др.) и государственного управления, в военной сфере связаны с внедрением информационных технологий.

Проанализировав российский и зарубежный опыт в сфере ИТ-технологий, а также опыт Челябинской области, становится ясно, что в рамках динамично развивающейся, конкурентной среды организации ООО «СуТел» недостаточно поддерживать уровень своих услуг на данном уровне. Об этом говорит и ухудшившееся финансовое положение, снижение прибыли, рост себестоимости. Очень важно обеспечить качество услуг на высоком уровне, установить привлекательную конкурентоспособную цену, выйти на новые целевые рынки.

Исследование российского и зарубежного опыта показало, с помощью горизонтальной диверсификации можно повысить эффективность деятельности ООО «СуТел». Успех этой программы будет зависеть от умения руководства максимизировать результат деятельности при минимальных затратах.

По программе связанной горизонтальной диверсификации ООО «СуТел», занимающееся обслуживанием компьютеров и серверов компаний и обслуживанием сетей малых организаций, расширит свою деятельность, внедрив аудит информационной безопасности. Но любое нововведение требует затрат, поэтому директору нужно рационально распорядиться бюджетными средствами.

Аудит информационной безопасности – один из важных этапов построения надежной системы защиты информационной безопасности.

В рамках диверсификации организация планирует осуществлять аудит информационной безопасности на соответствие требованиям регуляторов по безопасности информации, учитывающий, только требования руководящих документов регуляторов для заявленного класса системы или характеристик обрабатываемой в ней информации, который типично применяется для защиты персональных данных.

Аудит информационной безопасности состоит из следующих этапов: обследование объекта, изучение документации, составление замечаний и рекомендаций, отчет ответственному сотруднику. В среднем для оказания данной услуги требуется три выезда на объект, два выезда для обследования объекта и получения копий всех необходимых для обследования документов и один выезд

для ознакомления ответственного лица с результатами аудита [44]. Более подробно в таблице 3.8.

Таблица 3.8 – Состав услуги аудит информационной безопасности

Наименование работ	Затрачиваемое время, ч.
Обследование объекта	4
Изучение документации	4
Составление замечаний и рекомендаций	12
Ознакомление ответственного сотрудника с результатами	1
Время на дорогу	3
ИТОГО	24

Для осуществления аудита информационной безопасности ООО «СуТел» требуется получить лицензию, т.к. эта деятельность должна быть лицензирована, а также планируется нанять двух новых сотрудников, имеющих образование инженера по информационной безопасности, изменения в организационной структуре ООО «СуТел» на отражены рисунке 3.3.



Рисунок 3.3 – Организационная структура ООО «СуТел»

Рассчитаем затраты, которые предприятие должно понести для возможности осуществления деятельности по аудиту информационной безопасности.

Таблица 3.9 – Затраты на реализацию проекта.

Наименование статьи затрат	Стоимость, руб.
Два автоматизированных рабочих места с необходимым ПО	160 000
Аттестация помещения	70 000
Аттестация двух рабочих мест	140 000
Лицензионный сбор	7 500
ИТОГО	377 500

На 2016 год у организации имеется вклад в банке размером 840 000 руб. под 10% годовых. Финансирование проекта предполагается за счёт этих средств.

Далее я оценила эффективность предложенных мероприятий, для этого я рассчитала постоянные и переменные затраты, которые понесёт организация после реализации предложенного проекта, эти затраты, отражены в таблице 3.10.

Таблица 3.10 – Постоянные и переменные затраты при реализации проекта.

Наименование статьи затрат	Постоянные, руб.	Переменные, руб.
Расходы на бухгалтера	–	300
Заработная плата двух сотрудников	965 517,24	–
Отчисления на заработную плату	308 965,52	–
Амортизация	64 000	–
Арендная плата за помещение (включая коммунальные платежи и услуги связи)	180 000	–
Расходы на печать	–	96
Транспортные расходы	–	900
ИТОГО	1 518 482,76	1 296

Расходы на печать рассчитаны исходя из 60 листов на один отчёт, стоимость печати составляет 1,60 руб. за один лист, принтеры будет обслуживать сторонняя организация по договору покопийной печати. Транспортные расходы рассчитаны для трех выездов к заказчику, исходя из стоимости поездки 150 руб. в каждом направлении. Оплата бухгалтерских услуг – сдельная, её доля в составе издержек 300 рублей, на каждую оказанную услугу. Стоимость услуги аудит информационной безопасности я взяла равной 35 000 рублей, это средняя цена на рынке.

