

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации  
Федеральное государственное автономное образовательное учреждение высшего образования  
«Южно-Уральский государственный университет  
(национальный исследовательский университет)»  
Высшая школа экономики и управления  
Кафедра «Финансовые технологии»

ДОПУСТИТЬ К ЗАЩИТЕ  
И. о. заведующего кафедрой, д.э.н., проф  
\_\_\_\_\_ И.А. Соловьева  
« \_\_\_\_\_ » \_\_\_\_\_ 2021 г.

Анализ финансово-хозяйственной деятельности ПАО «ВымпелКом» и пути её  
улучшения

ВЫПУСКНАЯ КВАЛИФИКАЦИОННАЯ РАБОТА  
ЮУрГУ – 38.03.01.2021.(301/54).ВКР

Руководитель работы, ст. препод.  
\_\_\_\_\_ Т.А. Качалова  
« \_\_\_\_\_ » \_\_\_\_\_ 2021 г.

Автор  
студент группы ЭУз - 565  
\_\_\_\_\_ К.П. Егорова  
« \_\_\_\_\_ » \_\_\_\_\_ 2021 г.

Нормоконтролёр, ст. преподаватель  
\_\_\_\_\_ Е.Ю. Куркина  
« \_\_\_\_\_ » \_\_\_\_\_ 2021 г.

Челябинск 2021

## АННОТАЦИЯ

Егорова К.П. Анализ финансово-хозяйственной деятельности ПАО «ВымпелКом» и пути её улучшения. – Челябинск: ЮУрГУ, ЭУз – 565, 99с., 17 ил., 37 табл., библиограф. список – 25 наим., 2 прил.

Выпускная квалификационная работа выполнена с целью разработки практически значимых рекомендаций по улучшению финансово-хозяйственной деятельности ПАО «ВымпелКом».

В работе рассмотрены теоретические и методологические аспекты анализа финансово-хозяйственной деятельности предприятия, проведен анализ финансово-хозяйственной деятельности организации. В завершении предложены рекомендации по улучшению финансового состояния предприятия и рассчитан эффект от их реализации.

## ABSTRACT

Egorova K.P. Analysis of the financial and economic activities of PJSC "VimpelCom" and ways to improve it. – Chelyabinsk: SUSU, EUz - 565, 99 pages, 17 drawings, 37 tables, bibliography – 25 names, 2 applications.

The final qualifying work was carried out in order to develop practically significant recommendations for improving the financial and economic activities of PJSC VimpelCom.

The paper discusses the theoretical and methodological aspects of the analysis of the financial and economic activities of the enterprise, the analysis of the financial and economic activities of the organization. In the end, recommendations for improving the financial condition of the enterprise are proposed and the effect of their implementation is calculated.

## ОГЛАВЛЕНИЕ

|  |    |
|--|----|
| ВВЕДЕНИЕ.....  | 8  |
| 1 ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ И МЕТОДОЛОГИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ АНАЛИЗА<br>ФИНАНСОВО-ХОЗЯЙСТВЕННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ   |    |
| 1.1 Экономическая сущность анализа финансово-хозяйственной деятельности<br>предприятия, его основные направления и информационное обеспечение. .10 |    |
| 1.2 Методика проведения анализа финансово-хозяйственной деятельности<br>предприятия.....   | 16 |
| 1.3. Сравнение отечественных и зарубежных методологий и решений в области<br>анализа финансово-хозяйственной деятельности предприятия.....         | 30 |
| 2 АНАЛИЗ ФИНАНСОВО-ХОЗЯЙСТВЕННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПАО<br>«ВЫМПЕЛКОМ»   |    |
| 2.1 Отраслевая информация.....   | 39 |
| 2.2 Краткая характеристика предприятия и основные направления его<br>деятельности.....   | 51 |
| 2.3 Анализ структуры и динамики имущества организации и источников его<br>формирования.....  | 55 |
| 2.4 Анализ ликвидности и платежеспособности ПАО «ВымпелКом»... ..  | 62 |
| 2.5 Анализ финансовой устойчивости организации.....  | 65 |
| 2.6 Анализ прибыльности и рентабельности.....  | 69 |
| 2.7 Анализ деловой активности.....   | 73 |
| 2.8 Рекомендации по улучшению финансового состояния ПАО<br>«ВымпелКом».....  | 76 |
| ЗАКЛЮЧЕНИЕ.....  | 93 |
| БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК.....  | 95 |
| ПРИЛОЖЕНИЕ А.....  | 98 |
| ПРИЛОЖЕНИЕ Б.....  | 99 |

## ВВЕДЕНИЕ

Актуальность темы. В современных рыночных условиях обеспечение эффективного функционирования любого хозяйствующего субъекта требует экономически грамотного управления его деятельностью, которое в большей степени определяется умением ее анализировать. Анализ финансово – хозяйственной деятельности предприятия является средством не только обоснования планов, но и контроля за их выполнением. Большая роль отводится анализу в деле определения и использования резервов для повышения эффективности работы организации. Этим и объясняется актуальность проведения анализа. Анализ финансово-хозяйственной деятельности предприятия является важным элементом в системе управления производством, действенным средством выявления внутрихозяйственных резервов, инструментом разработки научно обоснованных планов и управленческих решений.

Объектом выпускной квалификационной работы является публичное акционерное общество «ВымпелКом».

Предметом выпускной квалификационной работы является анализ финансово-хозяйственной деятельности ПАО «ВымпелКом».

Цель выпускной квалификационной работы – разработка практически значимых рекомендаций по улучшению финансово-хозяйственной деятельности ПАО «ВымпелКом».

На основании поставленной цели сформированы задачи:

- рассмотреть теоретические и методологические аспекты анализа финансово-хозяйственной деятельности;
- провести анализ финансово-хозяйственной деятельности конкретного предприятия (ПАО «ВымпелКом») за 2020 год в сравнении с предыдущими периодами;
- разработать рекомендации по улучшению финансового состояния для анализируемого предприятия и оценить их эффективность.

В первом разделе рассмотрены теоретические и методологические аспекты в области анализа финансово-хозяйственной деятельности предприятия, методика проведения анализа, а также сравнительная оценка отечественных и зарубежных методологий.

Во втором разделе представлена отраслевая информация предприятия, его краткая характеристика и проведен анализ финансово-хозяйственной деятельности ПАО «ВымпелКом», с целью выявления общих тенденций его развития и исследования причин изменения финансовых результатов. На основании проведенного анализа, даны рекомендации по увеличению объема выручки.

# 1 ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ И МЕТОДОЛОГИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ АНАЛИЗА ФИНАНСОВО-ХОЗЯЙСТВЕННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ

## 1.1 Экономическая сущность анализа финансово-хозяйственной деятельности предприятия, его основные направления и информационное обеспечение

Анализ финансово-хозяйственной деятельности предприятия является важной частью, а по сути, основой принятия решений на микроэкономическом уровне. В условиях рыночной экономики в информационной сфере эти решения должны быть научно обоснованы и учитывать не только специфику данной ситуации, но и перспективы.

Экономический анализ как инструмент познания окружающей экономической действительности возник одновременно с бухгалтерским учетом в Древнем Египте примерно за 4000 лет до нашей эры. Совершенствуясь параллельно с методами и практикой управления, он получил значительное теоретическое и практическое распространение лишь в эпоху бурного развития капиталистических форм хозяйствования. Не смотря на то, что отдельные методы и процедуры анализа получили широкое признание при принятии управленческих решений еще в первые десятилетия XX в., в самостоятельный раздел анализ финансово-хозяйственной деятельности (АФХД либо АХДП) выделился сравнительно недавно – лишь в 1960-е годы. Это было обусловлено двумя основными закономерностями общественного развития:

- практической потребностью в систематизации методов и методик анализа в условиях значительного усложнения хозяйственных связей, необходимостью перехода от эвристических и описательных методов познания к математическим и вероятностным;

- дифференциацией наук как объективной закономерностью развития научной деятельности.

Под анализом в широком плане понимается способ познания предметов и явлений окружающей среды, основанный на расчленении целого на составные части и изучение их во всем многообразии связей и зависимостей [3].

Экономический анализ в целом представляет собой систему специальных знаний, связанную с исследованием экономических процессов в их взаимосвязи, складывающихся под воздействием объективных экономических законов и факторов субъективного порядка; научным обоснованием бизнес – планов, с объективной оценкой их выполнения; выявлением положительных и отрицательных факторов и количественным измерением их действия; раскрытием тенденций и пропорций хозяйственного развития, определением неиспользованных внутрихозяйственных резервов; обобщением передового опыта, принятием оптимальных управленческих решений.

При проведении экономических исследований, в том числе при анализе финансово-хозяйственной деятельности предприятия, существенным является установление цели и задач анализа, объекта или объектов анализа; системы показателей, при помощи которых будет исследоваться каждый объект анализа; последовательности и периодичности проведения анализа, способов исследования анализируемых объектов, источников информации, указаний по организации исследования и т. д.

Содержанием АФХД является глубокое и всестороннее изучение экономической информации и функции анализируемого субъекта хозяйствования в целях принятия оптимальных управленческих решений по обеспечению производственных программ предприятия, оценки уровня их выполнения, выявления слабых мест и внутрихозяйственных резервов; проведение квалификационного анализа работы предприятия требует знание многих наук: макроэкономики, микроэкономики, статистика, бухгалтер, маркетинг, основы промышленной психологии, эконометрика.

В современных условиях анализ не возможен без применения новейших информационных технологий, т.е. АФХД можно назвать перекрестком многих наук.

Поскольку в АФХД анализируется производственный процесс и производится его диагностика, то под предметом анализа производственно – хозяйственной деятельности понимаются хозяйственные процессы, их эффективность и конечные производственные результаты деятельности, складывающихся под воздействием различных факторов, получающих отражение через систему экономической информации.

Основными вопросами, на которые надо ответить аналитику при проведении АФХД, являются:

- куда вложены финансовые ресурсы предприятия и какова структура имущества предприятия;
- откуда получены финансовые ресурсы и какова их структура;
- насколько эффективно работает предприятие.

Объектом АФХД являются экономические результаты хозяйственной деятельности предприятия или отдельные стороны его финансово – хозяйственной деятельности.

Основная цель проведения анализа заключается в выявлении сильных и слабых сторон его деятельности, повышении эффективности работы хозяйствующего субъекта и поиске резервов для улучшения работы предприятия.

Для достижения целей анализа решаются следующие задачи:

- постановка и уточнение целей и задач проведения анализа;
- уточнение пользователей результатов анализа;
- определение показателей и методов их оценки;
- выявление и оценка факторов, влияющих на результаты;
- отбор наиболее существенных факторов;
- разработка плана мероприятий по усилению воздействия «позитивных» факторов и снижению воздействия «негативных» факторов;
- разработка формы подготовки отчета и подачи материала для принятия управленческого решения.

Принципы проведения АФХД:

1. Сопоставимость – данные и результаты должны быть сопоставимы.
2. Научность – при проведении анализа следует руководствоваться научно обоснованными методиками и процедурами.
3. Комплектность – анализ должен охватывать все стороны хозяйственной деятельности предприятия.
4. Системность – необходимость учитывать, что изучаемый объект это сложная динамическая система, состоящая их элементов, связанных между собой и с внешней средой.
5. Конкретность – анализ основывается на реальных данных, его результаты получают конкретное количественное выражение.
6. Объективность – критическое и беспристрастное изучение экономических явлений, выработка обоснованных выводов.
7. Действительность – способность оперативно воздействовать на ход бизнес-процессов в случае обнаружения фактов их неэффективного протекания.
8. Регулярность – АФХД следует проводить конструктивно, через заранее определенные промежутки времени, а также от случая к случаю.
9. Экономичность – затраты на анализ должны давать многократный эффект.

Основными направлениями анализа финансово-хозяйственной деятельности предприятия (организации) являются [6]:

1. Оценка состава, движения и структуры имущества предприятия и источников их формирования в процессе экономического кругооборота (изучение состава и движения запасов; анализ показателей оборачиваемости различных видов оборотных активов; оценка состояния кредиторской и дебиторской задолженности; оценка структуры и потоков собственного и заемного капитала и др.).
2. Анализ состава, движения и структуры финансовых ресурсов; выявление степени сбалансированности между движением материальных и финансовых ресурсов; оценка правильного использования денежных средств для поддержания эффективной структуры капитала; оценка влияния факторов на финансовое состояние и эффективность использования ресурсов.

3. Анализ абсолютных и относительных показателей, характеризующих ликвидность, платежеспособность и финансовую устойчивость предприятия; оценка степени риска банкротства предприятия, выявление влияния факторов на изменение параметров финансового состояния.

В большей степени, результативность АФХДП зависит от его источников информационного обеспечения. Информационное обеспечение анализа финансово-хозяйственной деятельности предприятия представляет собой систему сбора и обработки внешней и внутренней информации.

Внешняя информация предназначена для обеспечения руководства необходимыми сведениями о состоянии среды, в которой оно действует.

Источники внешней информации:

- издания, публикации, сообщения официальных органов власти;
- отчеты информационно-аналитических агентств и консалтинговых компаний;
- средства массовой информации и рекламы (газеты, журналы и др.);
- публикуемые годовые отчеты клиентов, партнеров и контрагентов;
- личные контакты с клиентурой, партнерами и контрагентами.

Внутренняя информация предназначена для анализа и оценки финансового состояния организации при принятии различного рода управленческих, инвестиционных, организационных, административных и иных решений.

Источники внутренней информации:

- финансовая (бухгалтерская) отчетность;
- статистическая отчетность;
- налоговая отчетность;
- оценочные расчеты по проводимым операциям;
- результаты внутренних исследований;
- акты ревизий и проверок;
- справки, подготовленные соответствующими службами по заданию руководства организации.

Финансовая (бухгалтерская) отчетность представляет собой систему сбора информации об имущественном и финансовом состоянии организации и о результатах ее хозяйственной деятельности. Она состоит из бухгалтерского баланса, отчета о финансовых результатах, приложений к ним, пояснительной записки, а также аудиторского заключения, подтверждающего достоверность финансовой отчетности, если организация в соответствии с законодательством подлежит обязательному аудиту.

## 1.2 Методика проведения анализа финансово-хозяйственной деятельности предприятия

Аналитические исследования деятельности предприятия базируются на определенных правилах, приемах и способах исследования, подчиненных достижению целей анализа, и выполняются в соответствии с выбранными методами и разработанными методиками.

При проведении анализа финансово-хозяйственной деятельности организации выполняется расчет и анализ важнейших аналитических и относительных показателей (таблица 1).

Таблица 1 – Перечень аналитических и относительных показателей для анализа финансово-хозяйственной деятельности предприятия

| Направление анализа финансово-хозяйственной деятельности | Показатели   |
|--|--|
| Анализ имущественного состояния организации              | 1. Динамика имущества.<br>2. Удельный вес и структурная динамика отдельных групп и статей актива баланса.  |
| Анализ источников формирования                           | 1. Динамика и состав источников формирования имущества предприятия.<br>2. Удельный вес и структурная динамика источников формирования имущества предприятия. |
| Анализ ликвидности и платежеспособности                  | 1. Коэффициент абсолютной ликвидности.<br>2. Коэффициент быстрой ликвидности.<br>3. Коэффициент текущей ликвидности.   |

## Окончание таблицы 1

| Направление анализа финансово-хозяйственной деятельности | Показатели   |
|--|--|
| Анализ финансовой устойчивости                           | <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Коэффициент автономии.</li> <li>2. Коэффициент финансовой устойчивости.</li> <li>3. Коэффициент маневренности капитала.</li> <li>4. Коэффициент концентрации заемного капитала.</li> <li>5. Коэффициент обеспеченности собственными оборотными средствами.</li> <li>6. Коэффициент соотношения заемного и собственного капиталов (плечо финансового рычага.)</li> <li>7. Индекс постоянного актива.</li> </ol>                         |
| Анализ рентабельности                                    | <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Общая рентабельность.</li> <li>2. Рентабельность продаж ROS.</li> <li>3. Рентабельность собственного капитала ROE.</li> <li>4. Рентабельность активов ROA.</li> </ol>  |
| Анализ деловой активности                                | <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Коэффициент оборачиваемости активов.</li> <li>2. Коэффициент оборачиваемости собственного капитала.</li> <li>3. Коэффициент оборачиваемости дебиторской задолженности.</li> <li>4. Период оборачиваемости дебиторской задолженности.</li> <li>5. Коэффициент оборачиваемости кредиторской задолженности.</li> <li>6. Период оборачиваемости кредиторской задолженности.</li> <li>7. Фондоотдача.</li> <li>8. Ресурсоотдача.</li> </ol> |

Оценка имущественного положения предприятия позволяет выявить реальный потенциал предприятия, оценить структуру и состояние имущественного комплекса предприятия.

Основными задачами анализа имущественного потенциала организации являются:

- определение текущего имущественного потенциала организации;
- выявление и оценка изменений имущественного потенциала в пространственно-временном разрезе;
- выявление и оценка основных факторов, вызывающих изменение имущественного потенциала;
- построение прогноза изменения имущественного потенциала организации в будущем;
- оценка соотношения между активами и пассивами организации

- оценка рациональности размещения и эффективности использования финансовых ресурсов;
- оценка соблюдения финансовой, расчетной и кредитной дисциплины.

Для исследования динамики изменения имущественного потенциала организации, как правило, используют сравнительный аналитический баланс.

Сравнительный аналитический баланс, называемый иначе «агрегированным», строится на основе бухгалтерского баланса, но отличается от него. В его основе лежит принцип агрегирования: статьи актива баланса группируются по признакам ликвидности, а пассива – по признакам срочности обязательств.

Сравнительный аналитический баланс охватывает множество важных показателей, характеризующих динамику финансового состояния, включая показатели горизонтального и вертикального анализа, используемые в практике АФХД предприятий. Его можно получить из исходного баланса путем уплотнения отдельных статей, что предоставлено в таблице 2.

Таблица 2 – Динамика активов и пассивов

| Показатель                  | На начало года      | На конец года       | Абсолютное изменение (+,-) | Темп роста, % |
|-----------------------------|---------------------|---------------------|----------------------------|---------------|
|                             | Значение, тыс. руб. | Значение, тыс. руб. |                            |               |
| <b>Актив</b>                |                     |                     |                            |               |
| Внеоборотные активы         |                     |                     |                            |               |
| Оборотные активы            |                     |                     |                            |               |
| Баланс                      |                     |                     |                            |               |
| <b>Пассив</b>               |                     |                     |                            |               |
| Капитал и резервы           |                     |                     |                            |               |
| Долгосрочные обязательства  |                     |                     |                            |               |
| Краткосрочные обязательства |                     |                     |                            |               |
| Баланс                      |                     |                     |                            |               |

Сопоставляя изменения в активе и пассиве, можно сделать вывод о том, через какие источники в основном был осуществлен приток новых средств и в какие активы эти новые средства в основном были вложены.

Важным направлением анализа является вертикальный анализ баланса, в ходе которого оцениваются удельный вес и структурная динамика отдельных групп и статей актива баланса.

Для получения более детальной картины изменения финансового состояния организации могут быть построены аналитические таблицы, содержащие показатели динамики актива и пассива баланса, каждого его раздела или укрупненных групп статей.

Руководство предприятия должно иметь четкое представление, за счет каких источников ресурсов оно будет осуществлять свою деятельность, и в какие сферы деятельности будет вкладывать свой капитал. Забота об обеспечении бизнеса необходимыми финансовыми ресурсами является ключевым моментом в деятельности любого предприятия. Поэтому анализ источников формирования и размещения капитала имеет исключительно большое значение.

Задачи анализа динамики, состава и структуры источников формирования капитала организации:

- изучение состава, структуры и динамики источников формирования капитала предприятия;
- выявление факторов изменения их величины;
- определение стоимости отдельных источников привлечения капитала и его средневзвешенной цены, а также факторов изменения последней;
- оценка уровня финансового риска (соотношение заемного и собственного капитала);
- оценка произошедших изменений в пассиве баланса с точки зрения повышения уровня финансовой устойчивости предприятия;
- обоснование оптимального варианта соотношения собственного и заемного капитала.

Капитал является одним из важнейших элементов, формирующим деятельность коммерческих предприятий, а от его состава и структуры зависят возможности функционирования и развития предприятия.

Капитал представляет собой совокупную стоимость имущества, состоящую из внеоборотных и оборотных активов, которые первоначально были сформированы за счет финансовых средств при создании предприятия, а в процессе осуществления им хозяйственной деятельности постоянно поступают и используются для обновления имущества и для поддержки осуществления деятельности субъекта хозяйствования.

Формируется капитал предприятия как за счет собственных (внутренних), так и за счет заемных (внешних) источников (рисунок 1).

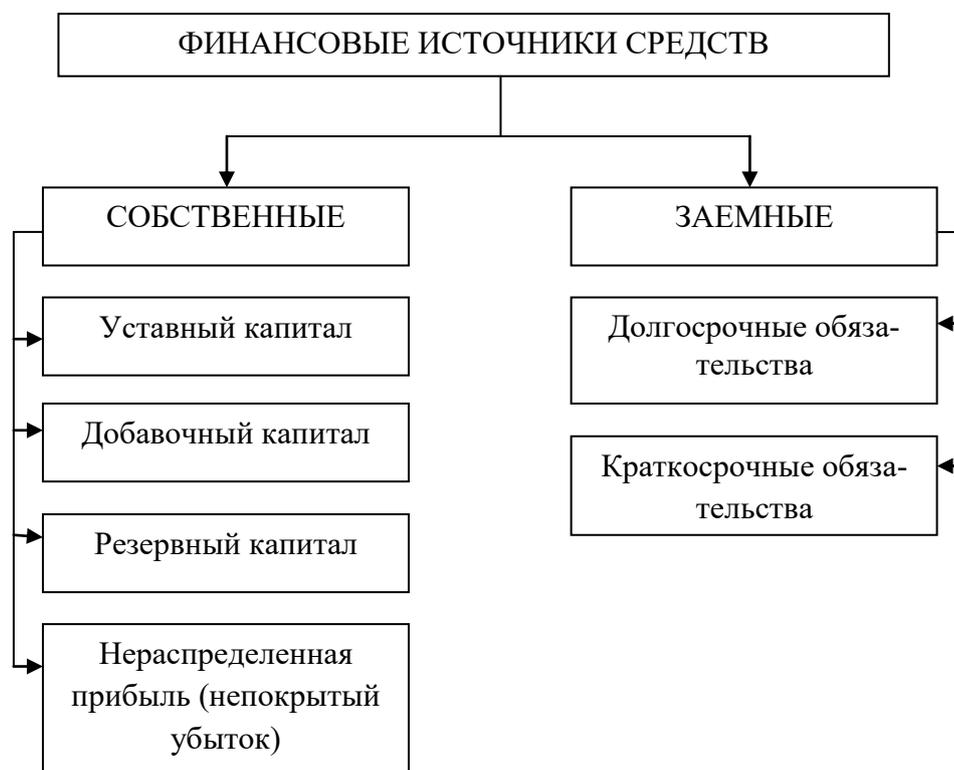


Рисунок 1 – Источники средств в пассиве баланса

Привлечение заемных средств в оборот предприятия – явление нормальное, содействующее временному улучшению финансового состояния, при условии, что эти средства не замораживаются на продолжительное время в обороте и своевременно возвращаются. В противном случае может возникнуть просроченная

кредиторская задолженность, что в конечном итоге приведет к выплате штрафов и ухудшению финансового положения.

От степени оптимальности соотношения собственного и заемного капитала во многом зависят финансовое положение предприятия и его устойчивость.

В ходе анализа необходимо более детально изучить динамику (посредством составления таблицы) и структуру собственного и заемного капитала, выяснить причины изменения отдельных их слагаемых и дать оценку этих изменений за отчетный период.