Далее были рассчитаны возможные доходы от оказания услуги аудит информационной безопасности и количество услуг, которое специалисты организации физически могут оказать, при наличии в штате двух специалистов и

их 100% загруженности, для расчётов мы берём количество рабочих часов равное 1973 часа (согласно производственному календарю на 2017 год).

Таблица 3.11– Аудит информационное безопасности

Цена услуги, руб.	Цена услуги после уплаты НДС, руб.	Временные затраты, ч.	Годовой фонд рабочего времени для 2 специалистов, ч.	Количество услуг оказываемых за год при 100 процентной загрузке, ед.
35 000	28 700	24	3 946	164,41

Затем была рассчитана точка безубыточности.

$$ТБн = \frac{1518482,76}{28700 - 1296} = 55,41 \text{ ед.}; ТБд = 56 * 28700 = 1\ 607\ 200 \text{ руб.}$$

Точка безубыточности равная 55,41 ед. показывает, что, оказав услугу аудит информационной безопасности 56 раз за год (заработав 1 607 200 руб.) организация начнет получать прибыль, это соответствует 33,70% от возможной загрузки персонала. При меньшем количестве услуг деятельность будет убыточной. Так же точка безубыточности была рассчитана графическим методом. Расчёт точки безубыточности графическим методом приведен на рисунке 3.4.

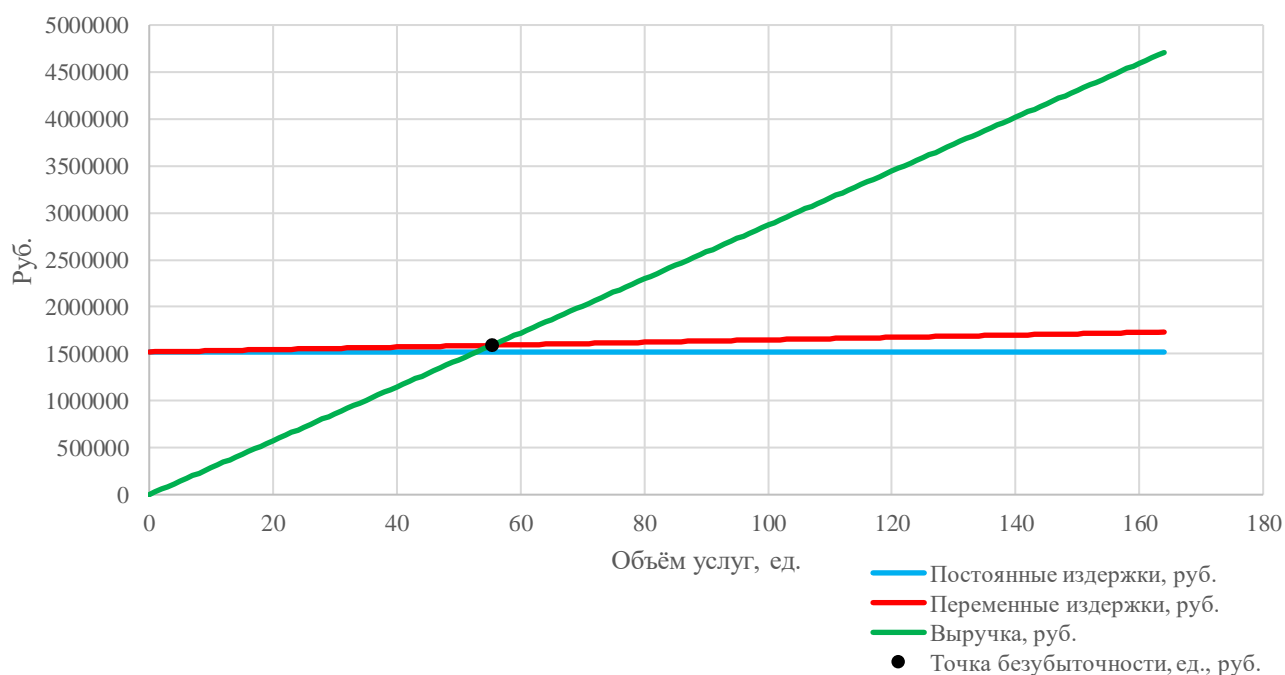


Рисунок 3.4 – Точка безубыточности

Так как для реализации проекта планируется использование денежных средств, находящихся на депозите, для подтверждения эффективности данного проекта рассчитаем упущенную прибыль от депозита и сопоставим её с прибылью, которую планируется получить от реализации проекта. Для расчёта возьмём срок равный 5 годам. Расчёты представлены в таблице 3.12.