Превышение доли собственного капитала в пассиве бухгалтерского баланса компании над его заемным капиталом говорит о низком уровне ее зависимости от внешних кредиторов, и наоборот, высокая доля заемного капитала в пассиве бухгалтерского баланса организации по сравнению с величиной ее собственного капитала говорит о высоком уровне зависимости хозяйствующего субъекта от внешних кредиторов.

Анализ структуры и динамики активов и пассивов организации, выявление соотношений между отдельными их видами являются процедурами «чтения» баланса. Читая баланс, можно выявить «узкие места» в деятельности организации и сформулировать перечень вопросов, на которые можно будет ответить лишь при более детальном ознакомлении со спецификой её работы.

Одним из наиболее важных аспектов анализа финансово – хозяйственной деятельности организации является оценка её ликвидности и платежеспособности.

Анализ показателей ликвидности и платежеспособности позволяет оценить финансовое состояние предприятия с позиции краткосрочной перспективы: может ли оно своевременно и в полном объеме произвести расчеты по краткосрочным обязательствам перед контрагентами.

Ликвидность какого-либо актива – это его способность трансформироваться в денежные средства. Говоря о ликвидности организации, подразумевается наличие у нее оборотных средств в размере, теоретически достаточном для погашения

краткосрочных обязательств, хотя бы и с нарушением сроков погашения, предусмотренных контрактами.

Платежеспособность – наличие у организации денежных средств, достаточных для расчетов по кредиторской задолженности, требующей немедленного погашения. О неплатежеспособности предприятия свидетельствует, как правило, наличие таких статей в отчетности, как «Убытки», «Кредиты и займы, не погашенные в срок», «Просроченная кредиторская задолженность», «Векселя выданные просроченные» [9].

Проведение анализа ликвидности и оценки уровня платежеспособности любого хозяйствующего субъекта обусловлено рядом обстоятельств и необходимостью:

- регулярного прогнозирования финансового положения устойчивости развития организации;
- своевременного погашения обязательств перед государством, внебюджетными фондами, поставщиками, работниками, акционерами;
- повышения доверия партнеров и инвесторов;
- полного возврата кредитов и оценки эффективности их пользования.

Ликвидность проявляется как:

- ликвидность имущества, т.е. возможность быстрой продажи собственного капитала и дебиторской задолженности, превращения их в деньги;
- ликвидность в смысле наличия такой возможности у предприятия, при которой оно может удовлетворить обязательства не только за счет внутренних, но и посредством реального привлечения внешних источников.

Исходя из этого, следует различать ликвидность предприятия и ликвидность баланса.

Ликвидность баланса – это способность предприятия превратить свои активы в денежные средства для погашения своих платежных обязательств.

Следует отметить, что в российском Балансе активы располагаются по степени возрастания ликвидности, соответственно и в пассивах обязательства располагаются по степени возрастания срочности погашения.

При этом выделяются четыре группы активов и четыре группы пассивов.

Группы активов:

- А1 – быстро реализуемые активы (денежные средства + краткосрочные финансовые вложения);
- А2 – средне реализуемые активы (дебиторская задолженность);
- А3 – медленно реализуемые активы (реализуемые активы (запасы, долгосрочная дебиторская задолженность (после 12 месяцев), НДС по приобретенным ценностям, прочие оборотные активы);
- А4 – трудно реализуемые активы (внеоборотные активы).

Группа пассивов:

- П1 – наиболее срочные обязательства (кредиторская задолженность);
- П2 – краткосрочные пассивы;
- П3 – долгосрочные обязательства (статьи раздела IV баланса);
- П4 – постоянные пассивы.

Сопряженные группы активов и пассивов сравниваются между собой в целях выявления платежных излишков и платежных недостатков по ним и отслеживания изменения структуры составных частей бухгалтерского баланса (таблица 3).

Таблица 3 – Оценка ликвидности баланса

| Активы   |                |               | Пассивы   |                |               | Платежный излишек (+) или недостаток (-) |               |
|--|----------------|---------------|---|----------------|---------------|--|---------------|
| Группировка активов (А) по степени ликвидности | На начало года | На конец года | Группировка пассивов (П) по срочности погашения | На начало года | На конец года | На начало года                           | На конец года |
| А1 - быстро реализуемые активы                 |                |               | П1 -наиболее срочные обязательства              |                |               |  |               |

Окончание таблицы 3

| Активы                           |  |  | Пассивы                         |  |  | Платежный излишек (+) или недостаток (-) |  |
|----------------------------------|--|--|---------------------------------|--|--|--|--|
| А2 - средне реализуемые активы   |  |  | П2 - краткосрочные пассивы      |  |  |  |  |
| А3 - медленно реализуемые активы |  |  | П3 - долгосрочные обязательства |  |  |  |  |
| А4 - труднореализуемые активы    |  |  | П4 - постоянные пассивы         |  |  |  |  |
| Баланс                           |  |  | Баланс                          |  |  |  |  |

Рекомендуемые соотношения сопряженных групп активов и пассивов, характеризующие абсолютно ликвидный, т. е. ликвидный на 100 %, бухгалтерский баланс, следующие [10]:

$$A1 \geq П1, A2 \geq П2, A3 \geq П3, A4 \leq П4$$

Для того чтобы проанализировать платежеспособность, необходимо оценить, какие средства и каким образом они могут быть мобилизованы для предстоящих расчетов [10]. В общем случае предприятие платежеспособно, когда его активы превышают внешние обязательства.

Наряду с абсолютными показателями для оценки ликвидности и платежеспособности предприятия рассчитывают относительные показатели: коэффициенты абсолютной, критической (быстрой) и текущей ликвидности (таблица 4).

Таблица 4 – Относительные показатели ликвидности (платежеспособности) предприятия

| Показатель и его значение  | Рекомендуемое значение | Формула   |
|--|------------------------|---|
| Коэффициент абсолютной ликвидности – показывает, какая часть краткосрочных обязательств может быть погашена на дату составления Баланса. | 0,2 – 0,3              | (Денежные средства + краткосрочные финансовые вложения) / Краткосрочные обязательства |

#### Окончание таблицы 4

| Показатель и его значение  | Рекомендуемое значение | Формула   |
|--|------------------------|---|
| Коэффициент критической ликвидности (промежуточный коэффициент покрытия) – показывает, какая часть краткосрочных обязательств, может быть погашена за счет как имеющихся денежных средств, так и ожидаемых поступлений от дебиторов. | 0,8 – 1                | (Денежные средства + краткосрочные финансовые вложения + Краткосрочная дебиторская задолженность) / Краткосрочные обязательства |
| Коэффициент текущей ликвидности (общий коэффициент покрытия) – позволяет оценить, в какой степени оборотные активы покрывают краткосрочные обязательства.  | 1,5 – 2                | Общая величина оборотных активов / Краткосрочные обязательства  |

Эти показатели представляют интерес не только для руководства предприятия, но и для внешних субъектов анализа: коэффициент абсолютной ликвидности – для поставщиков сырья и материалов; коэффициент быстрой ликвидности – для банков; коэффициент текущей ликвидности – для инвесторов.

Одной из характеристик стабильного положения организации служит её финансовая устойчивость. Она связана, прежде всего, с общей финансовой структурой предприятия, степенью его зависимости от кредиторов и инвесторов.

Финансовая устойчивость означает:

- стабильное превышение доходов над расходами;
- свободное маневрирование денежными средствами и эффективное их использование;
- бесперебойный пресс производства и продаж товаров, работ, услуг.

Финансовая устойчивость оценивается с помощью абсолютных и относительных показателей.

Абсолютные показатели финансовой устойчивости – это показатели, характеризующие состояние запасов и обеспеченность их источниками формирования.

Для характеристики источников формирования запасов используются показатели, отражающие степень охвата разных видов источников:

1. Наличие собственного оборотного капитала (СОК):

$$\text{СОК} = \text{СК} - \text{ВА}, \quad (1)$$

где СК – собственный капитал;

ВА – внеоборотные активы.

2. Наличие собственного и приравненного к нему капитала – перманентного капитала (ПК):

$$\text{ПК} = \text{СОК} + \text{ДО}, \quad (2)$$

где ДО – долгосрочные обязательства

3. Общая величина основных источников формирования запасов (ОИ):

$$\text{ОИ} = \text{СОК} + \text{ДО} + \text{КК}, \quad (3)$$

где КК – краткосрочные кредиты и займы

Трем показателям наличия источников формирования запасов соответствует три показателя обеспеченности запасов этими источниками:

1. Излишек (+) или недостаток (–) собственного оборотного капитала ( $\Delta\text{СОК}$ ):

$$\Delta\text{СОК} = \text{СОК} - \text{З}, \quad (4)$$

где З – запасы с НДС

2. Излишек (+) или недостаток (–) перманентного капитала ( $\Delta\text{ПК}$ ):

$$\Delta\text{ПК} = \text{ПК} - \text{З} \quad (5)$$

3. Излишек (+) или недостаток (–) основных источников формирования запасов (ΔОИ):

$$\Delta\text{ОИ} = \text{ОИ} - 3 \quad (6)$$

Выявление этих трех показателей позволяет определить тип финансовой устойчивости организации. Выделяют четыре типа финансовой устойчивости: абсолютная, нормальная, неустойчивое состояние, кризисное положение.

Абсолютная устойчивость финансового состояния – встречается крайне редко и задается условием: излишком (+) СОК или его равенством с величиной запасов, т.е.,  $\text{СОК} \geq 3$ .

Нормальная устойчивость финансового состояния – гарантирует платежеспособность и задается финансовыми условиями: недостатком (–) СОК, излишком (+) ПК или его равенством с величиной запасов, т.е.:  $\text{СОК} < 3$  ;  $\text{ПК} \geq 3$ .

Неустойчивое финансовое состояние – сопряжено с нарушением платежеспособности, однако сохраняется возможность установить равновесие за счет пополнения собственного капитала и дополнительного привлечения кредитов и займов. Этот тип финансовой устойчивости задается условиями: недостатком (–) СОК, недостатком (–) ПК, излишком (+) ОИ или их равенством с величиной запасов, т.е.  $\text{СОК} \leq 3$ ;  $\text{ПК} < 3$ ;  $\text{ОИ} \geq 3$ .

Кризисное финансовое состояние означает, что организация находится на грани банкротства, так как в этой ситуации денежные средства, краткосрочные финансовые вложения, дебиторская задолженность и прочие оборотные активы не покрывают даже кредиторской задолженности и прочих краткосрочных обязательств. Этот тип финансовой устойчивости задается условием: недостатком (–) ОИ, т.е.:  $\text{ОИ} < 3$ .

Финансовая устойчивость может быть оценена с помощью относительных показателей – коэффициентов, характеризующих степень независимости организа-

ции от внешних источников финансирования [15]. Наиболее распространенные коэффициенты финансовой устойчивости представлены в таблице 5.

Таблица 5 – Относительные показатели финансовой устойчивости

| Показатель и его назначение  | Рекомендуемое значение                     |
|--|--|
| 1. Коэффициент независимости (автономии или концентрации собственного капитала) - характеризует долю собственных средств в общей величине источников финансирования деятельности организации | $\geq 0,5$                                 |
| 2. Коэффициент зависимости (концентрации заемного капитала) характеризует долю заемных средств в общей величине источников финансирования деятельности организации                           | $\leq 0,5$                                 |
| 3. Коэффициент финансовой устойчивости показывает удельный вес источников финансирования, которые могут быть использованы длительное время   | 0,8 – 0,9                                  |
| 4. Коэффициент финансирования характеризует соотношение собственных и заемных средств  | $\geq 1$                                   |
| 5. Коэффициент финансовой активности (плечо финансового рычага) характеризует соотношение заемных собственных средств  | $\leq 1$                                   |
| 6. Собственный оборотный капитал характеризует величину оборотных средств, сформированных за счет собственных источников   | $\geq 10\%$ от стоимости оборотных активов |
| 7. Коэффициент маневренности собственного капитала показывает, какая часть собственных средств вложена в наиболее мобильные (оборотные) активы   | 0,2 – 0,5                                  |
| 8. Коэффициент обеспеченности собственными оборотными средствами показывает долю оборотных активов, сформированных за счет собственных источников, в общей величине оборотных активов        | 0,1  |
| 9. Коэффициент обеспеченности собственными источниками показывает, в какой степени запасы предприятия сформированы за счет собственных средств и нуждаются в привлечении заемных             | 0,6 – 0,8                                  |
| 10. Коэффициент (индекс) постоянного актива показывает долю внеоборотных активов в величине собственных источников средств   | $< 1$                                      |

Рентабельность – это относительный показатель эффективности работы предприятия, отражающий уровень прибыльности относительно определенной базы. Величина показателей рентабельности характеризует соотношение полученного эффекта с затратами. Показатели рентабельности могут быть рассчитаны на осно-

ве прибыли от реализации продукции, чистой прибыли, прибыли до налогообложения. Рентабельность бывает нескольких видов (таблица 6).

Таблица 6 – Показатели рентабельности

| Показатель рентабельности   | Характеристика   | Формула  |
|---|--|--|
| Общая рентабельность  | Характеризует прибыльность фирмы (от всех видов деятельности).   | $\frac{\text{Балансовая прибыль} * 100\%}{\text{Выручка от реализации}}$                 |
| Рентабельность продаж (ROS)   | Показывает, сколько прибыли приходится на единицу реализованной продукции.   | $\frac{\text{Прибыль от реализации (валовая)} * 100\%}{\text{Выручка от реализации}}$    |
| Рентабельность собственного капитала (ROE, финансовая рентабельность) | Характеризует эффективность использования собственного капитала. Показывает на сколько эффективно работают собственные средства, вложенные в организацию | $\frac{\text{Чистая прибыль} * 100\%}{\text{Стоимость СК (средняя за период)}}$          |
| Экономическая рентабельность (ROA, рентабельность активов)            | Характеризует эффективность использования всего имущества фирмы. Показывает сколько прибыли приходится на каждый рубль всего имущества                   | $\frac{\text{Балансовая прибыль} * 100\%}{\text{Стоимость активов (средняя за период)}}$ |

Стоит отметить, что каждый из рассматриваемых показателей рентабельности рассчитывается в процентах за прошлый и за отчетный период. Таким образом, можно наглядно продемонстрировать изменение показателей и проанализировать эффективность деятельности предприятия.

Анализ деловой активности предприятия необходим для получения объективного представления об эффективности экономической деятельности компании и интенсивности использования ее ресурсной базы с целью выявления резервов их повышения. Контроль за эффективным использованием оборотных средств осуществляется путем расчета показателей оборачиваемости и периода оборота, таб-

лица 7. Экономический смысл показателей периода оборота (в днях) – сколько дней «оседают» денежные средства в неденежных активах.

Таблица 7 – Показатели оборачиваемости

| Показатель  | Формула   | Пояснения  |
|---|---|--|
| Коэффициент оборачиваемости активов (в раз-ах)                    | $КО_A = \frac{\text{Выручка}}{A_{\text{ср}}}$ <p>где <math>A_{\text{ср}}</math> – средняя стоимость активов за расчетный период.</p>  | Характеризует скорость оборота всего авансируемого капитала.   |
| Коэффициент оборачиваемости собственного капитала (в раз-ах)      | $КО_{\text{СК}} = \frac{\text{Выручка}}{\overline{\text{СК}}}$ <p>где <math>\overline{\text{СК}}</math> – средняя стоимость собственного капитала за расчетный период.</p>                    | Характеризует активность собственного капитала.  |
| Коэффициент оборачиваемости дебиторской задолженности (в раз-ах)  | $КО_{\text{ДЗ}} = \frac{\text{Выручка}}{\overline{\text{ДЗ}}}$ <p>где <math>\overline{\text{ДЗ}}</math> – средняя стоимость дебиторской задолженности за расчетный период.</p>                | Характеризует скорость оборачиваемости дебиторской задолженности за анализируемый период. Динамика этого показателя во многом зависит от кредитной политики предприятия, от эффективности системы контроля, обеспечивающей своевременность поступления оплаты. |
| Период оборачиваемости дебиторской задолженности                  | $ПО_{\text{ДЗ}} = 365 / КО_{\text{ДЗ}}$   | Характеризует среднюю продолжительность отсрочки платежей, предоставляемой покупателям.  |
| Коэффициент оборачиваемости кредиторской задолженности (в раз-ах) | $КО_{\text{КЗ}} = \frac{\text{Себестоимость продукции}}{\overline{\text{КЗ}}}$ <p>где <math>\overline{\text{КЗ}}</math> – средний остаток кредиторской задолженности за расчетный период.</p> | Характеризует скорость оборачиваемости кредиторской задолженности за анализируемый период.   |
| Период оборачиваемости кредиторской задолженности (в днях)        | $ПО_{\text{КЗ}} = 365 / КО_{\text{КЗ}}$   | Характеризует среднюю продолжительность отсрочки платежей, предоставляемой предприятию.  |
| Коэффициент оборачиваемости запасов (в оборотах)                  | $КО_{\text{Зап}} = \frac{\text{Себестоимость продукции}}{\text{Средние запасы сырья}}$  | Характеризует скорость оборачиваемости запасов за анализируемый период.  |

## Окончание таблицы 7

| Показатель                | Формула   | Пояснения   |
|---------------------------|---|---|
| Дополнительные показатели |   |   |
| Фондоотдача               | Выручка от продаж / средняя стоимость основных средств        | Характеризует способность основных средств генерировать доход организации |
| Ресурсоотдача             | Выручка от продаж / средняя за период стоимость активов фирмы | Характеризует способность активов компании генерировать доходы            |

Ускорение оборачиваемости в динамике рассматривается как положительная тенденция, т.к. каждый новый оборот приносит нам дополнительный доход. Ускорение оборачиваемости сопровождается дополнительным вовлечением средств в оборот, а замедление – отвлечением средств из оборота.

### 1.3 Сравнение отечественных и зарубежных методологий и решений в области анализа финансово-хозяйственной деятельности предприятия

В условиях международной интеграции, расширения рынков капитала, активизации предпринимательской деятельности финансовые аналитики все чаще обращаются к характеристикам аналитических систем экономически развитых зарубежных стран для того, чтобы лучше понять достижения и результаты деятельности компаний, преуспевающих на мировом рынке [4].

На западе интерес к финансовым данным компаний очень высок. Это связано с тем, что различные категории пользователей информации в той или иной степени заинтересованы в результатах финансовой деятельности компании.

В каждой стране есть свои особенности бухгалтерского учёта, влияющие на поведение корпорации на рынке и, соответственно, оценку её состояния. В США и Великобритании, где большие и активные рынки ценных бумаг, правила бухгалтерского учета составлены в пользу акционеров. К тому же, публичные данные не являются основанием для расчётов налоговых выплат компаний. В Германии бухгалтерский учет разработан с тем, чтобы удостовериться в защищённости кредиторов.

Основным источником данных об анализе финансово-хозяйственной деятельности организации является финансовая (бухгалтерская) отчетность.

Непосредственно бухгалтерская отчетность включает в себя различное количество отчетов, которое регламентируется правилами или стандартами соответствующих стран. В целом выделяют следующие формы отчетности:

- 1) баланс (Balance Sheet);
- 2) отчет о финансовых результатах или отчет о прибылях и убытках (Income Statement, Profit and Loss Statement);
- 3) отчет о накопленной нераспределенной прибыли (Statement of Retained Earnings);
- 4) отчет о движении денежных средств (Statement of Cash Flows);
- 5) отчет об изменении финансового состояния или отчет об использовании и источниках средств (Statement of Changes in Financial Position, Statement of Sources and Application of Funds Flows), в настоящее время используется мало, вместо него составляется отчет о движении денежных средств;
- 6) отчет об изменениях в собственном капитале (Statement of Changes in Owner`s or Stockholder`s Equity);
- 7) пояснительная записка или комментарии (Notes).

Анализ финансовой отчетности сотрудниками корпорации – менеджерами или финансовыми аналитиками – должен обеспечивать её экономическую и финансовую безопасность. Другими словами, менеджеры должны владеть полной информацией о стратегиях корпорации, но разнообразие институциональных факторов должно препятствовать утечке этой информации.

Внешние аналитики попытаются в таком случае воссоздать внутреннюю (инсайдерскую) информацию из анализа финансовой отчетности, получая таким образом ценные соображения о текущем состоянии и деятельности фирмы, её будущих перспективах.

На практике в зарубежных странах, также как и в России, применяются отдельные методы интерпретации финансовой отчетности. Предпочтение отдает-

ся проведению сравнительного анализа (данные предприятия сравниваются с установленными нормативами или показателями предприятий – конкурентов); трендового анализа (trend analysis), который включает в себя вертикальный анализ (common – suze analysis) и горизонтальный анализ относительных показателей (percent change analysis). Широко применяется также факторный анализ, особенно с помощью модели Дюпона, формула которой имеет следующий вид:

$$ROE = r_s \cdot KO_A \cdot K_{CK} \quad (7)$$

где  $r_s$  – рентабельность продаж;

$KO_A$  – оборачиваемость активов;

$K_{CK}$  – коэффициент собственного капитала.

Первый показатель показывает производственную эффективность, второй – эффективность использования активов, третий – финансовый рычаг.

В зарубежной практике анализ финансово-хозяйственной деятельности проводится преимущественно методом коэффициентного анализа (ratio analysis) по отдельным направлениям. Это позволяет анализировать различные предприятия, несмотря на масштабы их деятельности, определяя эффективность и прибыльность их деятельности.

В таблице 8, представлены основные направления анализа финансово-хозяйственной деятельности зарубежных авторов.

Таблица 8 – Основные направления анализа финансово-хозяйственной деятельности зарубежных авторов

| Автор                | Направления анализа  |
|----------------------|--|
| Р.Брейли,С.Майерс    | Оценка финансовой зависимости; Анализ ликвидности  |
| Д. Стоун, К. Хитчинг | Анализ структуры активов, обязательств и капитала; Оценка эффективности использования капитала; Анализ платежеспособности; Анализ деловой активности |
| Дж. К. Ван Хорн      | Анализ структуры и динамики имущества; Анализ ликвидности; Соотношение собственного капитала и задолженности   |

Ниже приведем сравнительную оценку методики расчета показателей анализа финансово-хозяйственной деятельности предприятия по отдельным направлениям зарубежных и отечественных авторов (таблицы 9 – 12).

Таблица 9 – Анализ оборачиваемости активов (assets management)

| Показатель   | Характеристика  | Формула  |  |
|--|---|--|--|
|  |   | Отечественный опыт   | Зарубежный опыт  |
| Коэффициент оборачиваемости оборотных активов          | Отображает скорость оборота материальных и денежных ресурсов предприятия за отчетный период       | Объем реализованной продукции за период / Средняя сумма оборотных средств за тот же период | Выручка от реализации продукции / Текущие активы – Текущие пассивы         |
| Коэффициент оборачиваемости внеоборотных активов       | Характеризует эффективность использования внеоборотных активов                                    | Выручка от реализации продукции / средняя сумма внеоборотных активов                       | Выручка от реализации продукции / стоимость основного капитала             |
| Коэффициент оборачиваемости дебиторской задолженности  | Характеризует эффективность кредитной политики предприятия, скорость оплаты предоставленных услуг | Выручка от реализации продукции / средняя стоимость дебиторской задолженности              | Дебиторская задолженность / Годовой объем продаж                           |
| Коэффициент оборачиваемости кредиторской задолженности | Характеризует скорость оборота задолженности предприятия за анализируемый период                  | Себестоимость продукции / средний остаток кредиторской задолженности                       | Себестоимость реализованных товаров / Кредиторская задолженность           |
| Коэффициент оборачиваемости основных средств           | Характеризует скорость оборота основных средств   | Выручка от реализации продукции / Среднегодовая стоимость основных средств                 | Выручка от реализации продукции / Среднегодовая стоимость основных средств |

Исходя из таблицы 9, можно сделать вывод, что по методике зарубежных и отечественных авторов, оценка активов организаций в достаточной степени отличается. Так, в зарубежной практике в качестве характеристики имущественного состояния предприятия выступают показатели оборачиваемости, определяющие эффективность использования вложенного капитала в производственный процесс.

В российской практике, кроме определенного подхода, существует также оценка имущественного состояния, которая включает в себя горизонтальный ана-

лиз активных статей баланса (основанный на изучении динамики показателей и определении их абсолютных и относительных изменений) и вертикальный анализ активных статей баланса (изучающий структуру имущества и причины ее изменения).

Для анализа ликвидности, а также оценки платежеспособности предприятия в России применяется группировка активов по степени ликвидности и пассивов по срочности погашения, однако в зарубежной практике данный вид анализа не применяется. Вычисляются коэффициенты ликвидности, которые, в свою очередь, считаются показателями платежеспособности.

Таблица 10 - Анализ ликвидности и платежеспособности (liquidity and solvency)

| Показатель   | Характеристика   | Формула   |   |
|--|--|---|---|
|  |  | Отечественный опыт  | Зарубежный опыт   |
| Коэффициент текущей ликвидности (current liquidity)          | Показывает долю покрытия активами наиболее срочных и среднесрочных кредиторских задолженностей предприятия                           | Оборотные активы / Краткосрочные обязательства  | Текущие активы / Текущие пассивы  |
| Коэффициент абсолютной ликвидности (cash liquidity)          | Показывает долю покрытия обязательств, существующих на данный момент, активами с максимальной ликвидностью                           | (Денежные средства + краткосрочные финансовые вложения) / Краткосрочные обязательства                             | Денежные средства и их эквиваленты / Текущие пассивы                          |
| Коэффициент быстрой ликвидности (quick liquidity, acid test) | Параметр оценивает быструю возможность покрытия текущих обязательств организации, реализуемым имуществом и высоколиквидными активами | (Денежные средства + краткосрочные финансовые вложения + Дебиторская задолженность) / Краткосрочные обязательства | (Текущие активы – среднегодовая стоимость основных средств) / Текущие пассивы |

Зарубежные экономисты полагают, что из трех характеристик платежеспособности самым информативным является промежуточный коэффициент покрытия (быстрой ликвидности). Этот коэффициент демонстрирует, какое количество раз,

ликвидные активы возмещают текущие обязательства, при этом числитель, в соответствии с зарубежными методиками вполне возможно строить в зависимости от прогнозируемой ликвидности активов компании.

Обязательным элементом, в зарубежной практике, также является анализ рентабельности, таблица 11.

Таблица 11 - Анализ рентабельности (profitability)

| Показатель  | Характеристика   | Формула   |  |
|---|--|---|--|
|   |  | Отечественный опыт  | Зарубежный опыт  |
| Рентабельность продаж ROS (Gross profit margin)             | Показывает, сколько прибыли приходится на единицу реализованной продукции  | $(\text{Прибыль от реализации продукции (валовая)} / \text{Выручка от реализации}) * 100\%$ | Валовая прибыль / Выручка от реализации                  |
| Рентабельность активов ROA (Return on assets)               | Рассчитывается для того, чтобы понять насколько эффективно используются активы компании и какую в итоге прибыль они приносят | $(\text{Балансовая прибыль} / \text{Стоимость активов (средняя за период)}) * 100\%$        | Чистая прибыль / Общая сумма активов                     |
| Рентабельность собственного капитала ROE (Return on equity) | Характеризует эффективность использования собственного капитала  | $(\text{Чистая прибыль} / \text{Средняя стоимость собственного капитала}) * 100\%$          | Чистая прибыль / Средняя стоимость собственного капитала |

Методика расчета коэффициентов рентабельности в России, существенно не отличается от зарубежной. При расчете показателей рентабельности, берется какой – либо вид прибыли и делится на выручку, себестоимость, среднюю величину соответствующих активов или капитала.

Кроме того, в зарубежной практике сравнивают критерии прибыли: чистую прибыль (Net Income), прибыль в расчёте на акцию (EPS), прибыль до вычета процентов и налогов (ЕВІТ) и прибыль до вычета процентов, налогов, износа и амортизации (ЕВІТDА). Показатели ЕВІТ и ЕВІТDА не отражены в финансовой отчетности в России.

В зарубежном опыте набор показателей финансовой устойчивости (leverage ratios) не большой, как правило, выделяют следующие показатели: Total debt ratio, Debt–equity ratio, Long – term debt ratio (таблица 12).

Таблица 12 – Анализ финансовой устойчивости (debts management ratios, long–term solvence)

| Показатель  | Характеристика   | Формула   |   |
|---|--|---|---|
|   |  | Отечественный опыт  | Зарубежный опыт   |
| Коэффициент финансовой зависимости (Total debt ratio)   | Характеризует, сколько рублей, инвестированных в предприятие приходится на один рубль, вложенный учредителями. | Всего источников средств / собственный капитал                                | Совокупные пассивы / Совокупные активы  |
| Коэффициент финансовой активности (финансовый рычаг, коэффициент финансового риска) (Debt–equity ratio) | Характеризует уровень зависимости предприятия от внешних агентов   | Привлеченные средства / Собственный капитал                                   | Общая задолженность / собственный капитал                                     |
| Коэффициент долгосрочного привлечения заемных средств (Long – term debt ratio)                          | Показывает долю привлеченного капитала в перманентном капитале предприятия                                     | Долгосрочные обязательства / Долгосрочные обязательства + Собственный капитал | Долгосрочные обязательства / Долгосрочные обязательства + Собственный капитал |

В зарубежной практике для показателей финансовой устойчивости нормативы отсутствуют, в российской теории каждый коэффициент имеет свое значение.

В западной литературе устойчивая организация определяется как организация, обеспечивающая себе высокую долю на рынке, при получении нормативного уровня прибыли [14].

Анализ рыночной стоимости производится с помощью расчета и анализа следующих показателей [17]:

– доходность акций (Price – earnings ratio) – определяет, какая часть от чистой прибыли поступает на одну выпущенную акцию, определяется делением чистой прибыли на количество выпущенных акций;

– коэффициент «цена / денежный поток» (price / cash flow) – определяет доходность акции за денежными потоками, которые проходят через предприятие при его деятельности, на одну акцию;

– коэффициент рыночной цены (market – to – book value) – характеризует в какой степени рыночная цена акции превышает ее балансовую стоимость и определяется соответствующим соотношением.

Таким образом, по результатам сравнительной оценки методики расчета показателей анализа финансово-хозяйственной деятельности предприятия, можно сделать вывод о том, что финансовые показатели имеют много общего в способах расчета коэффициентов и характеризуемых ими явлениях. Однако их нельзя назвать идентичными, так как российские финансовые коэффициенты имеют более сложное построение (большинство величин, используемых для вычисления, сами являются расчетными и представляют собой либо сумму нескольких строк баланса, либо другой коэффициент).

Кроме того, имеется отличие в исходных данных для расчета (финансовой отчетности). В России и за рубежом соответствующие формы отчетности имеют различие по составу, а также по значениям отдельных строк.

#### Выводы по разделу один

В данном разделе был рассмотрен теоретический материал относительно экономической сущности анализа финансово-хозяйственной деятельности организации, выделены его основные направления и информационное обеспечение.

Анализ финансово-хозяйственной деятельности предприятия является основой для принятия решений на уровне субъектов хозяйствования, с помощью которого выявляются наиболее значимые характеристики и показатели деятельности предприятия и составляются прогнозы его дальнейшего развития.

Анализ финансово-хозяйственной деятельности организации опирается на широкое разнообразие исходных данных, которые в общем виде представляют

собой систему сбора и обработки внешней (издания, публикации, СМИ и т.д.) и внутренней информации (бухгалтерская отчетность, налоговая отчетность, акты ревизий и проверок и т.д.).

Проанализировав методику проведения анализа финансово-хозяйственной деятельности предприятия, была определена последовательность выполнения данного анализа, который включает в себя: анализ структуры и динамики имущества и источников его формирования; анализ ликвидности и платежеспособности; анализ финансовой устойчивости организации; анализ прибыльности и рентабельности; анализ деловой активности.

Также были рассмотрены зарубежные методы анализа финансово-хозяйственной деятельности предприятия. В результате сравнения отечественных и зарубежных методов, можно сделать вывод, о том что, например, в зарубежной практике анализ финансово-хозяйственной деятельности организации проводится преимущественно методом коэффициентного анализа. Так, в зарубежной практике в качестве характеристики имущественного состояния предприятия выступают показатели оборачиваемости, определяющие эффективность использования вложенного капитала в производственный процесс. Остальные финансовые показатели имеют много общего в способах расчета коэффициентов и характеризующих ими явлениях.

## 2 АНАЛИЗ ФИНАНСОВО-ХОЗЯЙСТВЕННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПАО «ВЫМПЕЛКОМ»

### 2.1 Отраслевая информация

Вид деятельности исследуемого объекта ПАО «ВымпелКом»: «деятельность по предоставлению услуг подвижной связи для целей передачи голоса», которая относится к сфере телекоммуникаций.

Телекоммуникационный рынок России – один из динамично развивающихся и рентабельных сегментов национальной экономики. Многие зарубежные эксперты относят его к самым перспективным телекоммуникационным рынкам мировой экономики.

Современный рынок услуг связи довольно неоднороден, поскольку объединяет как универсальные услуги голосовой телефонии, так и новые услуги, реализуемые с помощью новейших технологий и техник [20].

Рассматривая рыночную структуру в отрасли связи и телекоммуникаций, в первую очередь рынок делится на два крупнейших рынка: производственный и потребительский рынок.

Потребительский рынок услуг связи и телекоммуникаций – это рынок услуг связи и телекоммуникационных услуг для конечного пользователя, представляет собой совокупность существующих и потенциальных клиентов, к основным типам клиентов относятся коммерческие компании и государственные организации как корпоративные клиенты, а также население, которые являются конечными пользователями услуг связи и телекоммуникаций.

На потребительском рынке основную долю занимают розничные рынки мобильной связи, фиксированной связи и Интернет.

В отличие от потребительского рынка, на производственном рынке происходит взаимодействие между производителями (провайдерами) телекоммуникационных услуг и связи, в последующем предлагающими на потребительском рынке однотипные взаимозаменяемые услуги.

Производственный рынок имеет более разветвленную структуру, и представлен такими сегментами как услуги связи и контента, услуги провайдеров, а также производство оборудования и программного обеспечения.

Основными перспективными направлениями развития рынка и отрасли связи и телекоммуникаций являются: создание новых технологий, обеспечение устойчивого спроса на услуги, увеличение объемов на рынке услуг межоператорского взаимодействия [17].

Этапы развития рынка телекоммуникаций в России:

1 этап: 1990 – 1998гг. сотовая связь – элитарная услуга, дороговизной отличается как само мобильное устройство, так и пользование сетью.

2 этап: 1998 – 2009гг. начало этапа – «Билайн» вывел на рынок новый недорогой продукт: комплект из телефона стандарта DAMPS, SIM – карты и карты оплаты. После того как услуга стала доступной, начался стремительный рост числа абонентов мобильной связи и быстрая экспансия федеральных операторов в регионы. В 2007 – 2008 годах началось распространение нового стандарта мобильной связи 3G, развитие популярности Wi-Fi, на российский рынок пришли смартфоны.

3 этап: 2009 – 2014гг. рост выручки операторов замедлился, модели роста за счет увеличения абонентской базы исчерпали себя. С ростом числа абонентов операторы снижают цены. В 2011 году появились первые сети четвертого поколения.

4 этап: 2015 – 2017гг. компании получают развитие за счет использования модели дискаунтера, рост «Теле2» и «Yota». Возможность переходить от одного оператора к другому без изменения номера позволяет «переманивать» абонентов на более привлекательные условия. Фиксируется снижение числа абонентов у «Билайн» и «МТС».

5 этап: 2017г. – по настоящее время, операторы выступили с инициативой по «ремонту рынка»: отказа от ценовой конкуренции, отмены безлимитных тарифов

и увеличения предложения основных и дополнительных услуг. В 2018 году безлимитные тарифы начали возвращать.

Российский рынок мобильной связи представлен четырьмя основными операторами: МТС, МегаФон, ВымпелКом (под брендом Билайн) и Ростелеком Холдинг (под брендом Теле2).

В таблице 13 представлена динамика выручки компаний рынка телекоммуникаций за 2018 – 2020гг.

Таблица 13 – Динамика выручки основных операторов за 2018 – 2020гг.

| Название организации | 2018 год, млрд руб. | 2019 год, млрд руб. | 2020 год, млрд руб. | Абсолютные изменения, % |                  |
|----------------------|---------------------|---------------------|---------------------|-------------------------|------------------|
|                      |                     |                     |                     | 2019г. к 2018 г.        | 2020г. к 2019 г. |
| МТС                  | 480,3               | 476,1               | 494,9               | -0,9                    | 3,9              |
| МегаФон              | 335,5               | 349,9               | 332,2               | 4,3                     | -5,1             |
| Билайн               | 289,7               | 289,3               | 273,9               | -0,1                    | -5,3             |
| Теле2                | 143,0               | 163,3               | 264,5               | 14,2                    | 62               |

По итогам 2020 года компания Теле2 демонстрирует самые высокие показатели – двузначные темпы роста по всем показателям в сегменте. Выручка МТС составляет 494,9 млрд руб., что на 3,9% выше, чем в прошлом году. Увеличение выручки в компаниях произошло за счет высокого спроса на фиксированный доступ в сеть для удаленной работы, учебы и развлечений.

Наблюдается снижение выручки компаний Билайн и Мегафон, негативное влияние на выручку оказывает сокращение доходов от международного роуминга в условиях закрытия границ, а также сократились продажи оборудования и аксессуаров.

На рисунке 1 представлен анализ общего числа мобильных абонентов в России за 2018 – 2020гг.

По состоянию на 2019 год в России насчитывалось 260,3 миллионов уникальных абонентов, в 2020 году произошло снижение количества российских потребителей на 3,3 млн чел., т.е. на 1,3 %.

Снижение числа абонентов произошло из – за последствий пандемии COVID – 19, по данным глобального исследования NielsenIQ - семь из десяти потребителей в России оказались вынуждены следить за расходами и экономить денежные средства.

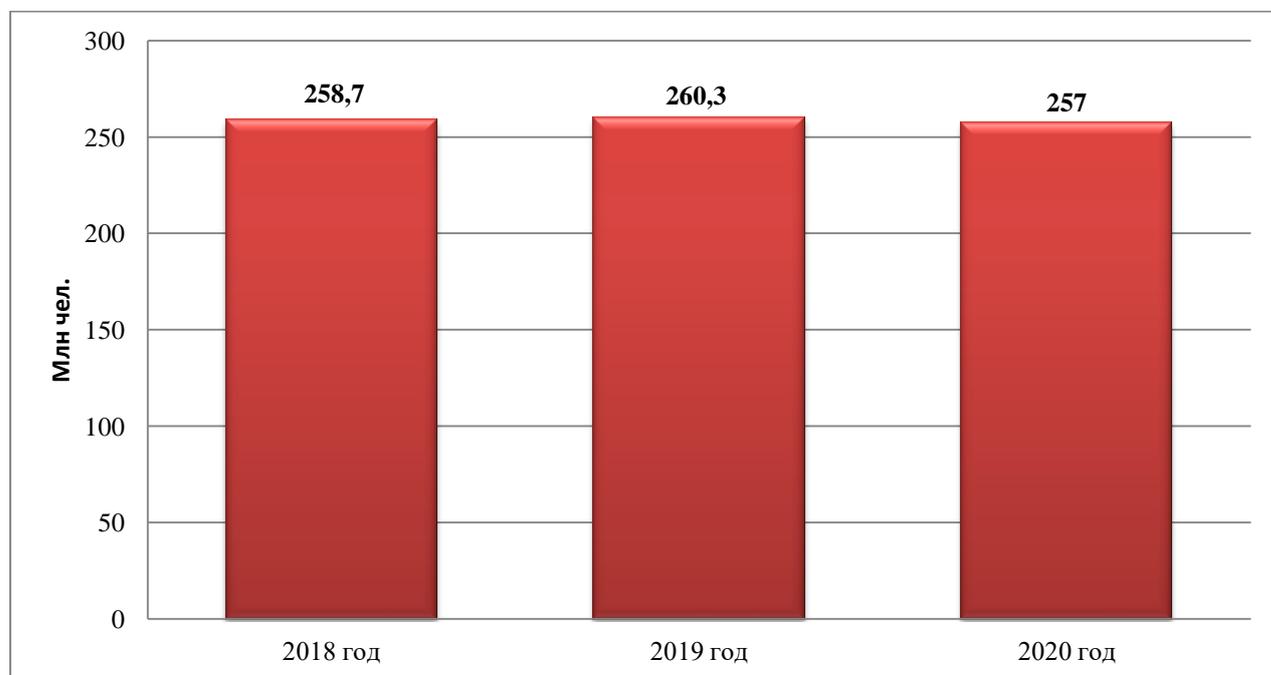


Рисунок 1 – Общее количество мобильных абонентов в России

Особенностью российского рынка сотовой связи является то, что он характеризуется высоким уровнем конкуренции. Борясь за потребителей, компании сотовых операторов не только действуют путем снижения тарификации, но и начинают конкурировать с компаниями другой части рынка, а именно с фирмами, обеспечивающими проводную связь. Таким образом, получается, что сотовые операторы получают преимущества в конкурентной гонке больше за счет ориентации на узкую часть аудитории потребителей, чем за счет снижения тарифных планов [1].

Как показано на рисунке 2, на российском рынке доля «большой четверки» в 2019 году составляет 99%. На территории России представлены еще множество компаний, предоставляющих услуги мобильной связи, но они имеют меньшее

число абонентов и действуют в отдельных регионах страны, их доля на рынке составляет 1%.

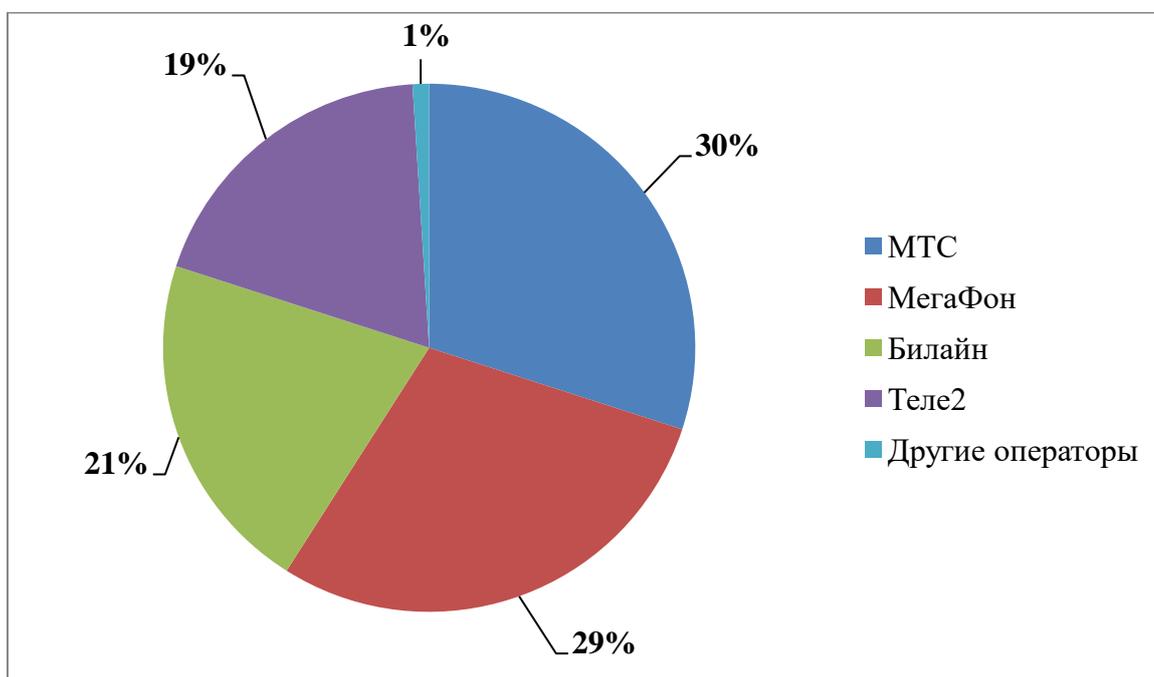


Рисунок 2 – Структура рынка мобильных операторов в 2019 году по количеству абонентов

Безусловным лидером рынка мобильной связи в России за 2019 год является МТС, компания занимает 30% по количеству абонентов, ПАО «ВымпелКом» находится на третьем месте, его доля составляет 21%.

Ниже на графике представлен анализ российского рынка по количеству абонентов сотовой связи за 2018 – 2020гг. (рисунок 3).

По результатам анализа, абонентская база компании МТС не смотря на снижение 0,8%, занимает первое место. Число абонентов ПАО «ВымпелКом» в 2020 году снизилось на 6 млн чел. по сравнению с аналогичным годом, и составила 49,9 млн чел.

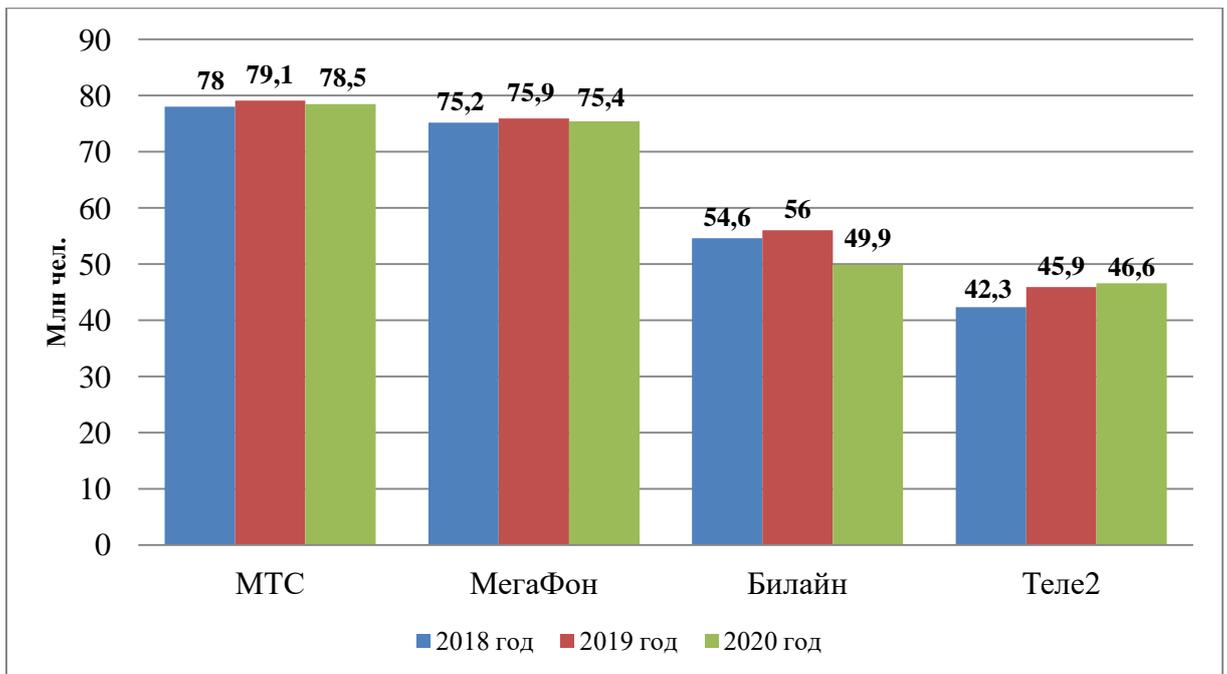


Рисунок 3 – Российский рынок абонентов сотовой связи за 2018 – 2020гг.