За 5 лет с депозита мы получим прибыль в размере 230 477,5 рублей. Процентная ставка по депозиту меньше чем ставка рефинансирования (9,25%) + 5 п.п., следовательно, этот доход налогом не облагается.

Таблица 3.12 – Расчёт процентов по депозиту

Наименование показателя	Значение показателя					
	1	2	3	4	5	ИТОГО
Период, годы						
Сумма вклада, руб.	377 500,00	415 250,00	456 775,00	502 452,50	552 697,75	607 967,53
Сумма процентов, руб.	37 750,00	41 525,00	45 677,50	50 245,25	55 269,78	230 467,53

Рассчитаем возможную прибыль за 5 лет, при пессимистичном – 60%, реалистичном – 70% и оптимистичном – 80% прогнозах занятости специалистов

Таблица 3.13 – Экономические показатели при разной загруженности специалистов

Наименование показателя	Значение показателя		
	60	70	80
Загруженность, %			
Количество оказанных услуг, за год, ед.	98	115	131
Постоянные затраты, за год, руб.	1 518 483	1 518 483	1 518 483
Переменные затраты, за год, руб.	127 008	149 040	169 776
ИТОГО затраты, за год, руб.	1 645 491	1 667 523	1 688 259

Стоимость услуг, за год, руб.	3 430 000	4 025 000	4 585 000
НДС, за год, руб.	617 400	724 500	825 300
Стоимость услуг после уплаты НДС за год, руб.	2 812 600	3 300 500	3 759 700
Прибыль от услуг, за год, руб.	1 167 109	1 632 977	2 071 441
Налог на прибыль, за год, руб.	233 422	326 595	414 288
Чистая прибыль за год, руб.	933 687	1 306 382	1 657 153
Чистая прибыль за 5 лет, руб.	4 668 437	6 531 909	8 285 765

При пессимистичном прогнозе, за 5 лет прибыль от проекта составит 4 160 405 руб., проценты от вклада в банке за 5 лет составляют 230 467,5 руб. Организация получит $4\,668\,437 - 230\,467,5 = 4\,437\,969,5$ руб. дополнительной прибыли за 5 лет или в 20,26 раз больше, чем от депозита.

При реалистичном прогнозе, за 5 лет прибыль от проекта составит 6 531 909 руб., проценты от вклада в банке за 5 лет составляют 230 467,5 руб. Организация получит $6\,531\,909 - 230\,467,5 = 6\,301\,441,5$ руб. дополнительной прибыли за 5 лет или в 28,34 раз больше, чем от депозита.

При оптимистичном прогнозе, за 5 лет прибыль от проекта составит 8 285 765 руб., проценты от вклада в банке за 5 лет составляют 230 467,52 руб., соответственно организация получит $8\,285\,765 - 230\,467,5 = 8\,055\,297,5$ руб. дополнительной прибыли за 5 лет или в 35,95 раз больше, чем от депозита.

Это говорит о высокой экономической эффективности данного проекта. Рассчитаем эффективность данного проекта и эффективность вклада в текущих ценах с учётом инфляции. Для этого используем метод чистого дисконтированного дохода (ЧДД, NPV), в качестве ставки дисконтирования используем значение инфляции, на текущий момент инфляция составляет около 5%. Расчёты приведены в таблицах 3.14-3.17.