Негативная динамика была вызвана коронавирусными ограничениями: сокращение продаж из – за временно закрытых офисов, падения трафика посетителей в период самоизоляции, кроме того повлияло закрытие границ, что привело к снижению числа находящихся в стране трудовых мигрантов, пользующихся на территории РФ услугами российских операторов.

В 2020 году общая доля «большой четверки» сотовых операторов на российском рынке снизилась до 96,8%, как видно из рисунка 4.

Увеличилась доля других операторов (Скартел, Мотив Телеком, Ufanet, Тат Телеком и др.) на 2,2%.

По итогам 2020 года у компаний «Мегафон» и «Билайн» наблюдается снижение числа потребителей. Предприятие «ВымпелКом», начиная с конца 2019 года, ликвидировало 637 салонов, «Мегафон прекратил работу около 200 магазинов.

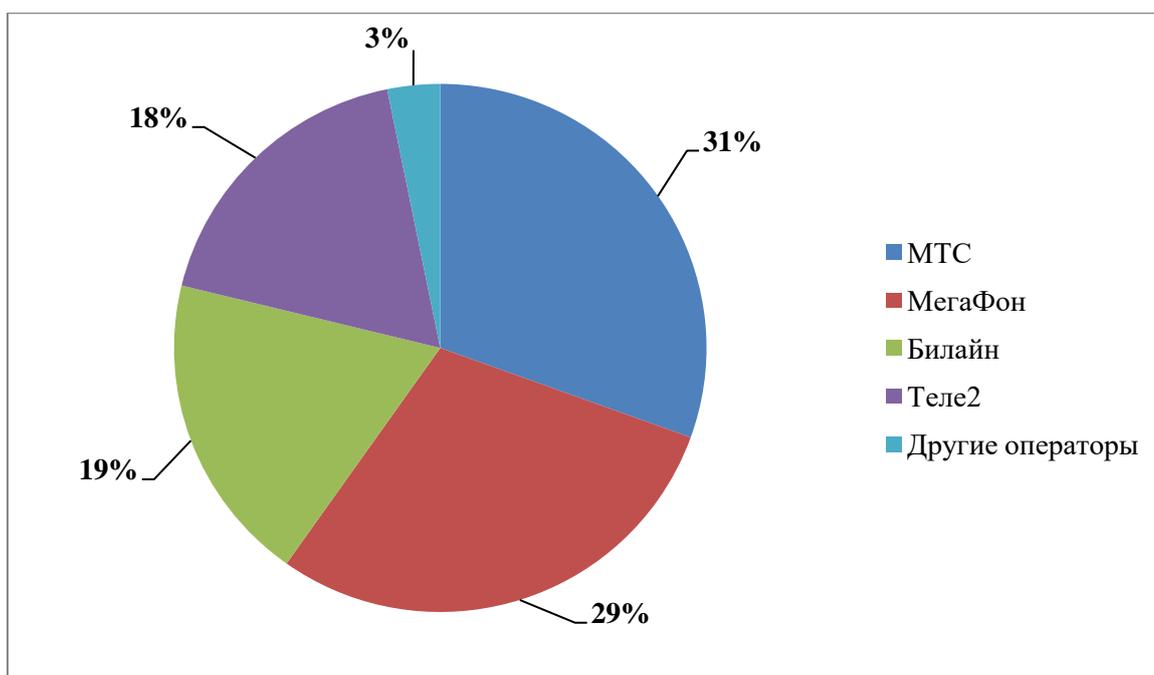


Рисунок 4 – Структура рынка мобильных операторов в 2020 году по количеству абонентов

Все участники мобильного рынка отмечают сокращение посещаемости салонов связи в 2020 году, по причине карантинных ограничений.

На сегодня почти у каждого человека имеется мобильный телефон и все чаще возникает вопрос, на что нужно обратить внимание при выборе оператора сотовой связи и тарифного пакета. Некоторым нужен недорогой быстрый интернет, а кому то много минут и сообщений.

На рисунке 5 представлено сравнение четырех лидеров сотовых операторов России по таким параметрам как: качество голосовой связи, успешность доставки сообщений и скорость мобильного интернета.

Билайн является очевидным аутсайдером по качеству связи, так как его процент брака превышает других операторов более чем в 10 раз. Абсолютным лидером является Теле2.

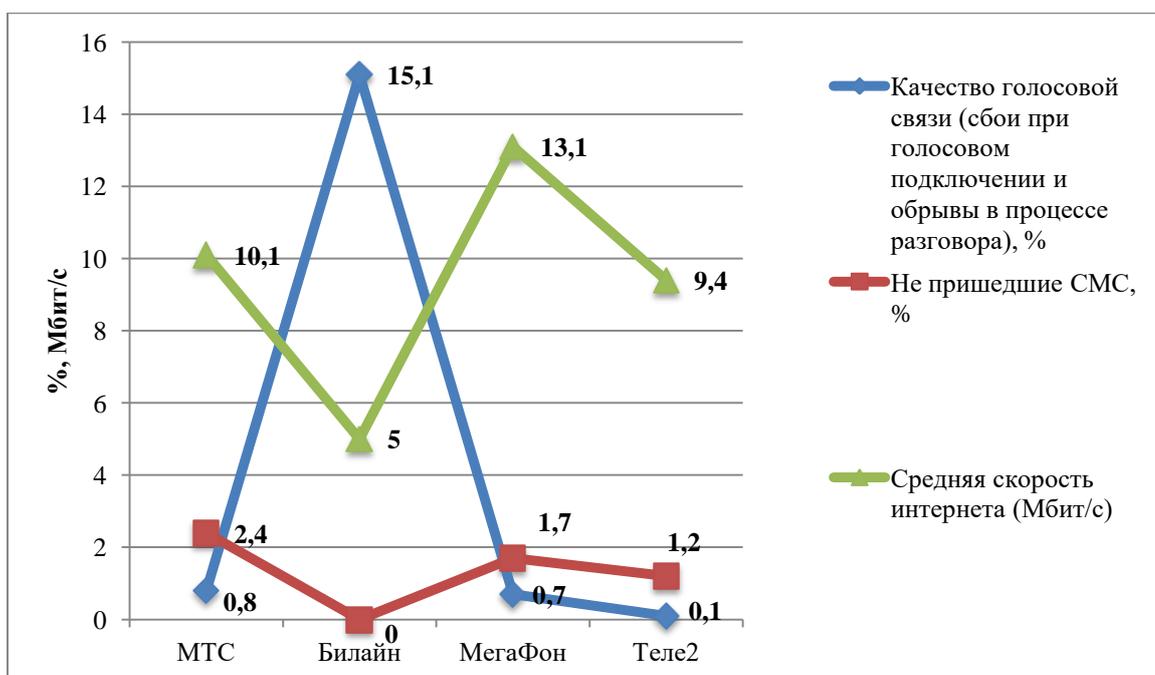


Рисунок 5 – Сравнение основных крупных операторов России

Если говорить о доставке текстовых сообщений, самым успешным является оператор Билайн, который демонстрирует 0% брака и доставляет каждое сообщение. Учитывая, что появилось огромное количество мессенджеров, которые стремительно заменяют привычные смс – сообщения, не стоит считать успешность доставки сообщений компенсацией плохой связи.

По высокой скорости интернета лидером является Мегафон, однако данный оператор отличается большим числом сбоев при соединении IP/TCP и http.

Для абонентов сотовой связи предлагается огромный выбор тарифных планов, ниже (в таблицах 15 – 17) проведем сравнительную оценку выгодных условий и предложений среди операторов «большой четверки». Категории для сравнения, следующие:

- для звонков;
- для мобильного интернета;
- для домашнего телевидения.

Таблица 15 – Выгодные условия и предложения для звонков

| Мобильный оператор | Название тарифа    | Ежемесячная плата, руб.            | Описание тарифа  |
|--------------------|--------------------|------------------------------------|--|
| МТС                | «Супер МТС»        | 7,6 руб./сутки<br>(228 руб./месяц) | – безлимит на звонки оператора МТС домашнего региона;<br>– 3,90 руб./мин. на операторы МТС по России;<br>– 13 руб./мин. на звонки остальных операторов по России;<br>– 100 Мб в сутки (3 Гб в месяц);<br>– 2,20 руб. за сообщение на все номера. |
| Билайн             | «Социальный пакет» | 140 руб.                           | – 200 минут на звонки местных номеров и номера билайн по России;<br>– 3 Гб интернета + безлимитные мессенджеры и социальные сети;<br>– 200 смс;<br>– ТВ и бесплатная подписка на фильмы и сериалы для всей семьи в подарок.                      |
| МегаФон            | «Минимум»          | 250 руб.                           | – 300 минут на все мобильные номера домашнего региона;<br>– 7 Гб интернета + безлимитные мессенджеры и социальные сети;<br>– 2 руб. за сообщение на все номера.  |
| Теле2              | «Мой разговор»     | 250 руб.                           | – безлимит на звонки оператора Теле2 по России;<br>– 200 минут на звонки других операторов домашнего региона;<br>– 7 Гб интернета;<br>– 1,95 руб. за сообщение на все номера;<br>– неистраченные минуты возвращаются.                            |

Наиболее выгодный по цене тариф из данной категории предлагает оператор Билайн. В рамках тарифа «Социальный пакет» абоненты получают 200 минут для звонков в сети оператора по всей России, пакет интернета размером 3 Гб, а также бесплатную подписку на фильмы и сериалы для всей семьи, и доступ к популярным телеканалам.

Однако не всегда абонентам хватает предложенного лимита минут, в таких случаях операторы предлагают поминутную трафикацию или дополнительный

пакет минут. После исчерпания пакета минут абонентам сети Билайн потребуется платить 2,50 руб./мин. на звонки других операторов, звонки на местные номера сети предоставляются бесплатно.

В отличие от предложения Билайн, операторы МТС, МегаФон и Теле2 предлагают свои тарифы в пределах одной цены, но с разным составом пакетного предложения.

По соотношению цены и наполнения Теле2 опережает своих конкурентов, как видно из таблицы 1, за 250 рублей оператор предлагает самые выгодные по объему пакеты, также на протяжении месяца неистраченные минуты сохраняются, что является плюсом для данного тарифа.

Таблица 16 – Выгодные условия и предложения для мобильного интернета

| Мобильный оператор | Название тарифа  | Ежемесячная плата                     | Описание тарифа   |
|--------------------|------------------|---------------------------------------|---|
| МТС                | «Тарифище»       | 505 руб.                              | – безлимитный интернет;<br>– 600 минут на все сети России;<br>– 600 смс на все номера.  |
| Билайн             | «Близкие люди 3» | 600 руб. (-30% на один год, 420 руб.) | – безлимитный интернет;<br>– 1000 минут на номера Билайн и номера других операторов;<br>– 300 смс на все номера;<br>– ТВ и бесплатная подписка на фильмы и сериалы для всей семьи в подарок;<br>– возможность подключения дополнительного номера к тарифу.  |
| МегаФон            | «Максимум»       | 600 руб.                              | – безлимитный интернет;<br>– 800 минут на звонки сети оператора (которые не расходуют пакет минут), на звонки городских номеров и межгород;<br>– 300 смс на все номера;<br>– «копилка минут» (до 3000);<br>– мегафон ТВ (фильмы, сериалы и 50 ТВ – каналов) |

## Окончание таблицы 16

| Мобильный оператор | Название тарифа | Ежемесячная плата, руб. | Описание тарифа  |
|--------------------|-----------------|-------------------------|--|
| Теле2              | «Мой онлайн+»   | 370 руб.                | – 30 Гб интернета + бесплатные мессенджеры и социальные сети;<br>– безлимит на звонки сети оператора;<br>– 600 минут на остальные номера по России;<br>– неизрасходованные остатки пакетов минут и гигабайт переносятся вечно каждый месяц, без ограничений. |

Мобильные операторы предлагают на выбор два варианта пакетов для интернета: фиксированное количество гигабайтов и безлимитный интернет.

С точки зрения мобильного интернета, самым выгодным по цене предложением оказался тариф «Мой онлайн+» от оператора Теле2, в него входит 30 гигабайтов интернета и безлимит на мессенджеры и социальные сети, который позволяет выходить в интернет в рамках определенных приложений совершенно бесплатно, еще одним преимуществом является то, что остатки неизрасходованных пакетов минут и гигабайт сохраняются и переносятся каждый месяц без каких либо ограничений.

На втором месте тариф от оператора МТС, но минус в том, что никаких дополнительных «фишек» тариф не предлагает, как например Билайн за разницу всего 95 руб. (от основной платы без скидки) к своему тарифному пакету предлагает ТВ – каналы, бесплатную подписку на фильмы и сериалы, и возможность подключения дополнительного номера к тарифу, у оператора МегаФон также имеются бонусы в виде «копилки минут» и «мегафон ТВ».

Ниже в таблице 17 представлены наиболее выгодные условия и предложения для домашнего ТВ, среди операторов «большой четверки».

Таблица 17 – Выгодные условия и предложения для домашнего телевидения

| Мобильный оператор | Название тарифа   | Ежемесячная плата | Описание тарифа  |
|--------------------|---|-------------------|--|
| МТС                | «Фит Интернет 100 + Интерактивное ТВ»                               | 550 руб.          | ТВ: количество HD каналов 45; количество SD каналов 141; мультирум 50 руб./мес.<br>ТВ оборудование: аренда ТВ приставки 10 руб./мес.; стоимость ТВ приставки 6500 руб.<br>Оборудование: аренда Wi-Fi роутера 60 руб./мес.; стоимость Wi-Fi роутера 2700 руб. |
| Билайн             | «Веб Домашний с ТВ» (доступен не во всех городах и регионах)        | 300 руб.          | ТВ: количество HD каналов 21; количество SD каналов 127; мультирум бесплатно.<br>ТВ оборудование: аренда ТВ приставки включена в тариф; стоимость ТВ приставки нет.<br>Оборудование: аренда Wi-Fi роутера 150 руб./мес.; стоимость Wi-Fi роутера нет.        |
| МегаФон            | Дополнительная услуга к основному мобильному тарифу «Для дома + ТВ» | 99 руб.           | Оборудование: аренда Wi-Fi роутера 55 руб./мес.  |

Наиболее выгодным предложением для домашнего телевидения оказалась услуга от МегаФон. Оператор предлагает подключить дополнительную услугу «Для дома + ТВ» к своему основному мобильному тарифу за 99 рублей в месяц и взять в аренду ТВ – приставку за 55 рублей в месяц. Таким образом, за 154 рублей в месяц клиенту в любое время будут доступны фильмы, телеканалы передачи и интерактивные сервисы.

Выгодное предложение от Билайн доступно не во всех городах и регионах, подобное решение вряд ли порадует пользователей сети.

У Теле 2 и вовсе отсутствует тариф для домашнего ТВ, но доступен новый сервис «Теле2 TV», который позволяет смотреть ТВ – каналы или фильмы в смартфоне или планшете.

По результатам сравнительной оценки можно сделать вывод о том, что по среднему набору мобильных услуг наиболее выгодные цены предлагает оператор Теле2. Для домашнего ТВ наиболее выгодна услуга от МегаФон.

Если говорить об анализе отрасли в целом, то можно сделать следующие выводы:

- выручка у операторов «большой четверки» относительно стабильна или немного снизилась (в пределах 5%), помимо оператора Теле 2, где она возросла на 62% в 2020 году по сравнению с 2019 годом;
- количество абонентов в анализируемом периоде практически у всех компаний оставалась относительно стабильной или возросло за исключением компании Билайн, где в 2020 году этот показатель снизился на 6,1 млн. чел. по сравнению с предыдущим годом;
- доля рынка компании Билайн в 2020 году снизилась на 2 п.п.

## 2.2 Краткая характеристика предприятия и основные направления его деятельности

Анализ финансово-хозяйственной деятельности предприятия в данной работе произведен на примере публичного акционерного общества «ВымпелКом» (ПАО ВымпелКом).

ПАО «Вымпел – Коммуникации» (сокращенно «ВымпелКом») – российская телекоммуникационная компания, основанная в 1992 году, которая входит в группу компаний VEON.

VEON Ltd. является мировым поставщиком связи, со стремлением быть первым в персональных интернет сервисах для более чем 212 миллионов клиентов, которых компания обслуживает на данный момент, и для многих других в ближайшие годы. Штаб-квартира VEON Ltd. находится в Голландии, в Амстердаме. Акции VEON Ltd. котируются на биржах NASDAQ и Euronext Amsterdam.

Рынок, на котором работает VEON, – это мир высоких скоростей. В этом мире важно не просто опережать других, важно опережать желания людей и открывать им новые технологические возможности. Компания VEON стремится быть лидером технологического развития, открывая возможности digital-мира каждому нашему клиенту. Этот дух первенства — главная движущая сила трансформации компании.

Основной вид деятельности ПАО «ВымпелКом»: деятельность по предоставлению услуг подвижной связи для целей передачи голоса.

Бренд «Билайн», под которым оказывает услуги ПАО «ВымпелКом», – один из самых узнаваемых в России и странах СНГ. Это по – настоящему яркий и запоминающийся бренд, который ассоциируется с открытостью новому и движением вперед.

Интегрированные услуги, которые предоставляет ПАО «ВымпелКом» это:

- услуги мобильной и фиксированной телефонии;
- услуги междугородной и международной связи;
- передача данных и телематические услуги связи;
- доступ в Интернет на базе беспроводных и проводных решений, включая технологии оптоволоконного доступа, Wi-Fi и сети третьего и четвертого поколений;
- услуги облачных сервисов и конвергентных решений.

Клиенты и партнеры «ВымпелКом»:

- частные лица;
- малые, средние и крупные предприятия;
- транснациональные корпорации.

Частным лицам предоставляются услуги, такие как: мобильная связь, домашний интернет и телевидение, продажи телефонов и аксессуаров (Билайн – официальный представитель Samsung). Для юридических лиц: корпоративная мобильная связь, интернет, облачная АТС – телефонизация офиса, продвижение бизнеса – размещение рекламы в популярных социальных сетях через личный ка-

бинет, пакеты целевых SMS – рассылок для привлечения клиентов, оформление бесплатного многоканального номера 8-800.

ПАО «ВымпелКом» предоставляет услуги сотовой связи в 6 странах СНГ (Казахстан, Таджикистан, Украина, Узбекистан, Грузия). Также «Билайн» является единственным оператором, чья сотовая связь работает на Командорских островах, архипелаге, расположенном в Беринговом море.

Органами управления ПАО «ВымпелКом» являются Общее собрание акционеров, Совет директоров и Единоличные исполнительные органы: Президент и Генеральный директор. Высшим органом управления является Общее собрание акционеров, в компетенцию которого входит решение вопросов в отношении Компании, предусмотренных Уставом и действующим законодательством.

В феврале 2019 года «ВымпелКом» представил обновленную стратегию развития до 2021 года. Основа стратегии 2019-2021 состоит из трех элементов:

- рост бизнеса;
- сотрудничество;
- эффективность.

Главный фокус новой стратегии – на опережающий традиционный рынок телекоммуникаций рост бизнеса. Для этого Компания планирует развивать собственную цифровую экосистему, привлекая в нее партнеров с нужными клиентам компетенциями.

Такой подход означает, что «Билайн» стремится стать современной цифровой компанией, выходящей за рамки классического телеком-бизнеса, оказывающей услуги, основанные на цифровых финансовых технологиях, искусственном интеллекте и больших данных.

Основная цель ПАО «ВымпелКом» в области устойчивого развития – использовать свою бизнес – экспертизу, силу бренда и технологические ресурсы для улучшения жизни людей и прогресса в обществе, экономике и экологии.

Деятельность предприятия ПАО «ВымпелКом» характеризуется данными таблицы 18.

Таблица 18 – Основные показатели деятельности организации в динамике в период за 2018 – 2020 гг.

| Показатели                                    | 2018 г.   | 2019 г.   | 2020 г.   | Изменение       |               |                 |               |
|---|-----------|-----------|-----------|-----------------|---------------|-----------------|---------------|
|   |           |           |           | 2019-2018 гг.   |               | 2019-2020 гг.   |               |
|   |           |           |           | Абс. изм. (+/-) | Темп роста, % | Абс. изм. (+/-) | Темп роста, % |
| Выручка, млн руб.                             | 289 702,5 | 289 324,4 | 273 899,1 | -378,0          | 99,9          | -15 425,3       | 94,7          |
| Прибыль (убыток) до налогообложения, млн руб. | -2 011,2  | 37 684,9  | 36 257,7  | 39 696,1        | x             | -11 089,6       | 70,6          |
| Чистая прибыль (убыток), млн руб.             | -2 116,4  | 17 182,5  | 21 447,2  | 173 941,9       | x             | 4 264,7         | 124,8         |
| Полная себестоимость, млн руб.                | 246 866,4 | 232 191,9 | 237 641,3 | -14 674,3       | 94,1          | 5 449,4         | 102,3         |
| Прибыль от продаж, млн руб.                   | 42 836,1  | 57 132,4  | 36 257,7  | 14 296,3        | 133,4         | -20 874,6       | 63,5          |
| Рентабельность продаж, %                      | 50,71     | 43,59     | 37,53     | -7,12           | 85,9          | -6,06           | 86,1          |
| Среднегодовая численность работников, чел.    | 23 013    | 24 849    | 23 259    | 1 836           | 108,0         | -1 590          | 93,6          |
| Фонд оплаты труда работников, млн руб.        | 26 111,9  | 28 845,1  | 28 272,3  | 2 733,1         | 110,5         | -572,8          | 98,0          |

В 2020 году ПАО «ВымпелКом» снизило объем выручки на 15 425,3 млн руб., основными причинами снижения выручки являются трудности, связанные с качеством сети, структурой ценообразования на рынке и коронавирусные ограничения.

В результате изменилась в сторону ухудшения прибыль до налогообложения, которая снизилась на 11 089,6 млн руб. или на 29,4%, за счет уменьшения прибыли от продаж на 36,5%.

Компания с конца 2019 года начала массовое закрытие салонов и по итогам 2020 года было ликвидировано 627 салонов связи, тем самым сократилась численность сотрудников к концу 2020 года на 6,4%.

Таким образом, при рассмотрении мероприятий по улучшению деятельности предприятия главными должны быть мероприятия по росту выручки от продаж.

### 2.3 Анализ структуры и динамики имущества и источников его формирования

Анализ финансово-хозяйственной деятельности предприятия начинается с оценки активов предприятия и характеристики размещения средств (собственных и заемных). Анализ структуры динамики имущества и источников их формирования проводится с помощью сравнительного аналитического баланса.

Пример сравнительного аналитического баланса приводится в таблице 19, в которой представлена в агрегированном виде информация о составе и динамике активов и пассивов ПАО «ВымпелКом». Таблица 19 составлена на основе бухгалтерского баланса.

Таблица 19 – Динамика активов и пассивов ПАО «ВымпелКом» за 2018 – 2020 гг.

| Показатель                  | Значение, млн руб. |           |           | Изменение (+,-), млн руб. |           |
|-----------------------------|--------------------|-----------|-----------|---------------------------|-----------|
|                             | 2018               | 2019      | 2020      | 2019-2018                 | 2020-2019 |
| <b>Актив</b>                |                    |           |           |                           |           |
| Внеоборотные активы         | 253 783,0          | 327 901,1 | 354 018,6 | 74 118,1                  | 26 117,5  |
| Оборотные активы            | 78 980,4           | 95 452,9  | 59 478,2  | 16 472,5                  | -35 974,6 |
| Баланс                      | 332 763,3          | 423 353,9 | 413 496,8 | 90 590,6                  | -9 857,1  |
| <b>Пассив</b>               |                    |           |           |                           |           |
| Капитал и резервы           | 55 128,5           | 64 952,8  | 66 400,3  | 9 824,2                   | 1 447,6   |
| Долгосрочные обязательства  | 192 486,0          | 242 560,0 | 227 827,7 | 50 074,0                  | -14 732,3 |
| Краткосрочные обязательства | 85 148,8           | 115 841,2 | 119 268,8 | 30 692,4                  | 3 427,6   |
| Баланс                      | 332 763,3          | 423 353,9 | 413 496,8 | 90 590,6                  | -9 857,1  |

Из данных таблицы следует, что за период 2018 – 2020гг. произошло увеличение внеоборотных активов, за счет основных средств. В составе пассивов также произошли изменения, прирост имеется по краткосрочным обязательствам в 2019 году на 30 692,4 млн руб. и небольшой прирост в 2020 году на 3 427,6 млн руб.