Таблица 3.14 – ЧДД проекта при загруженности 60%

Наименование	Значение показателя
--------------	---------------------

показателя						
Период, годы	0	1	2	3	4	5
Затраты, руб.	377 500	–	–	–	–	–
Дисконтированный доход, руб	–	889 226	846 882	806 554	768 147	731 569
Дисконтированный доход нарастающим итогом, руб	–	889 226	1 736 108	2 542 662	3 310 809	4 042 378
Прибыль за 5 лет в текущих ценах, руб	–	–	–	–	–	3 664 878

Срок окупаемости данного проекта:

$$T_{\text{ок}} = 1 - \frac{889\,226 - 377\,500}{889\,226} = 0,42 \text{ года}$$

Значит проект при загруженности персонала равной 60%, в текущих ценах, окупится за 0,42 года.

Таблица 3.15 – ЧДД проекта при загруженности 70%

Наименование показателя	Значение показателя					
	0	1	2	3	4	5
Период, годы	0	1	2	3	4	5
Затраты, руб.	377 500	–	–	–	–	–
Дисконтированный доход, руб.	–	1 244 173	1 184 927	1 128 502	1 074 764	1 023 584
Дисконтированный доход нарастающим итогом, руб.	–	1 244 173	2 429 100	3 557 602	4 632 365	5 655 949
Прибыль за 5 лет в текущих ценах, руб.	–	–	–	–	–	5 278 449

Срок окупаемости данного проекта:

$$\text{Ток} = 1 - \frac{1\,244\,173 - 377\,500}{1\,244\,173} = 0,30 \text{ года}$$

Значит проект при загруженности персонала равной 70%, в текущих ценах окупится за 0,30 года.

Таблица 3.16 – ЧДД проекта при загруженности 80%

Наименование показателя	Значение показателя					
	0	1	2	3	4	5
Период, годы	0	1	2	3	4	5
Затраты, руб.	377 500	–	–	–	–	–
Дисконтированный доход, руб.	–	1 578 241	1 503 087	1 431 511	1 363 344	1 298 423
Дисконтированный доход нарастающим итогом, руб.	–	1 578 241	3 081 328	4 512 839	5 876 182	7 174 605
Прибыль за 5 лет в текущих ценах, руб.	–	–	–	–	–	6 797 105

Срок окупаемости данного проекта:

$$\text{Ток} = 1 - \frac{1\,578\,241 - 377\,500}{1\,578\,241} = 0,24 \text{ года}$$

Значит проект при загруженности персонала равной 80%, в текущих ценах, окупится за 0,24 года.

Таблица 3.17 – ЧДД вклада, с капитализацией процентов.

Наименование показателя	Значение показателя					
	0	1	2	3	4	5
Период, годы	0	1	2	3	4	5
Затраты, руб.	377500	–	–	–	–	–
Дисконтированный	–	–	–	–	–	476 366

доход, руб.						
Дисконтированный доход нарастающим итогом, руб.	—	—	—	—	—	476 366
Прибыль за 5 лет в текущих ценах, руб.	—	—	—	—	—	98 866

Так как мы получаем вложенные денежные средства только в конце периода, срок окупаемости вклада, с капитализацией процентов равен 5 годам [42,45].

Для подтверждения эффективности, к финансовым показателям 2016 года (выручка, затраты, прибыль до налогообложения и чистая прибыль) были добавлены рассчитанные показатели, с учётом реализации проекта, при пессимистичном, реалистичном и оптимистичном прогнозах, по которым можно рассчитать рентабельность продаж, рентабельность продаж по чистой прибыли и прибыль от продаж на каждый вложенный рубль, результаты представлены в таблице 3.18.

Таблица 3.18 Эффективность внедрения проекта.

Рассчитываемый показатель.	До реализации проекта	С учётом реализации проекта пессимистичный прогноз	С учётом реализации проекта реалистичный прогноз	С учётом реализации проекта оптимистичный прогноз
Выручка, руб.	7 809 041	11 239 041	11 834 041	12 394 041
Затраты, руб.	-5 974 592	-7 620 083	-7 642 115	-7 662 851
Прибыль до налогообложения, руб.	1 834 440	3 001 549	3 467 417	3 905 881
Чистая прибыль, руб.	1 356 540	2 290 227	2 662 922	3 013 693

Рентабельность продаж, %	23,49%	26,71%	29,30%	31,51%
Рентабельность продаж по чистой прибыли, %	17,37%	20,38%	22,50%	24,32%
Прибыль от продаж на рубль, вложенный в проект, %	30,70%	39,39%	45,37%	50,97%

Имеет место значительное увеличение прибыли предприятия после реализации проекта, показатели рентабельности так же увеличиваются, даже при пессимистическом прогнозе. Это говорит о хорошей экономической эффективности данного проекта. Я рекомендую ООО «СуТел» данный проект к реализации, так как он эффективен и принесёт компании дополнительную прибыль, тем более компания располагает необходимыми для реализации данного проекта денежными средствами на вкладе, прибыль от которого невысока.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

1. Агапитова, Н.Н. Экономика предприятия (организации). – СПб.: ИЭО СПбУТУиЭ, 2007. – 210 с.
2. Аверченков, В.И. Аудит информационной безопасности. – М.: ФЛИНТА, 2011. – 167 с.
3. Белов, Е.Б. Основы информационной безопасности. / Е.Б. Белов, В.П. Лось, Р.В. Мещеряков, А.А. Шелупанов. – М.: Горячая линия-Телеком, 2006. – 544 с.
4. Большаков С.В. Основы управления финансами: учебное пособие. – М.: Пресс, 2000. – 456 с.
5. Бочаров, В.В. Инвестиции: учебник для вузов. 2–е изд. – СПб.: Питер, 2008. – 384 с.
6. Бочаров В.В. Управление денежным оборотом предприятий. – М.: Инфра – М, 2001. – 356 с.
7. Васильев, К.А. Влияние развития рынка информационных продуктов и услуг на конкурентоспособность субъектов хозяйствования. М.: Управленец, – 2013. – 256 с.
8. Вайс, Т.А. Экономика предприятия. / Т.А. Вайс, Е.Н. Вайс, В.С. Васильцов. – М.: КноРус, 2015. – 244 с.
9. Годенова, Е.Г. Информационные технологии в управлении качеством и защита информации. – М.: ТУСУР, 2011. – 137 с.
10. Грибов, В.Д. Экономика предприятия: учебное пособие / Грибов, В.Д., Грузинов В.П. – М.: Финансы и статистика, 2003. – 336 с.
11. Грибов, В.Д. Экономика организации (предприятия) (СПО). / В.Д. Грибов, В.П. Грузинов, В.А. Кузьменко. – М.: КноРус, 2015. – 408 с.
12. Гришин, В.Н. Информационные технологии в профессиональной деятельности: учебник / В.Н. Гришин, Е.Е. Панфилова. – М.: ИД ФОРУМ, НИЦ ИНФРА-М, 2013. – 416 с

13. Дьяконов, В.П. Новые информационные технологии. – М.: СОЛОН-Пресс, 2008. – 640 с.
14. Есипов, В.Е. Экономическая оценка инвестиций. / В.Е.Есипов, Г.А. Маховикова, И.А.Бузова и др. – СПб.: Вектор, 2006. – 288 с.
15. Жигулин, Г.П. Организационное и правовое обеспечение информационной безопасности. – СПб.: НИУ ИТМО, 2014. – 173 с.
16. Жужжалов, А.В. Информационные услуги в современных условиях новой экономики – Т-сонт, 2010. – 154 с.
17. Жукова, Т.В. Диверсификация производства как один из современных методов развития российской экономики. – Новые технологии, 2010. – 167 с.
18. Захаров, С.Н. Эффективность производства и внешнеэкономической деятельности. Теория, методы и практика расчетов. Монография. – М.: МИСИС, 2011. – 612 с.
19. Игошин, Н.В. Инвестиции, организация управления и финансирование: учебник для ВУЗов. – М.: Юнити-Дана, 2012. – 447 с.
20. Исаев, Г.Н. Информационные технологии: учеб. пособие / – М.: Омега-Л, 2013. – 464 с.
21. Казначеева, А.О. Основы информационных технологий. – СПб.: НИУ ИТМО, 2009. – 44 с.
22. Киселев, Г.М. Информационные технологии в экономике и управлении (эффективная работа в MS Office 2007): учеб. пособие / Г.М. Киселев, Р.В. Бочкова, В.И. Сафонов. – М.: Дашков и К, 2013. – 272 с.
23. Когденко В.Г. Экономический анализ: учеб. пособие для студентов вузов, обучающихся по специальностям «Бухгалтерский учет, анализ и аудит», «Финансы и кредит», «Мировая экономика» и «Налоги и налогообложение» / В.Г. Когденко. – М.: Юнити-Дана, 2009. – 392 с.
24. Котова Н.Н. Экономический анализ в оценочной деятельности: учеб. пособие. – Челябинск: Издательский центр ЮУрГУ, 2010. – 59 с.