Одновременно к концу 2020 года, произошло уменьшение долгосрочных обязательств на 14 732,3 млн руб., сложившаяся ситуация может привести к ухудшению финансовой устойчивости предприятия. Положительным моментом является то, что в пассиве баланса имеет место увеличение капитала и резервов на 1 447 млн руб.

На рисунке 6 представлена общая динамика изменения валюты баланса за 2018 – 2020 гг.

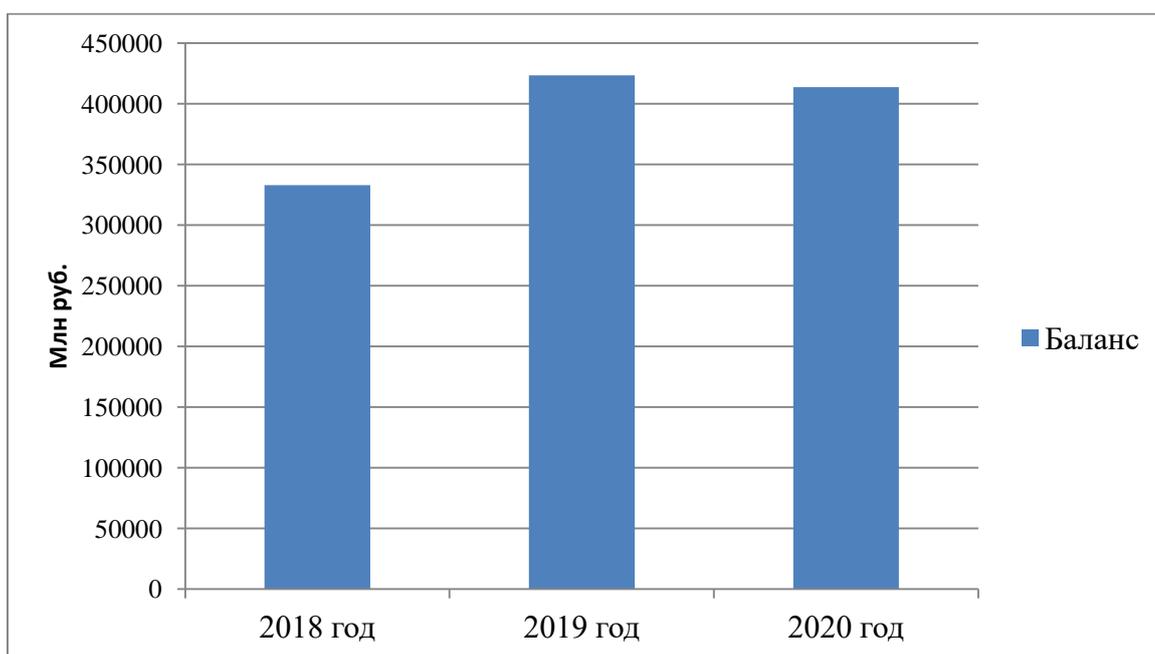


Рисунок 6 – Динамика изменения валюты баланса за 2018 – 2020 гг. ПАО «ВымпелКом»

В 2019 году валюта баланса увеличилась по сравнению с 2018 годом. К концу 2020 года наблюдается снижение валюты баланса (413 496 843 тыс. руб.), что свидетельствует об уменьшении хозяйственного оборота, которое в свою очередь вызвано сокращением платежеспособного спроса покупателей.

Ниже на рисунке 7, представлена структура актива баланса.

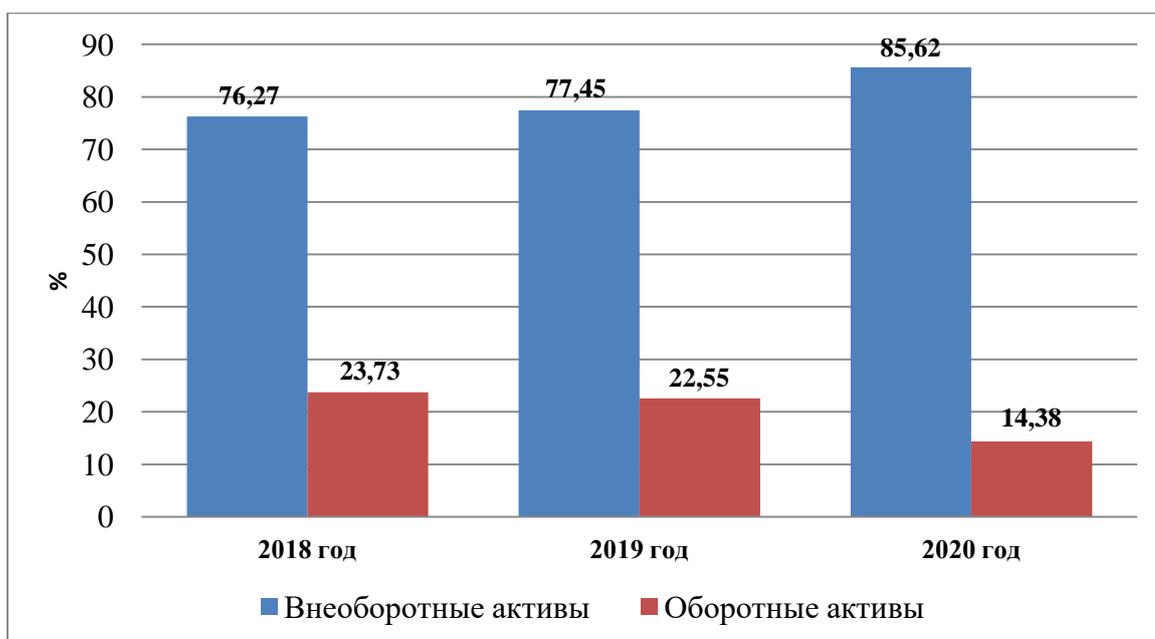


Рисунок 7 – Структура актива баланса за 2018 – 2020гг. ПАО «ВымпелКом»

За период 2018-2020гг. основную долю в структуре активов составляют внеоборотные активы, их доля с 2018 г. увеличилась с 76,27% до 85,62% в 2020г.

На рисунке 8, представлена структура пассива баланса.

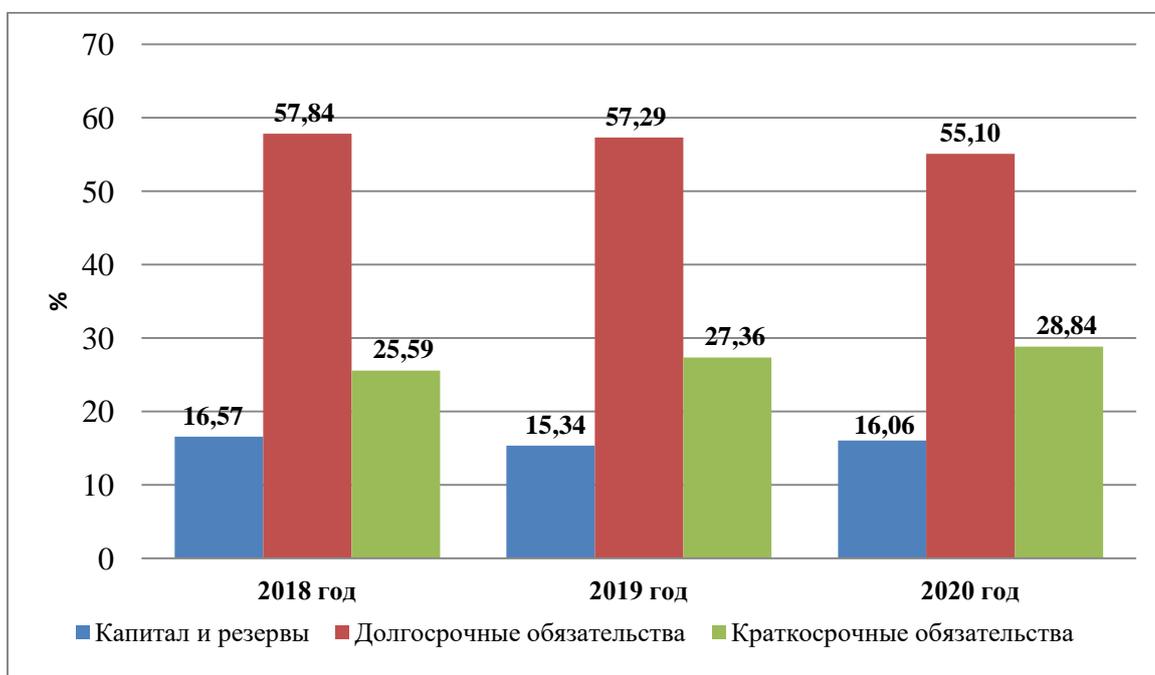


Рисунок 8 – Структура пассива баланса за 2018 – 2020гг. ПАО «ВымпелКом»

Основную долю в структуре пассивов занимают долгосрочные обязательства, не смотря на снижение на 2,19% в 2020 году, в тоже время увеличилась доля краткосрочных обязательств на 1,48%, в основном из-за роста кредиторской задолженности.

Так как произошли изменения в структуре, как актива, так и пассива баланса, то следует более детально проанализировать структуру и динамику актива и отдельно пассива баланса. Ниже приводится таблица 20, которая характеризует анализ динамики имущества организации.

Таблица 20 - Анализ динамики активов (имущества) организации

| Показатель                                | Значение, млн руб. |           |           | Изменение (+,-)<br>млн руб. |                   | Темп роста,<br>%  |                   |
|---|--------------------|-----------|-----------|-----------------------------|-------------------|-------------------|-------------------|
|   | 2018               | 2019      | 2020      | 2019<br>-<br>2018           | 2020<br>-<br>2019 | 2019<br>-<br>2018 | 2020<br>-<br>2019 |
| Внеоборотные активы                       | 253 783,0          | 327 901,0 | 354 018,6 | 74 118,0                    | 26 117,6          | 129,2             | 108,0             |
| Нематериальные активы                     | 594,8              | 1 032,5   | 1 006,8   | 437,7                       | -25,7             | 173,6             | 97,5              |
| Основные средства                         | 154 136,8          | 238 064,9 | 259 407,6 | 83 928,1                    | 21 342,7          | 154,5             | 109,0             |
| Доходные вложения в материальные ценности | 1 286,0            | 1 688,5   | 2 388,2   | 402,5                       | 699,7             | 131,3             | 141,4             |
| Долгосрочные финансовые вложения          | 68 397,9           | 59 680,5  | 58 812,0  | -8 717,4                    | -868,5            | 87,3              | 98,5              |
| Отложенные налоговые активы               | 4 002,9            | 0,0       | 0,0       | -4 002,9                    | 0,0               | 0,0               | 0,0               |
| Прочие внеоборотные активы                | 25 364,6           | 27 434,6  | 32 404,0  | 2 070,0                     | 4 969,4           | 108,2             | 118,1             |
| Оборотные активы                          | 78 980,3           | 95 452,8  | 59 478,2  | 16 472,5                    | -35 974,6         | 120,9             | 62,3              |
| Запасы                                    | 8 758,5            | 10 047,5  | 7 017,2   | 1 289,0                     | -3 030,3          | 114,7             | 69,8              |
| НДС по приобретенным ценностям            | 4 030,3            | 5 036,2   | 5 966,1   | 1 005,9                     | 929,9             | 125,0             | 118,5             |
| Дебиторская задолженность                 | 20 208,2           | 21 732,3  | 19 459,4  | 1 524,1                     | -2 272,9          | 107,5             | 89,5              |
| Краткосрочные финансовые вложения         | 25 629,0           | 39 331,2  | 13 964,2  | 13 702,2                    | -25 367,0         | 153,5             | 35,5              |

## Окончание таблицы 20

| Показатель                               | Значение, млн. руб. |           |           | Изменение (+,-)<br>млн руб. |                   | Темп роста,<br>%  |                   |
|--|---------------------|-----------|-----------|-----------------------------|-------------------|-------------------|-------------------|
|  | 2018                | 2019      | 2020      | 2019<br>-<br>2018           | 2020<br>-<br>2019 | 2019<br>-<br>2018 | 2020<br>-<br>2019 |
| Денежные средства и денежные эквиваленты | 9 048,2             | 10 877,7  | 4 608,0   | 1 829,5                     | -6 269,7          | 120,2             | 42,4              |
| Прочие оборотные активы                  | 11 306,1            | 8 427,9   | 8 463,3   | -2 878,2                    | 35,4              | 74,5              | 100,4             |
| Баланс                                   | 332 763,3           | 423 353,8 | 413 496,8 | 90 590,5                    | -9 857,0          | 127,2             | 97,7              |

Общая стоимость имущества организации в 2019 году увеличилась на 27,2 %, в основном за счет внеоборотных активов (рост составил 74 118 млн руб.), в 2020 году наблюдается снижение стоимости имущества на 9 857 млн руб. или на 2,33%. Уменьшение произошло за счет оборотных активов (35 974,6 млн руб.), значительно снизились краткосрочные финансовые вложения (25 367 млн руб.).

В 2019 году наблюдается рост денежных средств предприятия (на 20% или на 1 829,5 млн руб.), что свидетельствует об укреплении финансового состояния организации. К концу 2020 года, денежные средства предприятия уменьшились на 6 269,7 млн. руб., что, в целом, отрицательно сказывается на его финансовом состоянии.

Снижение дебиторской задолженности в 2020 году (2 727,9 млн руб. или на 10,46%) является положительным моментом и свидетельствует о погашении задолженности и эффективной работе с контрагентами.

В составе внеоборотных активов, основные средства за три анализируемых года имеют тенденцию увеличения с 154 136,8 млн руб. до 259 407,6 млн руб. Увеличение основных средств оценивается положительно, так как говорит о расширении производственной базы организации (в течение 2020 года «ВымпелКом» в Московском регионе построил более 10 тысяч новых базовых станций).

Анализ динамики источников формирования имущества характеризуется данными таблицы 21.

Таблица 21 – Анализ динамики пассивов (источников формирования имущества)

| Показатель                                   | Значение, млн руб. |           |           | Изменение (+,-)<br>млн руб. |                   | Темп роста,<br>%  |                   |
|--|--------------------|-----------|-----------|-----------------------------|-------------------|-------------------|-------------------|
|  | 2018               | 2019      | 2020      | 2019<br>-<br>2018           | 2020<br>-<br>2019 | 2019<br>-<br>2018 | 2020<br>-<br>2019 |
| Капитал и резервы                            | 55 128,5           | 64 952,8  | 66 400,3  | 9 824,3                     | 1 447,5           | 117,8             | 102,2             |
| Уставный капитал                             | 0,3                | 0,3       | 0,3       | 0                           | 0                 | 100,0             | 100,0             |
| Переоценка внеоборотных активов              | 528,6              | 507,7     | 497,1     | -20,9                       | -10,6             | 96,0              | 97,9              |
| Добавочный капитал                           | 18 428,9           | 18 428,9  | 18 428,9  | 0                           | 0                 | 100,0             | 100,0             |
| Резервный капитал                            | 0,043              | 0,043     | 0,043     | 0                           | 0                 | 100,0             | 100,0             |
| Нераспределенная прибыль (непокрытый убыток) | 36 170,7           | 46 015,9  | 47 474,0  | 9 845,2                     | 1 458,1           | 127,2             | 103,2             |
| Долгосрочные обязательства                   | 192 486,0          | 242 559,9 | 227 827,7 | 50 073,9                    | -14 732,2         | 126,0             | 93,9              |
| Заёмные средства (долгосрочные)              | 186 825,3          | 167 267,8 | 144 860,1 | -19 557,5                   | -22 407,7         | 89,5              | 86,6              |
| Отложенные налоговые обязательства           | -                  | 4 871,4   | 7 182,5   | 4 871,4                     | 2 311,1           | x                 | 147,4             |
| Оценочные обязательства                      | 3 398,1            | 5 225,6   | 3 120,8   | 1 827,5                     | -2 104,8          | 153,8             | 59,7              |
| Прочие долгосрочные обязательства            | 2 262,6            | 65 195,1  | 72 664,1  | 62 932,5                    | 7 469,0           | x                 | 111,5             |
| Доходы будущих периодов                      | -                  | -         | 0,175     | x                           | x                 | x                 | x                 |
| Краткосрочные обязательства                  | 85 148,8           | 115 841,2 | 119 268,8 | 30 692,4                    | 3 427,6           | 136,0             | 103,0             |
| Заёмные средства (краткосрочные)             | 14 231,9           | 24 180,7  | 20 577,0  | 9 948,8                     | -3 603,7          | 169,9             | 85,1              |
| Кредиторская задолженность                   | 52 208,8           | 75 340,0  | 83 823,8  | 23 131,2                    | 8 483,8           | 144,3             | 111,3             |
| Доходы будущих периодов                      | 10,3               | 5,2       | 0,305     | -5,1                        | -4,895            | 50,5              | 5,9               |
| Оценочные обязательства                      | 4 745,2            | 4 795,9   | 4 502,4   | 50,7                        | -293,5            | 101,1             | 93,9              |
| Прочие краткосрочные обязательства           | 13 952,6           | 11 519,4  | 10 365,3  | -2 433,2                    | -1 154,1          | 82,6              | 90,0              |

## Окончание таблицы 21

| Показатель                          | Значение, млн руб. |           |           | Изменение (+,-)<br>млн руб. |                   | Темп роста,<br>%  |                   |
|-------------------------------------|--------------------|-----------|-----------|-----------------------------|-------------------|-------------------|-------------------|
|                                     | 2018               | 2019      | 2020      | 2019<br>-<br>2018           | 2020<br>-<br>2019 | 2019<br>-<br>2018 | 2020<br>-<br>2019 |
| Баланс                              | 332 763,3          | 423 353,9 | 413 496,8 | 90 590,5                    | -9 857,0          | 127,2             | 97,7              |
| Из них:<br>Собственный ка-<br>питал | 55 128,5           | 64 952,8  | 66 400,3  | 9 824,3                     | 1 447,5           | 117,8             | 102,2             |
| Заемный капитал                     | 277 634,8          | 358 401,1 | 347 096,5 | 80 766,3                    | -11 304,6         | 129,1             | 96,8              |

Из данных таблицы 21 видно, что собственный капитал за 2018 – 2020гг. имеет тенденцию увеличения с 55 128,5 млн. руб. до 66 400,3 млн руб., в основном за счет нераспределенной прибыли.

Графически изобразим на рисунке 9 динамику собственного и заемного капитала.

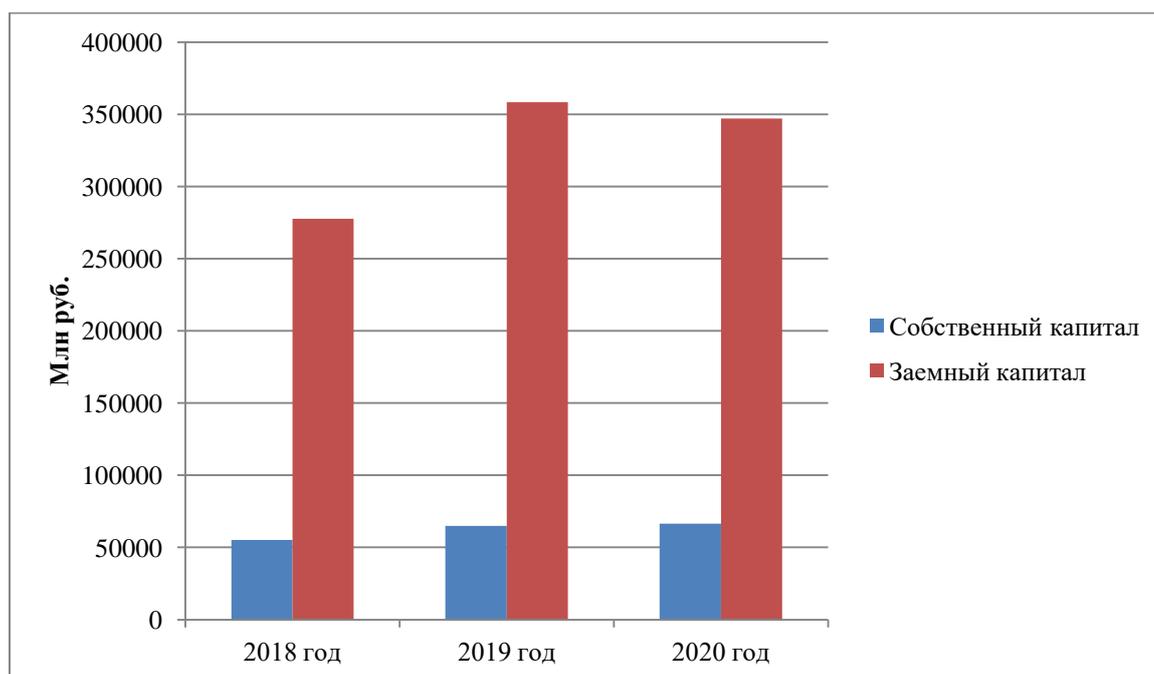


Рисунок 9 – Динамика собственного и заемного капитала (2018-2020гг.)  
ПАО «ВымпелКом»

К концу 2020 года заемные средства уменьшились на 22 408 млн руб., что связано в основном с уменьшением кредиторской задолженности в связи с уплатой долгов поставщикам и заказчикам.

## 2.4 Анализ ликвидности и платежеспособности ПАО «ВымпелКом»

Организация может обладать большей или меньшей ликвидностью, так как в состав оборотных активов входят разнообразные объекты, среди которых не только легко, но и труднореализуемые для погашения внешней задолженности. В то же время в составе пассивов могут быть выделены обязательства различной степени срочности.

В таблице 22 представлен анализ ликвидности баланса за 2018 – 2020гг.

Таблица 22 – Анализ ликвидности баланса

| Наименование показателя             | 2018 г.           |            | 2019 г.           |            | 2020 г.           |            | Изменения (+,-) |             |
|-------------------------------------|-------------------|------------|-------------------|------------|-------------------|------------|-----------------|-------------|
|                                     | Значение млн руб. | Уд. вес, % | Значение млн руб. | Уд. вес, % | Значение млн руб. | Уд. вес, % | 2019 - 2018     | 2020 - 2019 |
| <b>Актив</b>                        |                   |            |                   |            |                   |            |                 |             |
| А1 – Быстро реализуемые активы      | 34 677,3          | 10,42      | 50 208,9          | 11,86      | 18 572,3          | 4,49       | 15,531,6        | -31 636,6   |
| А2 – Средне реализуемые активы      | 20 208,2          | 6,07       | 21 732,3          | 5,13       | 19 459,4          | 4,71       | 1 524,1         | -2 272,9    |
| А3 – Медленно реализуемые активы    | 24 094,9          | 7,24       | 23 511,6          | 5,55       | 21 446,5          | 5,19       | -583,2          | -2 065,1    |
| А4 – Трудно реализуемые активы      | 253 783,0         | 76,27      | 327 901,1         | 77,45      | 354 018,6         | 85,62      | 74 118,1        | 26 117,5    |
| Итого активов                       | 332 763,3         | 100,0      | 423 353,9         | 100,0      | 413 496,8         | 100,0      | 90 590,6        | -9 857,1    |
| <b>Пассив</b>                       |                   |            |                   |            |                   |            |                 |             |
| П1 – Наиболее срочные обязательства | 52 208,8          | 15,69      | 75 340,0          | 17,80      | 83 823,8          | 20,27      | 23 131,2        | 8 483,8     |
| П2 – Кратко-срочные пассивы         | 32 929,7          | 9,90       | 40 496,0          | 9,57       | 35 444,8          | 8,57       | 7 566,3         | -5 051,2    |
| П3 – Долго-срочные обязательства    | 192 486,0         | 57,84      | 242 559,9         | 57,29      | 227 827,6         | 55,10      | 50 074,0        | -14 732,3   |
| П4 – Постоянные пассивы             | 55 138,9          | 16,57      | 64 958,0          | 15,34      | 66 400,6          | 16,06      | 9 819,1         | 1 442,6     |
| Итого пассивов                      | 332 763,3         | 100,0      | 423 353,9         | 100,0      | 413 496,8         | 100,0      | 90 590,6        | -9 857,1    |

В таблице 23 представлена оценка состояния ликвидности баланса.

Таблица 23 – Состояние ликвидности бухгалтерского баланса

| Период | Группа активов | Значение, млн руб. | Группа пассивов | Значение, млн руб. | Платежный излишек (+) или недостаток (-) | Выполнение условия |
|--------|----------------|--------------------|-----------------|--------------------|--|--------------------|
| 2018   | A1             | 34 677,3           | П1              | 52 208,8           | -17 531,5                                | -                  |
|        | A2             | 20 208,2           | П2              | 32 929,7           | - 12 721,5                               | -                  |
|        | A3             | 24 094,9           | П3              | 192 486,0          | -168 391,1                               | -                  |
|        | A4             | 253 783,0          | П4              | 55 138,9           | 198 644,1                                | -                  |
|        | Итого          | 332 763,3          | Итого           | 332 763,3          | x  | x                  |
| 2019   | A1             | 50 208,9           | П1              | 75 340,0           | -25 131,1                                | -                  |
|        | A2             | 21 732,3           | П2              | 40 496,0           | -18 763,7                                | -                  |
|        | A3             | 23 511,6           | П3              | 242 559,9          | -219 048,3                               | -                  |
|        | A4             | 327 901,1          | П4              | 64 958,0           | 262 943,1                                | -                  |
|        | Итого          | 423 353,9          | Итого           | 423 353,9          | x  | x                  |
| 2020   | A1             | 18 572,3           | П1              | 83 823,8           | - 65 251,5                               | -                  |
|        | A2             | 19 459,4           | П2              | 35 444,8           | - 15 985,4                               | -                  |
|        | A3             | 21 446,5           | П3              | 227 827,6          | -206 381,1                               | -                  |
|        | A4             | 354 018,6          | П4              | 66 400,6           | 287 618                                  | -                  |
|        | Итого          | 413 496,8          | Итого           | 413 496,8          | x  | x                  |

Исходя из таблицы, можно сделать вывод, что за период 2018 – 2020гг., баланс предприятия неликвиден, так как неравенства не выполняются

За анализируемый период (2018-2020гг.) предприятие по состоянию ликвидности баланса находилось в кризисном состоянии и не имело возможности осуществить платежи не только в настоящем времени, но и в относительно отдаленном будущем. Предприятие следует отнести к зоне катастрофического риска.

Зона катастрофического риска представляет собой область вероятных потерь, которые по своей величине превосходят критический уровень и могут достичь размера, равного собственному капиталу предприятия.

Текущую платежеспособность организации оценивают также и с помощью коэффициентов ликвидности, которые рассчитываются на начало и на конец анализируемого периода, определяется их динамика, а также выявляются факторы изменения уровня текущей ликвидности.

Оценка платежеспособности предприятия за 2018 – 2020гг. представлена в таблице 24.

Таблица 24 – Оценка платежеспособности организации

| Показатель   | Рекомендуемое значение | 2018 год, млн руб. | 2019 год млн руб. | 2020 год млн руб. | Изменение (+,-) |            |  |
|--|------------------------|--------------------|-------------------|-------------------|-----------------|------------|--|
|  |                        |                    |                   |                   | 2019 - 2018     | 2020- 2019 |  |
| I. Исходные данные для анализа                           |                        |                    |                   |                   |                 |            |  |
| 1. Денежные средства и краткосрочные финансовые вложения | -                      | 34 677,3           | 50 208,9          | 18 572,2          | -15 531,9       | -31 636,6  |  |
| 2. Краткосрочная дебиторская задолженность               | -                      | 20 208,2           | 21 732,3          | 19 459,4          | 1 452,1         | -2 272,9   |  |
| 3. Общая величина оборотных активов                      | -                      | 78 980,4           | 95 452,9          | 59 478,2          | 16 472,5        | -35 974,6  |  |
| 4. Краткосрочные обязательства                           | -                      | 85 148,8           | 115 841,2         | 119 268,8         | 30 692,4        | 3 427,6    |  |
| II. Оценка текущей платежеспособности                    |                        |                    |                   |                   |                 |            |  |
| 5. Коэффициент абсолютной ликвидности (п.1:п.4)          | 0,2 – 0,3              | 0,407              | 0,433             | 0,156             | 0,026           | -0,278     |  |
| 6. Коэффициент критической ликвидности ((п.1+п.2):п.4)   | 0,8 – 1                | 0,644              | 0,621             | 0,319             | -0,023          | -0,302     |  |
| 7. Коэффициент текущей ликвидности (п.3:п.4)             | 1,5 – 2                | 0,927              | 0,824             | 0,499             | 0,103           | -0,325     |  |

На рисунке 10 изображены в динамике коэффициенты ликвидности (платежеспособности) организации.

В 2018 и 2019 году значение коэффициента абсолютной ликвидности выше нормы, данное значение указывает на неоправданные задержки в использовании свободных денежных средств, которые можно было бы использовать для развития организации. В 2020 году предприятие могло погасить за счет денежных средств и краткосрочных финансовых вложений 15,6% своих краткосрочных обязательств, это свидетельствует о том, что предприятие испытывает финансовые трудности.

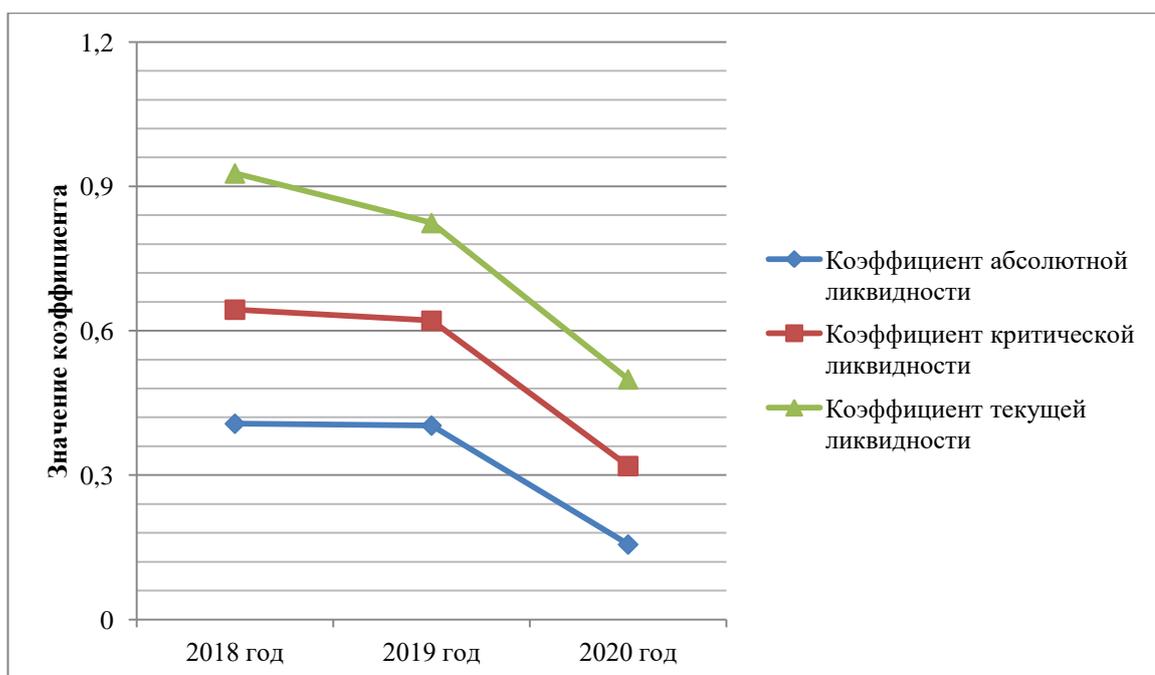


Рисунок 10 – Динамика коэффициентов ликвидности ПАО «ВымпелКом»

Коэффициент критической ликвидности, на конец 2020 года равен 0,319, данный показатель указывает на высокий финансовый риск, связанный с тем, что организация не в состоянии стабильно оплачивать текущие счета.

Показатель коэффициента текущей ликвидности за весь анализируемый период имеет темп снижения и ниже его оптимального значения, это может являться свидетельством наличия трудностей в покрытии текущих обязательств предприятия, т.е. недостаток ликвидных активов.

## 2.5 Анализ финансовой устойчивости организации

Стабильное положение предприятия характеризуется её финансовой устойчивостью. Анализ финансовой устойчивости крайне важен для организации, поскольку он позволяет своевременно заметить нехватку ресурсов и вовремя среагировать на ситуацию.

Для анализа обеспеченности запасов источниками их формирования составлена таблица 25.

Таблица 25 – Анализ обеспеченности запасов источниками их формирования, тыс. руб.

| Показатель   | 2018 год,<br>млн руб. | 2019 год<br>млн руб. | 2020 год<br>млн руб. | Изменения (+,-) |            |
|--|-----------------------|----------------------|----------------------|-----------------|------------|
|  |                       |                      |                      | 2019-2018       | 2020-2019  |
| 1. Запасы с НДС  | 12 788,80             | 15 083,70            | 12 983,20            | 2 294,90        | -2 100,50  |
| 2. Собственный капитал   | 55 128,50             | 64 952,80            | 66 400,30            | 9 824,30        | 1 447,50   |
| 3. Внеоборотные активы   | 253 783,00            | 327 901,10           | 354 018,60           | 74 118,10       | 26 117,50  |
| 4. Наличие собственного оборотного капитала (п.2-п.3)  | -198 654,50           | -262 948,30          | -287 618,30          | -64 293,80      | -24 670,00 |
| 5. Долгосрочные обязательства  | 192 486,00            | 242 559,90           | 227 827,60           | 50 073,90       | -14 732,30 |
| 6. Наличие собственных и долгосрочных источников формирования запасов (перманентного капитала) (п.4+п.5)                         | -6 168,50             | -20 388,40           | -59 790,70           | -14 219,90      | -39 402,30 |
| 7. Краткосрочные кредиты и займы   | 14 231,90             | 24 180,70            | 20 577,00            | 9 948,80        | -3 603,70  |
| 8. Общая величина основных источников формирования запасов (п.6+п.7)   | 8 063,40              | 3 792,30             | -39 213,70           | -4 271,10       | -43 006,00 |
| 9. Излишек (+) или недостаток (-) собственного капитала (п.4-п.1)  | -211 443,30           | -278 032,00          | -300 601,50          | -66 588,70      | -22 569,50 |
| 10. Излишек (+) или недостаток (-) собственных и долгосрочных источников формирования запасов (перманентного капитала) (п.6-п.1) | -18 957,30            | -35 472,10           | -72 773,90           | -16 514,80      | -37 301,80 |
| 11. Излишек (+) или недостаток (-) источников формирования запасов (п.8-п.1)   | -4 725,40             | -11 291,40           | -52 196,90           | -6 566,00       | -40 905,50 |

Анализ обеспеченности запасов, источниками их формирования установил, что источников для формирования запасов недостаточно. Организация в 2019 – 2020 гг. находится в кризисном состоянии, т.е. на грани банкротства.

Оценка финансовой устойчивости предприятия может быть дана и с помощью относительных показателей, характеризующих степень независимости организации от внешних источников (таблица 26).

Таблица 26 – Динамика показателей финансовой устойчивости организации

| Показатель   | Рекомендуемое значение                     | 2018 год   | 2019 год   | 2020 год   | Отклонение (+,-) |           |
|--|--|------------|------------|------------|------------------|-----------|
|  |  |            |            |            | 2019-2018        | 2020-2019 |
| <b>I. Исходные данные для анализа</b>  |  |            |            |            |                  |           |
| 1. Внеоборотные активы, млн руб.   | -  | 253 783    | 327 901,1  | 354 018,6  | 74 118,1         | 26 117,5  |
| 2. Оборотные активы, мл. руб.  | -  | 78 980,4   | 95 452,9   | 59 478,2   | 16 472,5         | -35 974,7 |
| 3. Баланс, млн руб.  | -  | 332 763,3  | 423 353,9  | 413 496,8  | 90 590,6         | -9 857,1  |
| 4. Собственный капитал, мл. руб.   | -  | 55 128,5   | 64952,8    | 66 400,3   | 9 824,3          | 1 447,5   |
| 5. Долгосрочные обязательства, млн руб.  | -  | 192 486,0  | 242 560,0  | 227 827,6  | 50 074,0         | -14 732,4 |
| 6. Заемный капитал, млн руб.   | -  | 14 231,9   | 24 180,7   | 20577,0    | 9 948,8          | -3 603,7  |
| <b>II. Показатели финансовой устойчивости организации</b>  |  |            |            |            |                  |           |
| 7. Собственный оборотный капитал, млн руб. (п.4:п.1)   | $\geq 10\%$ от стоимости оборотных активов | -198 654,5 | -262 948,3 | -287 618,3 | -64 293,8        | -24 670,0 |
| 8. Коэффициент автономии (п.4:п.3)   | $\geq 0,5$                                 | 0,166      | 0,153      | 0,161      | -0,012           | 0,007     |
| 9. Коэффициент финансовой устойчивости ((п.4+п.5):п.3)   | 0,8 – 0,9                                  | 0,744      | 0,726      | 0,712      | -0,018           | -0,015    |
| 10. Коэффициент маневренности капитала (п.7:п.4)   | 0,2 – 0,5                                  | -3,603     | -4,048     | -4,332     | -0,445           | -0,283    |
| 11. Коэффициент концентрации заемного капитала (п.6:п.3)   | $\leq 0,5$                                 | 0,043      | 0,057      | 0,050      | 0,014            | -0,007    |
| 12. Коэффициент обеспеченности собственными оборотными средствами (п.7:п.2)                        | $\geq 0,1$                                 | -2,515     | -2,755     | -4,836     | -0,240           | -2,081    |
| 13. Коэффициент соотношения заемного и собственного капиталов (плечо финансового рычага) (п.6:п.4) | $\leq 1$                                   | 0,258      | 0,372      | 0,310      | 0,114            | -0,062    |

Окончание таблицы 26

| Показатель                              | Рекомендуемое значение | 2018 год | 2019 год | 2020 год | Отклонение (+,-) |           |
|---|------------------------|----------|----------|----------|------------------|-----------|
|   |                        |          |          |          | 2019-2018        | 2020-2019 |
| 14. Индекс постоянного актива (п.1:п.4) | <1                     | 4,603    | 5,048    | 5,332    | 0,445            | 0,283     |

На протяжении рассматриваемого периода (2018 – 2020гг.), значение коэффициента автономии (финансовой независимости) значительно ниже рекомендуемого значения (рисунок 11).

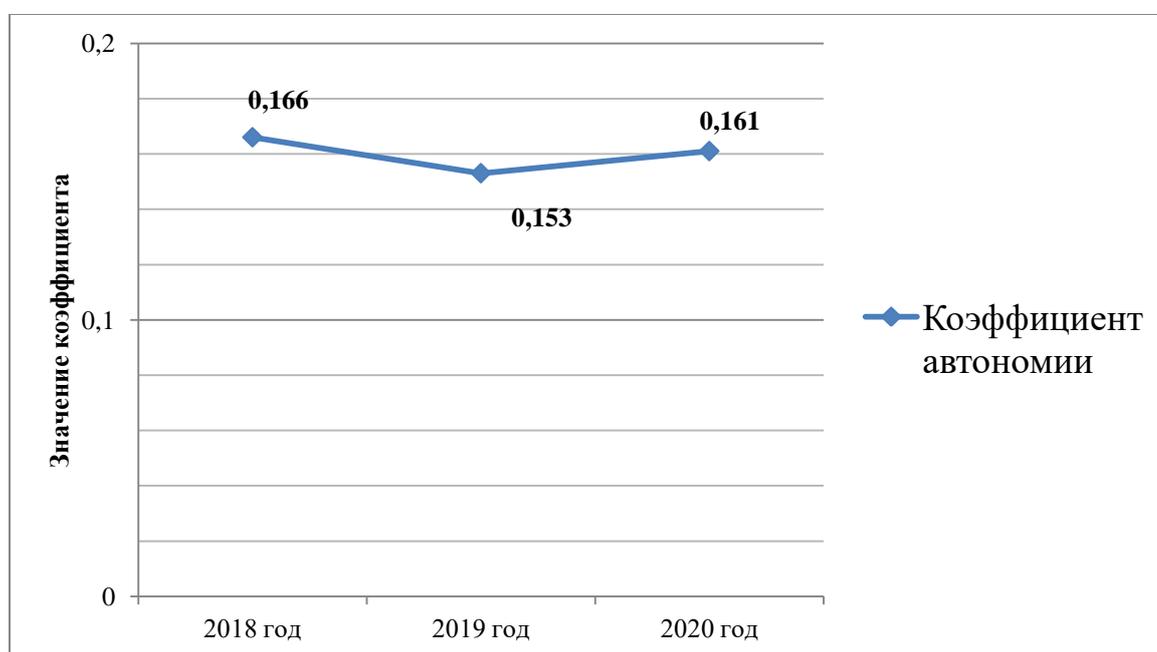


Рисунок 11 – Динамика коэффициента автономии ПАО «ВымпелКом»

Чем ниже значение коэффициента, тем в большей степени предприятие зависимо от заемных источников.

Исходя из расчета коэффициента финансовой устойчивости, организация является финансово – неустойчивой, т.к. значение коэффициента с 2018 по 2020 год ниже рекомендуемого значения (рисунок 12).

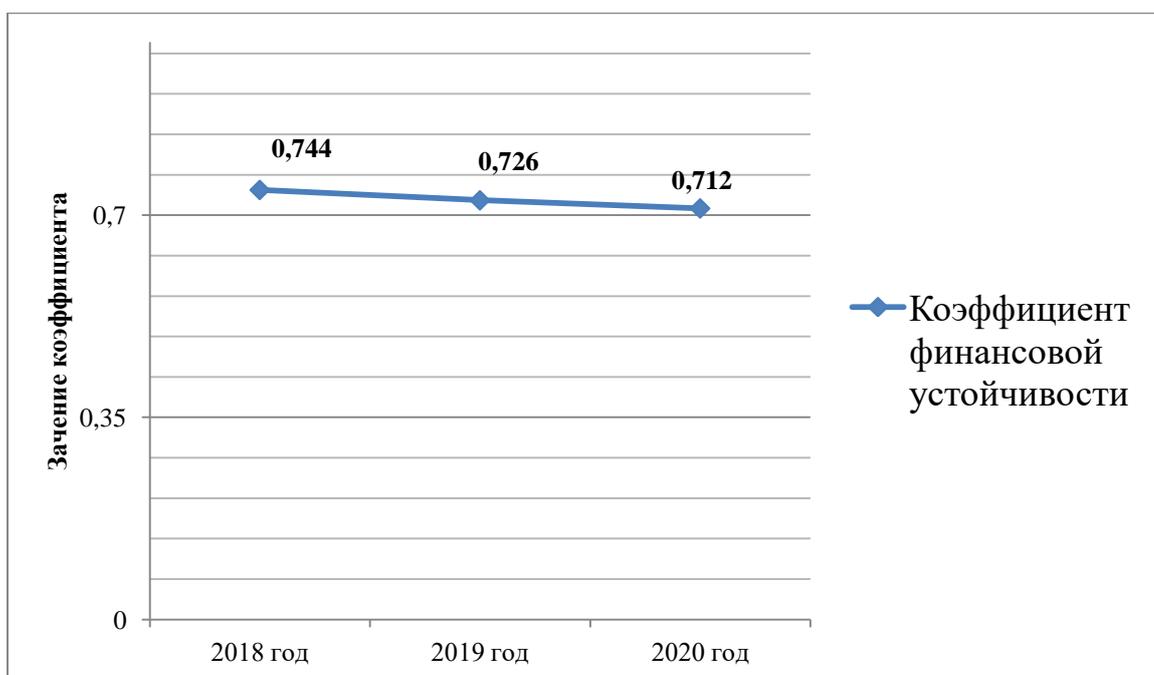


Рисунок 12 – Динамика коэффициента финансовой устойчивости ПАО «ВымпелКом»

Коэффициент маневренности, за весь период, имеет отрицательное значение, это означает, что собственные средства вложены в медленнореализуемые активы, а оборотный капитал сформирован за счет заемных средств.

Коэффициент обеспеченности собственными оборотными средствами показывает достаточность у предприятия собственных средств для финансирования текущей деятельности. В нашем случае, данный коэффициент имеет отрицательное значение и свидетельствует о том, что все оборотные средства и возможно часть внеоборотных активов сформированы за счет заемных источников.

## 2.6 Анализ прибыльности и рентабельности

Для анализа финансовых результатов источниками информации является форма финансовой отчетности «Отчет о финансовых результатах», а также данные аналитического учета по счетам финансовых результатов. На основе «Отчета о финансовых результатах» составлена аналитическая таблица 27.

Таблица 27 – Основные показатели финансовых результатов ПАО «ВымпелКом»

| Показатель  | 2018 год  | 2019 год  | 2020 год  | Отклонения<br>(+, -) |           | Темп роста,<br>% |       |
|---|-----------|-----------|-----------|----------------------|-----------|------------------|-------|
|   |           |           |           | 2018-2019            | 2020-2019 | 2019             | 2020  |
| Выручка, млн руб.                                 | 289 702,5 | 289 324,4 | 273 899,1 | -378,1               | -15 425,3 | 99,9             | 94,7  |
| Себестоимость продаж, млн руб.                    | 142 784,2 | 163 214,2 | 171 108,2 | 20 430,0             | 7 894,0   | 114,3            | 104,8 |
| Валовая прибыль, млн руб.                         | 146 918,2 | 126 110,1 | 102 790,8 | -20 808,1            | -23 319,3 | 85,8             | 81,5  |
| Коммерческие расходы, млн руб.                    | 19 638,8  | 24 384,0  | 21 056,1  | 4 745,2              | -3 327,9  | 124,2            | 86,4  |
| Управленческие расходы, млн руб.                  | 84 444    | 44 593,7  | 45 476,9  | -39 849,8            | 883,2     | 52,8             | 102,0 |
| Полная себестоимость, млн руб.                    | 246 866,5 | 232 191,9 | 237 641,2 | -14 674,6            | 5 449,3   | 94,1             | 102,3 |
| Прибыль (убыток) от продаж, млн руб.              | 42 836,1  | 57 132,4  | 36 257,7  | 14 296,3             | -20 874,7 | 133,4            | 63,5  |
| Доходы от участия в других организациях, млн руб. | 9 985,3   | 20 207,2  | 18 052,2  | 10 221,9             | -2 155,0  | 202,4            | 89,3  |
| Проценты к получению, млн руб.                    | 3 513,7   | 2 120,4   | 1 768,8   | -1 393,3             | -351,6    | 60,3             | 83,4  |
| Проценты к уплате, млн руб.                       | 19 598,0  | 25 725,4  | 22 121,2  | 6 127,4              | -3 604,2  | 131,3            | 86,0  |
| Прочие доходы, млн руб.                           | 8 853,1   | 18 739,0  | 17 300,4  | 9 885,9              | -1 438,6  | 211,7            | 92,3  |
| Прочие расходы, млн руб.                          | 47 601,5  | 34 788,7  | 26 662,6  | -12 812,8            | -8 126,1  | 73,1             | 76,6  |
| Прибыль (убыток) до налогообложения, млн руб.     | -2 011,2  | 37 684,9  | 26 595,3  | 39 696,1             | -11 089,6 | x                | 70,6  |
| Текущий налог на прибыль, млн руб.                | 8 898,3   | 7 378,0   | 2 514,2   | -1 520,3             | -4 863,8  | 82,9             | 34,1  |
| Чистая прибыль (убыток), млн руб.                 | -2 116,4  | 17 182,5  | 21 447,2  | -4 264,7             | 4 264,7   | 80,1             | 124,8 |

Прибыль до налогообложения (балансовая) в 2020 году против 2019 года снизилась на 11 089,6 млн руб. Основными факторами, повлиявшими на уровень прибыли, являются снижение объема выручки (94,7%) и увеличение себестоимости продаж (рисунок 13).