25. Лагутин, К.И. Организация повышения эффективности и безопасности производства. / К.И. Лагутин, Н.Л. Ионова, С.А. Напольских, А.Г. Сухарев. – М.: Горная книга, 2012. –476 с.
26. Любушкин, Н. П. Анализ финансово-экономической деятельности предприятия / Н. П. Любушкин, В. Б. Лещева. – Москва: ЮНИТИ, 2015. – 387 с.
27. Мизиковский Е.А., Бондаренко В.В. Комплексный экономический анализ: Курс лекций. Тесты. Практические задания / Е.А. Мизиковский, В.В. Бондаренко. – Н. Новгород: Унив. книга, 2004. – 152 с.
28. Нечаев, В.И. Экономика предприятий. / В.И. Нечаев, П.Ф. Парамонов, И.Е. Халявка. – СПб. : Лань, 2010. – 464 с.
29. Паршин, К.А. Оценка уровня информационной безопасности на объекте информатизации. –М.: УМЦ ЖДТ, 2015. –95 с.
30. Пилко, И.С. Информационные технологии. Ч. 5. Менеджмент информационных технологий. – Кемерово: КемГИК, 2012. – 31 с.
31. Попов, Е.В. Рынок информационных услуг: особенности анализа и функционирования / Е.В.Попов, И.С.Кац – Вестник УГТУ-УПИ, 2005. – 354 с.
32. Прохорова, О.В. Информационная безопасность и защита информации. – Самара: АСИ СамГТУ, 2014. –114 с.
33. Романенко, И.В. Экономика предприятия. – М.: Финансы и статистика, 2011. – 352 с.
34. Сабетова, Л.А. Методические указания по выполнению курсовых работ по дисциплине «Экономика предприятия». / Л.А. Сабетова, А.В. Зюзя. – Воронеж : Мичуринский ГАУ, 2008. – 24 с.
35. Савина, Т.В. Рынок информационных услуг: тенденции и перспективы развития – Вестник ТГУС. Серия Экономика, 2008. – 378 с.

36. Савина, Т.В. Повышение качества информационных услуг как фактор развития Самарского региона – Экономика и управление: новые вызовы и перспективы, 2011. – 367 с.
37. Савицкая, Г.В. Теория анализа хозяйственной деятельности: учеб. пособие для вузов по направлению «Бухгалтерский учет, анализ и аудит» и др. эконом. специальностям / Г.В. Савицкая. – М: ИНФРА-М, 2006. – 280 с.
38. Светлов, Н.М. Информационные технологии управления проектами: учеб. пособие / Н.М. Светлов, Г.Н. Светлова. – М.: НИЦ ИНФРА-М, 2012. – 232 с.
39. Седышев, В.В. Информационные технологии в профессиональной деятельности. – М.: УМЦ ЖДТ, 2013. – 262 с.
40. Смагин, В.Н. Эффективность инвестиционных решений: учеб. пособие / В.Н. Смагин, В.Г. Мохов. – Челябинск: Издательский центр ЮУрГУ, 2009. – 98 с.
41. Солдаткин, В.А. Развитие диверсификационной деятельности предприятий аграрной сферы экономики – Экономист, 2009.– 156 с.
42. Староверова, Г.С. Экономическая оценка инвестиций: учеб. пособие / Г.С. Староверова, А.Ю. Медведев, И.В. Сорокина. – 3-е изд. – М.: КНОРУС, 2010. – 312 с.
43. Фролова, Т.А. Экономика предприятия: конспект лекций Таганрог: ТТИ ЮФУ, 2009. – 254 с.
44. Ханипова, Л.Ю. Информационная безопасность и защита информации. / Л.Ю. Ханипова, Г.Р. Кутлова. – Уфа: БГПУ имени М. Акмуллы, 2010. – 112 с.
45. Шарп, У. Инвестиции. / У. Шарп, Г. Александер, Дж. Бэйли : Пер. с англ. – М.: Инфра-М, 1997. – 1024 с.
46. Шеремет, А.Д. Теория экономического анализа: учебник. – М.: ИНФА-М, 2005. – 366 с.
47. Ярковой, В.А. Основные направления развития информационных услуг в Российской Федерации. – Экономическое возрождение России, 2010. – 367 с.

48. Анализ финансовой отчетности / под ред. М.А. Вахрушиной, Н.С. Пласковой. – М.: Вузовский учебник, 2008. – 452 с.
49. Анализ инвестиционной привлекательности организаций / Ендовицкий Д.А., Бабушкин В.А., Батурина Н.А. и др. – М.: КНОРУС, 2010. – 376 с.
50. Программный комплекс «Альт-Инвест v3». – СПб.: ИКФ «Альт», 1999. – 99 с.
51. Руководство пользователя Project Expert 6 Professional. – М.: ПроИнвестКонсалт, 1999. – 168 с.
52. Финансовый анализ: учебное пособие / Н.Н. Котова, С.И. Кухаренко. – Челябинск: Издательский центр ЮУрГУ, 2013. – 45 с.
53. Экономика предприятия: учебник. / под редакцией проф. О.И. Волкова и доцента О.В. Девяткина/Москва ИНФРА-М, 2007 – 601 с.
54. Экономическая оценка инвестиций: учебник для вузов. 4-е изд., перераб. и доп. / под ред. М. Римера. – СПб.: Питер, 2011. – 432 с.
55. Экономика предприятия: Учебник для вузов. 15-е изд. / пер. с нем. под общ. ред. И.П. Бойко, С.В. Валдайцева, К. Рихтера. – СПб.: Питер, 2005. – 848 с.: ил.
56. Финансово-инвестиционный блог Жданова Василия и Жданова Ивана [Электронный ресурс]// <http://finzz.ru/rentabelnost-sovokupnogo-kapitala.html>. (дата обращения 10.04.2017)
57. Интернет-журнал «TRADVISER», статья «ИТ (мировой рынок)» [Электронный ресурс] // <http://www.tadviser.ru/index.php>. (дата обращения 17.04.2017)
58. Электронный научный журнал «Инженерный вестник Дона» [Электронный ресурс] // <http://www.ivdon.ru/magazine/archive/n3y2011/494>. (дата обращения 17.04.2017)
59. Обзор и оценка перспектив развития мирового и российского рынков ИТ [Электронный ресурс] // <http://habrahabr.ru/company/moex/blog/250463>. (дата обращения 17.04.2017)

60. Аналитический отчет IDC по заказу Московской биржи. «Обзор рынка информационных технологий» [Электронный ресурс] // <http://megamozg.ru/post/10504>. (дата обращения 1.05. 2017)
61. Статья Рейтинг ИТ-компаний Челябинска [Электронный ресурс] // <http://chel.dk.ru/wiki/rejting-sistemnykh-integratorov>. (дата обращения 17.05.2017)
62. Интернет – журнал «TRADVISER», статья «ИТ (мировой рынок)» [Электронный ресурс] // http://www.tadviser.ru/index.php_ (дата обращения 17.05.2017)
64. Анализ эффективности использования трудовых ресурсов [Электронный ресурс] // <http://www.ekonomika-st.ru/drugie/metodi/metodi-ekonanaliz-2-3.html>. (дата обращения 17.05.2017)
64. Показатели эффективности деятельности предприятия и методика их расчета [Электронный ресурс] // <http://www.strategplann.ru/effektivnost/pokazat> (дата обращения 18.05.2017)
65. Характеристика, анализ и расчет прибыли предприятия [Электронный ресурс] // <http://timesnet.ru/magazine/5/3327>. (дата обращения 18.05.2017)
66. Экономическая эффективность предприятия: теория и практика. [Электронный ресурс] // <http://pravo.kulichki.com/dop/plan/plan0336>. (дата обращения 19.05.2017)
67. Эффективность хозяйственной деятельности предприятия, финансовые результаты. [Электронный ресурс] // Бузулукский гуманитарно-технологический институт // http://library.bgti.ru/ekon_u4/tem_4.2.htm. (дата обращения 19.05.2017)