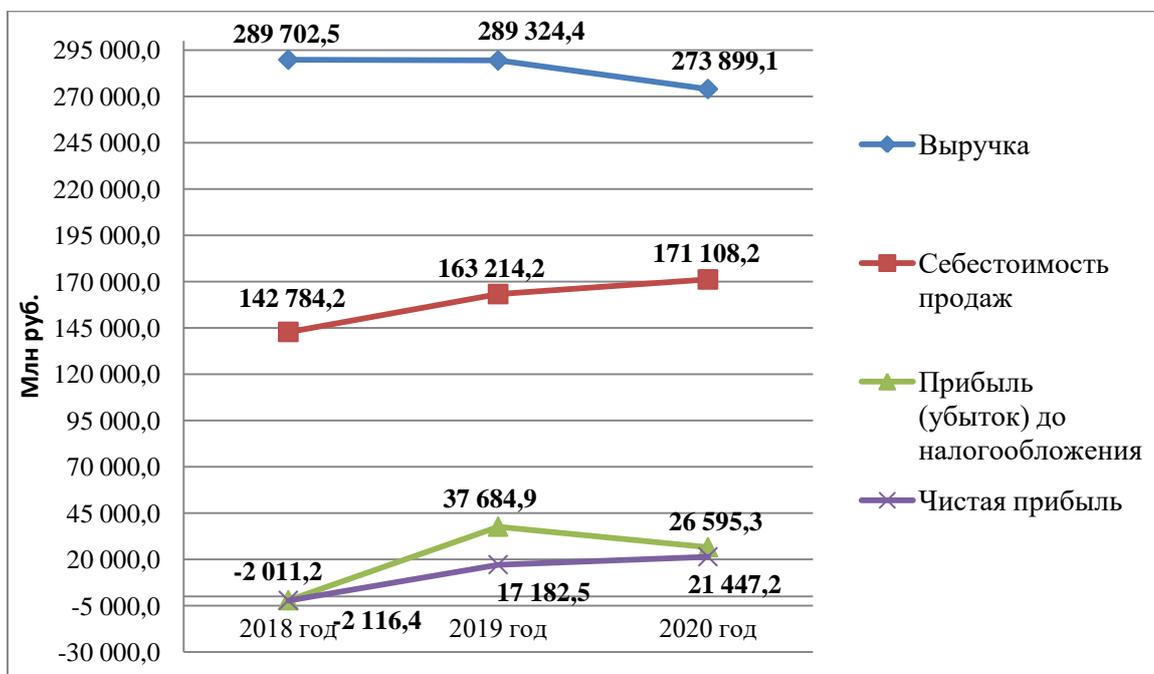


Рисунок 13 – Динамика основных показателей финансовых результатов ПАО «ВымпелКом»

Оценить уровень и динамику эффективности деятельности предприятия поможет расчет показателей рентабельности, таблица 28. Для того чтобы расчет был более информативным берутся средние показатели стоимости собственного капитала и актива.

Таблица 28 – Анализ рентабельности

| Показатель                            | Значение  |           |           | Темп роста, % |           |
|---------------------------------------|-----------|-----------|-----------|---------------|-----------|
|                                       | 2018 год  | 2019 год  | 2020 год  | 2019-2018     | 2020-2019 |
| Исходные данные для анализа, млн руб. |           |           |           |               |           |
| 1. Балансовая прибыль                 | -2 011,2  | 37 684,9  | 26 595,3  | x             | 70,6      |
| 2. Выручка от реализации              | 289 702,4 | 289 324,4 | 273 899,1 | 99,9          | 94,7      |
| 3. Валовая прибыль                    | 146 918,2 | 126 110,1 | 102 790,8 | 85,8          | 81,5      |
| 4. Чистая прибыль                     | -2 116,4  | 17 182,5  | 21 447,2  | x             | 124,8     |

Окончание таблицы 28

| Показатель  | Значение  |           |           | Темп роста, % |           |
|---|-----------|-----------|-----------|---------------|-----------|
|   | 2018 год  | 2019 год  | 2020 год  | 2019-2018     | 2020-2019 |
| 5. Среднегодовая стоимость собственного капитала                              | 55 128,5  | 60 040,6  | 65 676,5  | 108,9         | 109,4     |
| 6. Среднегодовая стоимость активов  | 332 763,3 | 378 058,6 | 418 425,4 | 113,6         | 110,7     |
| Анализ рентабельности, %  |           |           |           |               |           |
| 7. Общая рентабельность (п.1/п.2)*100%  | -0,694    | 13,03     | 9,71      | x             | 74,55     |
| 8. Рентабельность продаж ROS (п.3/п.2)*100%                                   | 50,71     | 43,59     | 37,53     | 85,95         | 86,10     |
| 9. Рентабельность собственного капитала ROE (п.4/п.5)*100%                    | -3,84     | 28,62     | 32,66     | x             | 114,11    |
| 10. Экономическая рентабельность (ROA, рентабельность активов) (п.1/п.6)*100% | -0,604    | 9,97      | 6,36      | x             | 63,76     |

Графически представим динамику показателей рентабельности за 2018 – 2020гг., рисунок 14.

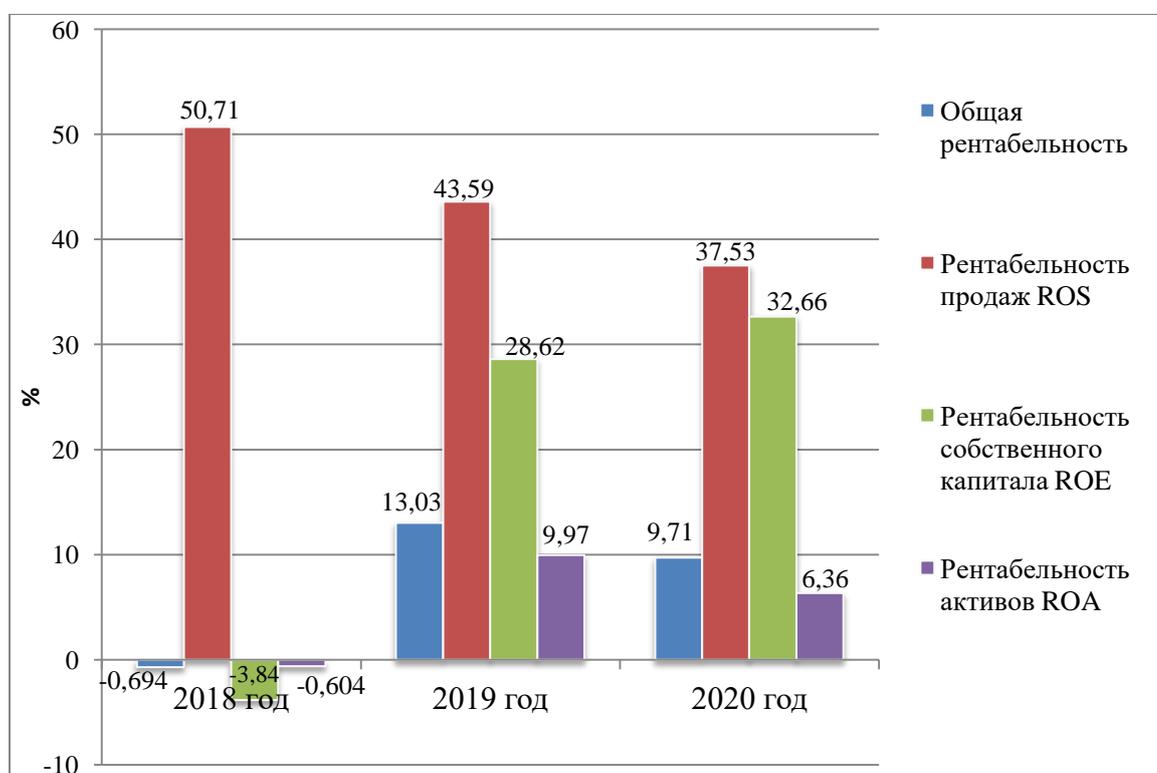


Рисунок 14 – Динамика показателей рентабельности ПАО «ВымпелКом»

По результатам анализа, можно сделать вывод:

– показатель общей рентабельности в 2018 году имеет отрицательное значение и демонстрирует убыточность деятельности предприятия, в 2019 году показатель увеличился до 13,03% , к концу 2020 года значение показателя снизилось до 9,71%.

– показатель рентабельности продаж за три года снизился с 50,71% до 37,53%, возможное снижение показателя связано с увеличением себестоимости;

– в 2018 году значение показателя рентабельности активов имеет отрицательное значение и свидетельствует о том, что организация неэффективно применяет свои активы; снижение показателя рентабельности активов в 2020 году по сравнению с 2019 годом, говорит о падении эффективности работы организации.

## 2.7 Анализ деловой активности

Анализ и оценка деловой активности производится с помощью показателей, представленных в таблице 29.

Таблица 29 – Анализ деловой активности

| Показатель   | Формула | Значение  |           |           | Отклонение (+,-) |           |
|--|---------|-----------|-----------|-----------|------------------|-----------|
|  |         | 2018 год  | 2019 год  | 2020 год  | 2019-2018        | 2020-2019 |
| Исходные данные для анализа, млн руб.              |         |           |           |           |                  |           |
| Среднегодовая стоимость активов                    | x       | 332 763,3 | 378 058,6 | 418 425,3 | 45 295,30        | 40 366,7  |
| Среднегодовая стоимость собственного капитала      | x       | 55 128,5  | 60 040,6  | 65 676,5  | 4 912,10         | 5 635,9   |
| Среднегодовая стоимость дебиторской задолженности  | x       | 20 208,2  | 20 970,3  | 20 595,9  | 762,10           | -374,4    |
| Среднегодовая стоимость кредиторской задолженности | x       | 52 208,8  | 63 774,4  | 79 581,9  | 11 565,60        | 15 807,5  |

Продолжение таблицы 29

| Показатель  | Формула                               | Значение  |           |           | Отклонение (+,-) |           |
|---|---------------------------------------|-----------|-----------|-----------|------------------|-----------|
|   |                                       | 2018 год  | 2019 год  | 2020 год  | 2019-2018        | 2020-2019 |
| Среднегодовая стоимость запасов                                   | x                                     | 8 758,5   | 9 403,0   | 8 532,3   | 644,50           | -870,6    |
| Среднегодовая стоимость основных средств                          | x                                     | 154 136,8 | 196 100,8 | 248 736,2 | 41 964,00        | 52 635,4  |
| Выручка   |                                       | 289 702,5 | 289 324,4 | 273 899,1 | -378,1           | -15425,3  |
| Себестоимость продаж  | x                                     | 142 784,2 | 163 214,2 | 171 108,2 | 20 430,0         | 7 894,0   |
| <b>Анализ деловой активности</b>                                  |                                       |           |           |           |                  |           |
| Коэффициент оборачиваемости активов (в размах)                    | $КО_A = B / A_{ср}$                   | 0,87      | 0,76      | 0,65      | -0,11            | -0,11     |
| Коэффициент оборачиваемости собственного капитала (в размах)      | $КО_{СК} = B / СК_{ср}$               | 5,25      | 4,81      | 4,17      | -0,44            | -0,65     |
| Коэффициент оборачиваемости дебиторской задолженности (в размах)  | $КО_{ДЗ} = B / ДЗ_{ср}$               | 14,33     | 13,80     | 13,30     | -0,53            | -0,50     |
| Период оборачиваемости дебиторской задолженности (в днях)         | $ПО_{ДЗ} = 365 / КО_{ДЗ}$             | 24,46     | 26,46     | 27,45     | 2,0              | 0,99      |
| Коэффициент оборачиваемости кредиторской задолженности (в размах) | $КО_{КЗ} = \text{Себес-ть} / КЗ_{ср}$ | 2,73      | 2,56      | 2,15      | 0,17             | -0,41     |
| Период оборачиваемости кредиторской задолженности (в днях)        | $ПО_{КЗ} = 365 / КО_{КЗ}$             | 133,70    | 142,62    | 169,76    | 8,92             | 27,14     |
| Коэффициент оборачиваемости запасов (в оборотах)                  | $КО_{З} = \text{Себес-ть} / З_{ср}$   | 16,30     | 17,36     | 20,05     | 1,06             | 2,70      |
| Период оборачиваемости кредиторской задолженности (в днях)        | $ПО_{З} = 365 / КО_{З}$               | 22,39     | 21,03     | 18,20     | -1,36            | -2,83     |

Окончание таблицы 29

| Показатель                | Формула       | Значение |          |          | Отклонение (+,-) |           |
|---------------------------|---------------|----------|----------|----------|------------------|-----------|
|                           |               | 2018 год | 2019 год | 2020 год | 2019-2018        | 2020-2019 |
| Дополнительные показатели |               |          |          |          |                  |           |
| Фондоотдача               | $B / OC_{cp}$ | 1,88     | 1,47     | 1,10     | -0,41            | -0,37     |
| Ресурсоотдача             | $B / A_{cp}$  | 0,87     | 0,76     | 0,65     | -0,11            | -0,11     |

Полученные результаты отобразим на рисунке 15.

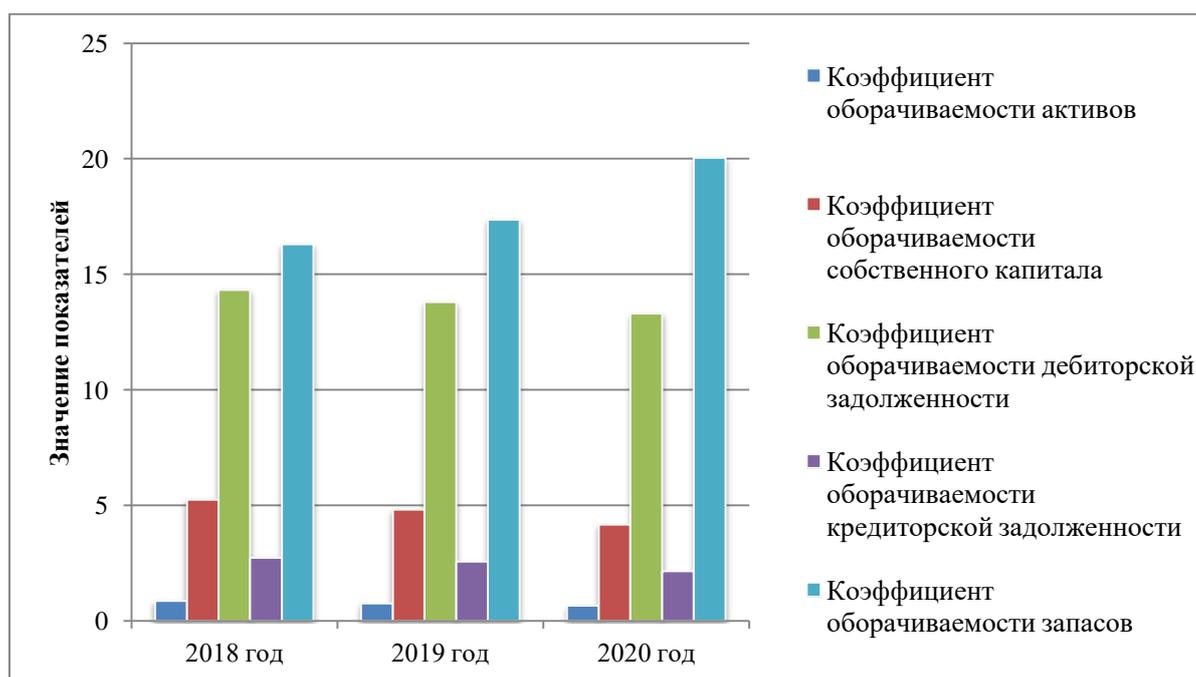


Рисунок 15 – Динамика показателей коэффициентов оборачиваемости ПАО «ВымпелКом»

Коэффициент оборачиваемости активов за период 2018-2020гг. снизился до 0,65, это свидетельствует о неэффективном использовании активов организации.

Наблюдается снижение коэффициента оборачиваемости собственного капитала (с 5,25 до 4,17), которое указывает на недостаточно эффективное использование капитала.

В совокупности с ростом периода оборачиваемости дебиторской задолженности снижение коэффициента оборачиваемости свидетельствует о недостаточно эффективной работе с контрагентами организации.

За анализируемый период к концу 2020 года имеет снижение коэффициент оборачиваемости кредиторской задолженности, это говорит о проблемах с оплатой по расчетам с подрядчиками организации и о том, что компания использует заемные средства как источник финансирования.

## 2.8 Рекомендации по улучшению финансового состояния ПАО «ВымпелКом»

Основной причиной ухудшения финансовых показателей в 2020 году является снижение выручки на 15 425,3 млн руб. или на 5,3%, также у предприятия имеются значительные проблемы с ликвидностью баланса и платежеспособностью.

При определении направления работы по улучшению финансового состояния организации на прогнозируемый 2022 год, необходимо учесть обновленную стратегию компании «Билайн 2019 – 2021». Основа стратегии состоит из трех элементов:

- рост (Билайн планирует вместе с партнерами и самостоятельно создавать такие услуги, от которых темпы роста выручки будут превышать темпы роста выручки от традиционных услуг);

- эффективность (для компании эффективность – это бережное отношение к ресурсам при готовности тратить больше там, где есть возможность зарабатывать больше);

- сотрудничество (для достижения стратегических целей компания намерена работать сообща, развивая внутренние и внешние партнерства, которые дают возможность более оперативной реакции на изменяющиеся потребности клиентов, что приведет Билайн к ряду положительных эффектов: повышению лояльности клиентов, увеличению доли в потреблении клиентов и, в конечном итоге, к росту выручки).

Ключевая задача организации в рамках такого подхода – стать больше, чем телекоммуникационная компания, и расти быстрее рынка.

Кроме того следует учитывать определенные риски, основными из которых является:

- высокая конкуренция;
- демографический кризис;
- инфляция;
- экономический кризис;
- изменение законодательства в области налогообложения;
- снижение покупательной способности;
- влияния СМИ;

Таким образом, для анализируемого предприятия основными направлениями по улучшению финансового состояния будут являться:

- увеличение объема выручки;
- повышение ликвидности и платежеспособности предприятия.

Ухудшение работы предприятия в 2020 году связано со снижением объема выручки, причинами которого является уменьшение числа абонентов из – за последствий пандемии COVID – 19, сокращение продаж из-за временно закрытых офисов и недостаточным уровнем качества связи. Правительством в апреле 2021 года было принято решение о снятии коронавирусных ограничений, тем самым следует предложить рекомендации по привлечению новых клиентов и оптимизации уровня качества связи.

Прежде всего, для увеличения объема выручки следует предложить ряд мероприятий, таких как:

1. Добавление новых тарифных планов «Настраиваемый» и «Детский тариф».

ПАО «ВымпелКом» является одним из ведущих поставщиков сотовой связи, предлагающий на выбор несколько тарифных планов. Каждый тариф имеет свои особенности (бесплатные звонки, пакет смс – сообщений, безлимитный интернет, неограниченный доступ к разным сервисам и т.д.), однако не всегда абонент может найти подходящий тарифный пакет по входящим услугам и цене. В такой ситуации для привлечения новых клиентов и удержания старых, предприятию Би-

лайн, следует предложить новый тарифный план «Настраиваемый», в рамках которого абоненты будут сами выбирать, какие услуги подключить и устанавливать ограничения на минуты для звонков и интернет – трафика. Также для клиентов должна быть возможность подключения дополнительных услуг (за определенную плату) – безлимитные мессенджеры (Whatsapp, Viber) и социальные сети (Instagram, Вконтакте, Одноклассники, Facebook). После настройки тарифного плана будет отображаться финальная цена, тем самым, чем больше дополнительных услуг, тем выше абонентская плата.

Плюсы такого тарифа, что клиенты сами устанавливают ограничения пакетов и добавляют нужные опции, а также сами решают какую сумму денег, они готовы потратить на услуги сотовой связи.

Для данного тарифа предлагается установить доступную стоимость в размере 300 рублей в месяц, со средним тарифным пакетом.

В современном мире у большинства детей есть свои личные мобильные телефоны и еще совсем недавно дети пользовались тарифами, которые предлагались для взрослой аудитории. Такие тарифные планы включали в себя пакет интернета, что не совсем удобно и безопасно для детей, так как они могли получить доступ запрещенным и недопустимым материалам, либо подключить платные подписки. Предотвратить непредвиденные расходы поможет новый тариф «Детский».

Безусловно, у родителей и детей совершенно разные требования, поэтому для детского тарифа можно выделить несколько важных функций, которые должны присутствовать в тарифе:

- возможность звонка родителям даже при нулевом балансе (функция «звонок за родительский счет»);
- возможность определения местоположения ребенка на карте (обязательное условие для родителей, чтоб они также являлись абонентами Билайн);
- оптимальная стоимость звонком для общения с друзьями;
- защита от платных контентных услуг.

Для тарифа «Детский» предлагается установить невысокую абонентскую плату в размере 200 рублей в месяц.

2. Улучшение качества предоставляемых услуг (голосовой связи и скорости мобильного интернета).

С различными трудностями сталкиваются даже крупные операторы связи, это сбои при голосовом соединении, обрывы в процессе разговора, недостаточная скорость передачи, неравномерное покрытие сети, перебои с интернет соединением из-за перегрузки сети и др. Решение данных проблем позволит значительно увеличить качество предоставляемых возможностей, соответственно, привлечь больше новых клиентов.

3. Вложение инвестиций в развитие сервисов BlindSquare и Be My Eyes.

Компания Билайн в 2019 году запустила тариф «Социальный пакет» с выгодным условием для звонков абонентов Билайн по стране, безлимитными сообщениями и пакетом мобильного интернета. Больше всего данный тариф пользуется популярностью у людей серебряного возраста. В «Социальный пакет» включены опции для слабослышащих и глухих пользователей – приложение удаленного перевода на русский жестовый язык «Cloud Interpreter».

BlindSquare – это навигационное приложение, разработанное специально для людей с нарушением зрения. Приложение использует новейшие функции, доступные в смартфонах, чтобы помочь слепым и слабовидящим в повседневной жизни. Используя GPS-возможности мобильного устройства, BlindSquare определяет местоположение и просматривает информацию об окружении человека. Затем он выясняет наиболее полезную для клиента информацию и говорит ее ясным, синтетическим голосом. Например, BlindSquare может сообщить о магазинах, ресторанах, общественных зданиях и парках в вашем районе, а также оповестить, когда вы приблизитесь к пересечению улиц.

Be My Eyes – это приложение для помощи слабовидящим и незрячим людям. Приложение состоит из глобального сообщества незрячих и слабовидящих людей, а также видящих волонтеров. Через онлайн видео-звонок волонтеры снабжают

людей со слабым зрением и незрячих визуальной помощью для выполнения различных задач, начиная от сопоставления цветов, до проверки включенного света или приготовления ужина.

Таким образом, включив в тариф «Социальный пакет» опции BlindSquare и Be My Eyes, можно привлечь новых клиентов и расширить свою абонентскую базу. Подключение дополнительных опции стоит установить в размере дополнительной стоимости (20 рублей в месяц) к основной абонентской плате (140 рублей в месяц).

4. Работа по расширению территорий рынка сбыта услуг, для чего необходимо сделать доступным подключения тарифа для домашнего телевидения не только в Московской области, но и других регионах (Челябинской, Курганской областей и др.)

5. Внедрение сетей пятого поколения «5G».

В наше время идет активное развитие 5G. Сеть 5G – пятое поколение сотовой связи, принципиально новый технологический стандарт телекоммуникаций. Главными особенностями это технологии считается высокая скорость передачи данных, достигающая 1 – 2 Гбит/сек, возможность прямых соединений между устройствами (D2D) в обход вышек сотовой связи, а также более низкий расход батареи в мобильных телефонах, планшетах и модемах. Исходя из указанных особенностей, технология 5G дает отличную базу для активного роста интернет вещей, устройств виртуальной реальности и трансляции сверхчеткого видео.

В России полноценный запуск сети планируется запустить в 2022 году, но по планам правительства РФ массовое строительство и запуск сетей пятого поколения начнется в конце 2021 года.

Вследствие этого предприятию ПАО «ВымпелКом» предлагается приобрести лицензию 5G одним из первых в составе крупных операторов. Благодаря чему появится возможность расширения перечня предоставляемых услуг, тем самым повысится эффективность деятельности организации.

Для повышения ликвидности и платежеспособности организации, ПАО «ВымпелКом» следует:

- сократить объем труднореализуемых и медленно реализуемых активов;
- минимизировать привлеченные заемные средства путем высвобождения внеоборотных активов.
- провести работу с дебиторской задолженностью (осуществление контроля над своевременностью выполнения обязательств дебиторами).

Проведем оценку экономического эффекта от предложенных мероприятий, для этого необходимо рассчитать затраты. Следует отметить, что внедрение новых тарифных планов и дополнительных опций к имеющимся уже тарифам, влекут за собой расходы на рекламу, техническая оптимизация услуг связи влечет за собой затраты на оплату услуг подрядчика.

Существует несколько способов размещения рекламы, выделим наиболее популярные из них:

1) Реклама в СМИ (телевидение, радио). Основным источником информации для большей части населения является телевидение. Особенностью размещения ТВ – рекламы является возможность многостороннего (звук и видеоизображение) воздействия на аудиторию. Также стоит отметить, что это самый дорогой вид рекламы, в нее входит стоимость создания рекламного видеоряда, оплата услуг актеров, стоимость эфирного времени. Радиореклама является одной из самых популярных и ненавязчивых, огромное количество пользователей по прежнему слушают радио, среди которых автолюбители, домохозяйки, посетители торговых центров и т.д. Такая огромная аудитория делает радио эффективной и популярной площадкой для продвижения различных товаров и услуг.

2) Реклама через интернет (социальные сети, графические баннеры, контекстная реклама и др.). Сегодня интернет – пространство все активнее используется в качестве рекламной площадки. Практически в любой ситуации люди пользуются интернетом, что открывает обширные возможности для рекламных кампаний.

Особенностью размещения интернет – рекламы является возможность различных средств воздействий: использование и звука, и картинки, и спецэффектов.

3) Наружная реклама (в виде щитов, ситибордов, стендов). Сегодня это целое направление в рекламной деятельности. Особенности наружной рекламы: влияние на потребителей особенно в местах большого скопления; привлечение внимания за счет большого размера; яркие плакаты позволяют закрепить в сознании потребителей изображенные сюжеты.

Рассчитаем расходы на реализацию мероприятий по улучшению финансового состояния для ПАО «ВымпелКом. Следует отметить, что услуги ПАО «ВымпелКом» являются услугами ежемесячного спроса, поэтому рекламу на телевидении и интернет рекламу стоит разместить как минимум на 2 месяца.

Мобильные операторы, по данным рейтинга «ТОП – 30 крупнейших рекламодателей», входят в десятку крупнейших рекламодателей в России. Больше всех в рекламу вкладывается МТС – 4,3 млрд руб. (3 место), МегаФон занимает 4 место и вкладывает в рекламу 4 млрд руб., Билайн занимает седьмую строчку в десятке крупнейших рекламодателей и расходует 3,5 млрд руб, у оператора Теле2 на рекламу уходит 3,2 млрд руб.

Предприятию следует разместить рекламу на телевидении, так как оно является основным источником информации для большей части населения.

Для размещения рекламы самое драгоценное время считается в период с 19-00 до 22-00, когда люди собираются возле телевизоров после утомительного рабочего дня. Показ рекламы в prime-тайм стоит почти в 2 раза больше чем off-тайм. Реклама на телевидении занимает 20% эфирного времени, т.е. 12 минут в час, для расчета возьмем 3 ролика в день (1 ролик в период off – тайм и 2 ролика в период prime – тайм).

В таблице 30 рассчитаем стоимость эфирного времени, для расчета выделим самые популярные каналы в стране, стоимость размещения роликов представлена в соответствии с данными финансового журнала «Investobox».

Таблица 30 – Расчет расходов на размещение рекламы на телевидении

| Название телеканала | Стоимость эфирного времени в день (30 сек. ролик), руб. | Кол-во роликов в день | Кол-во роликов в месяц | Стоимость эфирного времени за месяц, руб. |             |
|---------------------|---|-----------------------|------------------------|---|-------------|
| 1 канал             | off - тайм  | 438 000               | 1                      | 30  | 13 140 000  |
|                     | prime - тайм  | 1 044 000             | 2                      | 60  | 62 640 000  |
| Россия 1            | off - тайм  | 262 000               | 1                      | 30  | 7 860 000   |
|                     | prime - тайм  | 564 000               | 2                      | 60  | 33 840 000  |
| СТС                 | off - тайм  | 204 000               | 1                      | 30  | 6 120 000   |
|                     | prime - тайм  | 516 000               | 2                      | 60  | 30 960 000  |
| ТНТ                 | off - тайм  | 336 000               | 1                      | 30  | 10 080 000  |
|                     | prime - тайм  | 738 000               | 2                      | 60  | 44 280 000  |
| НТВ                 | off - тайм  | 216 000               | 1                      | 30  | 6 480 000   |
|                     | prime - тайм  | 432 000               | 2                      | 60  | 25 920 000  |
| Пятница             | off - тайм  | 54 000                | 1                      | 30  | 1 620 000   |
|                     | prime - тайм  | 90 000                | 2                      | 60  | 5 400 000   |
| Рен-ТВ              | off - тайм  | 126 000               | 1                      | 30  | 3 780 000   |
|                     | prime - тайм  | 180 000               | 2                      | 60  | 10 800 000  |
| Итого               | -   | 5 200 000             | 21                     | 630                                       | 272 920 000 |

Таким образом, исходя из таблицы, следует, что на расходы на размещение ролика на популярных телеканалах страны, в месяц потребуются 272 920 тыс. руб., для того, чтобы почувствовать отдачу от рекламы на телевидении, следует запускать ее как минимум на 2 месяца.

Рассчитаем затраты на запуск ролика на телевидении за 2 месяца:

$$272\,920\,000 \times 2 = 545\,840\,000 \text{ руб.}$$

Также потребуются расходы на создание ролика. Традиционно процесс создания ролика делится на три этапа:

1. Подготовка (создание сценария, поиск локаций). Средняя стоимость сценария рекламного ролика на рынке от 50 000 руб.

2. Съемка (аренда студии; актеры, реквизиты). Для второго этапа создания ролика в среднем потребуются 500 тыс. руб. (300 тыс. руб. – узнаваемые артисты, сыгравшие не одну главную роль, в т.ч. в большом кино; 50 – 100 тыс. руб. – профессионалы, играющие всюду; 100 тыс. руб. – расходы на аренду и реквизиты).

3. Обработка (монтаж, графика). Для третьего этапа создания ролика в среднем потребуется 100 тыс. руб. (монтаж – 40 тыс. руб., графика – 60 тыс. руб., стоимость графики в среднем 2000 руб./сек.).

Рассчитаем стоимость трех этапов создания ролика:

$$50\ 000 + 500\ 000 + 100\ 000 = 650\ 000 \text{ руб.}$$

В таблице 31, рассчитаны расходы на создание рекламного ролика для радио.

Таблица 31 – Расходы на создание рекламного ролика для радио

| Наименование статьи расхода                               | Средняя стоимость, руб. |
|---|-------------------------|
| Создания рекламного ролика                                | 15 000                  |
| Федеральное размещение одного рекламного ролика (30 сек.) | 100 000                 |
| Размещение рекламного ролика (за 2 месяца)                | 6 000 000               |
| Итого расходы   | 6 115 000               |

Запуск радиорекламы особенно эффективен для анонса знаковых событий, рекламу на радио также следует запустить на 2 месяца.

Отличным местом для продвижения услуг является интернет – пространство, в таблице ниже выделим наиболее популярные виды рекламы в интернете и рассчитаем стоимость ее размещения. Минимальный срок подачи рекламы в интернете для получения результата 2 месяца.

Таблица 32 – Расходы на размещение рекламы в интернете

| Вид рекламы   | Среднее кол-во кликов, переходов за месяц | Средняя стоимость за месяц | Стоимость размещения за месяц, руб. | Стоимость размещения за 2 месяца, руб. |
|---|---|----------------------------|-------------------------------------|--|
| Контекстная реклама   | 48 000                                    | 30 коп./клик               | 14 400                              | 28 800                                 |
| Таргетированная реклама (вконтакте)                               | 1 000                                     | 150 руб./переход           | 150 000                             | 300 000                                |
| Медийная реклама (графический баннер на главной странице Яндекса) | -   | -                          | 4 500 000                           | 9 000 000                              |
| Итого расходы   | -   | -                          | 4 664 400                           | 9 328 800                              |

Как видно из таблицы, на размещение для всех видов рекламы в интернете потребуется 9 328 800 руб.

Еще одним из популярных видов рекламы является баннерная (наружная) реклама. Крупногабаритные объявления всегда бросаются в глаза и запоминаются. Рассчитаем более подробно расходы на наружную рекламу (баннеры и уличные стенды) для городов которые входят в зону покрытия оператора Билайн.

Карта покрытия сети Билайн охватывает множество регионов, практически всю страну. В состав покрытия входит 210 городов, из них 14 городов миллионников, поэтому следует считать расходы на баннерную рекламу по группам населенных пунктов, таблица 33.

Стоимость аренда рекламного баннера составляет от 11 тыс. руб. до 19 тыс. руб., на срок аренды 6 месяцев предоставляется скидка в размере 30% , стоимость печати баннеров (стандартного размера 3000 × 6000 мм) от 100 руб. до 500 руб., для расчета возьмем 6 месяцев аренды, среднюю стоимость аренды 15 тыс. руб. и среднюю стоимость печати 300 руб.

Таблица 33 – Расходы на изготовление и аренду баннеров

| Группы населенных пунктов, тыс. чел. | Количество баннеров | Стоимость аренды за баннеры в месяц, с учетом скидки 30%, руб. | Стоимость аренды за 6 месяцев, руб. | Стоимость печати баннеров (18 м <sup>2</sup> ) | Итоговая стоимость, руб. |
|--------------------------------------|---------------------|--|-------------------------------------|--|--------------------------|
| от 100 до 300                        | 5                   | 52 500   | 315 000                             | 27 000   | 342 000                  |
| от 300 до 500                        | 10                  | 105 000  | 630 000                             | 54 000   | 684 000                  |
| от 500 до 1 000                      | 20                  | 210 000  | 1 260 000                           | 108 000  | 1 368 000                |
| свыше 1 000                          | 30                  | 315 000  | 1 890 000                           | 162 000  | 2 052 000                |
| Итого                                | 65                  | 682 000  | 4 095 000                           | 351 000  | 4 446 000                |

Исходя из таблицы, затраты на изготовление и аренду баннеров составят 4 446 тыс. руб.

В таблице 34, представлены расходы на реализацию мероприятий по улучшению финансового состояния ПАО «ВымпелКом».

Таблица 34 – Расходы на реализацию мероприятий ПАО «ВымпелКом»

| Статья затрат                                     | Стоимость, тыс. руб. |
|---|----------------------|
| Затраты на телевизионную рекламу                  | 545 840              |
| Затраты на рекламу на радио                       | 650                  |
| Затраты на интернет – рекламу                     | 9 328,8              |
| Затраты на изготовление и аренду уличных баннеров | 4 446                |
| Затраты на оплату услуг повышения качества сети   | 13 650               |
| Итого   | 573 914, 8           |

По результатам таблицы, следует, что на проведение мероприятий необходимо 573 914,8 тыс. руб., все затраты связанные с рекламой следует отнести к коммерческих расходам. Затраты на мероприятия составляют 16,4% от годового бюджета расходов на рекламу (3 500 млрд руб.).

От предложенных мероприятий ожидаемый прирост абонентов планируется в размере 5% (рисунок 16). Следует отметить, что данная оценка носит гипотетический характер.

По прогнозным показателям количество абонентов в 2021 году составит 52,4 млн. чел. (увеличение на 2,5 млн. чел.).

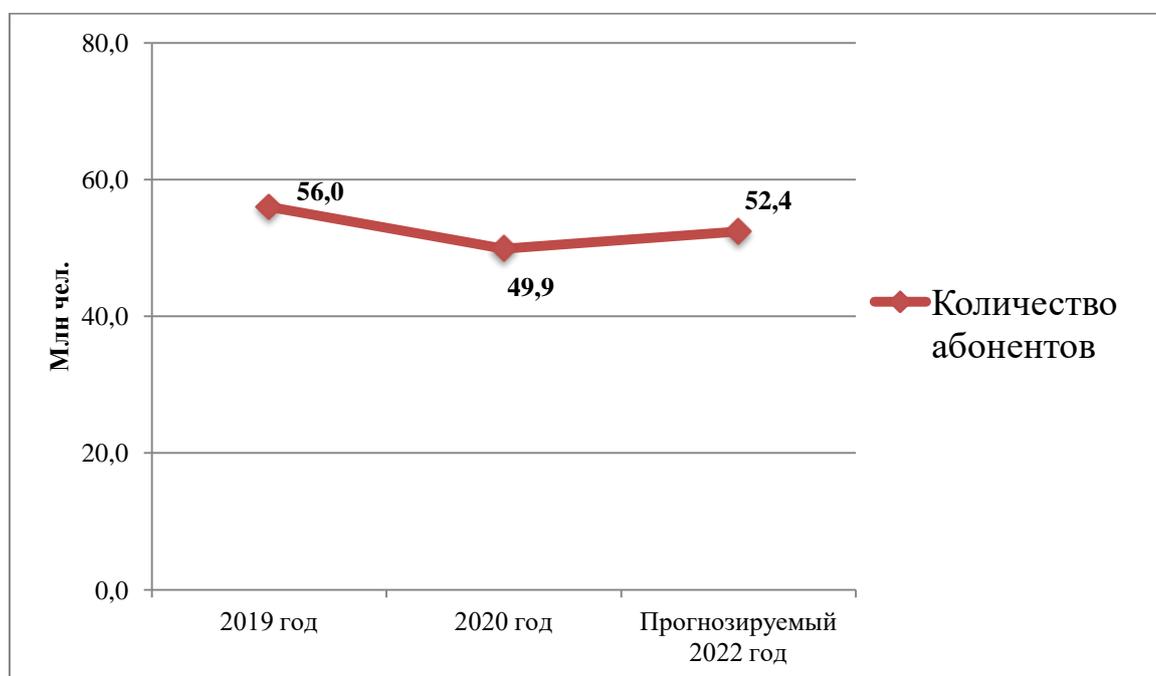


Рисунок 16 – Рост числа абонентов ПАО «ВымпелКом»

Далее рассчитаем ожидаемый рост выручки, для сравнения фактических показателей с прогнозными. Внедрение новых тарифных планов и дополнительных опций к имеющимся уже тарифам, улучшение качество связи и расширение территории рынка сбыта услуг – позволят увеличить выручку. Для того чтобы рассчитать объем выручки от предложенных мероприятий, рассчитаем среднюю стоимость ежемесячной платы за тариф путем средней взвешенной величины, и среднегодовую стоимость на одного абонента, таблица 35.

Таблица 35 – Расчет средних показателей стоимости за тариф

| Наименование   | Стоимость, руб. | Заданные веса | Расчет стоимости, руб. |
|--|-----------------|---------------|------------------------|
| Тариф «Настраиваемый»                                  | 300             | 0,4           | 120                    |
| Тариф «Детский»  | 200             | 0,2           | 40                     |
| Тариф «Социальный пакет» с учетом дополнительных опций | 160             | 0,2           | 32                     |
| Тариф ««Веб Домашний с ТВ» + аренда роутера            | 450             | 0,2           | 90                     |
| Средняя стоимость ежемесячной платы на одного абонента | -               | -             | 282                    |
| Среднегодовая стоимость на одного абонента             | -               | -             | 3 384                  |

По результатам таблицы, следует, что средняя стоимость ежемесячной платы одного клиента 282 руб./мес., за год размер средней суммы за предоставляемые услуги связи составляет 3 824 руб.

Рассчитаем прогнозный объем выручки от реализации услуг:

$$3\,384 \times 2\,500\,000 = 8\,460\,000\,000 \text{ руб. (или 8 460 млн. руб.)}$$

По результату расчета можно сделать вывод, что в 2021 году ожидается увеличение выручки на 8 460 млн. руб.

Основные показатели ПАО «ВымпелКом» по прогнозу на 2021 год представлены в таблице 36.

Финансовые показатели, такие как: управленческие расходы, доходы, от участия в других организациях, проценты к получению, проценты к уплате, прочие

расходы и доходы рассчитаны как среднегодовая стоимость двух периодов (2019-2020гг.)

Таблица 36 – Прогнозные финансовые показатели ПАО «ВымпелКом» на 2021 прогнозируемый год

| Наименование показателя                            | 2020 год  | 2021 год  | Изменения (+;-) | Темп роста, % |
|--|-----------|-----------|-----------------|---------------|
| Выручка, млн. руб.                                 | 273 899,1 | 282 359,1 | 8 460,0         | 103,1         |
| Себестоимость продаж, млн. руб.                    | 171 108,2 | 171 123,8 | 15,6            | 100,0         |
| Валовая прибыль, млн. руб.                         | 102 790,8 | 111 235,3 | 8 444,5         | 108,2         |
| Коммерческие расходы, млн. руб.                    | 21 056,1  | 21 616,2  | 560,1           | 102,7         |
| Управленческие расходы, млн. руб.                  | 45 476,9  | 45 035,3  | -441,6          | 99,0          |
| Полная себестоимость, млн. руб.                    | 237 641,2 | 237 775,3 | 134,1           | 100,1         |
| Прибыль от продаж, млн. руб.                       | 36 257,7  | 44 583,3  | 8 325,6         | 122,9         |
| Доходы от участия в других организациях, млн. руб. | 18 052,2  | 19 129,5  | 1 077,3         | 106,0         |
| Проценты к получению, млн. руб.                    | 1 768,8   | 1 944,6   | 175,8           | 109,9         |
| Проценты к уплате, млн. руб.                       | 22 122,2  | 23 923,3  | 1 801,1         | 108,1         |
| Прочие доходы, млн.руб.                            | 17 300,4  | 18 019,6  | 719,2           | 104,1         |
| Прочие расходы, млн. руб.                          | 26 662,6  | 30 725,6  | 4 063,0         | 115,2         |
| Прибыль до налогообложения, млн. руб.              | 26 595,3  | 29 030,1  | 2 434,8         | 109,1         |
| Текущий налог на прибыль, млн. руб.                | 2 514,2   | 2 322,4   | -191,8          | 92,4          |
| Чистая прибыль, млн. руб.                          | 21 447,2  | 26 707,7  | 5 260,5         | 124,5         |

Как показывают данные таблицы 36, по прогнозу на 2021 год имеет место улучшение основных финансовых показателей.

Графически изобразим динамику основных прогнозных показателей финансовых результатов, рисунок 17.

В результате роста объема выручки (103,1%) по прогнозу на 2021 год прибыль от продаж увеличится на 8 325,6 млн руб., прибыль до налогообложения составит 29 030,1 млн руб. (увеличение на 9,1%). Себестоимость продаж стабильна и останется на уровне предыдущего года. Чистая прибыль увеличится до 26 707,7 млн руб. (или на 24,5%).

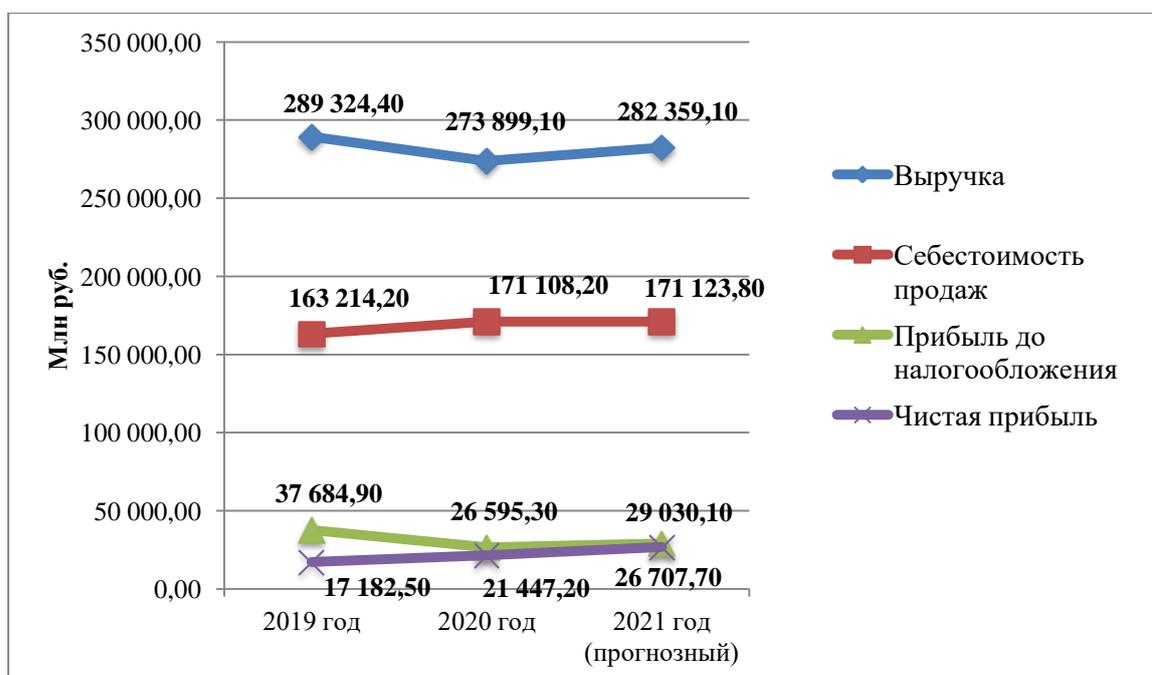


Рисунок 17 – Динамика основных прогнозных показателей финансовых результатов ПАО «ВымпелКом»

На основании прогнозных финансовых показателей проведем анализ рентабельности (таблица 37), который поможет оценить уровень динамику эффективности деятельности организации. Показатели среднегодовой стоимости собственного капитала и среднегодовой стоимости активов оставим на уровне предыдущего года.

Таблица 37 – Анализ рентабельности

| Показатель                                       | Значение  |           |                    | Темп роста, % |           |
|--|-----------|-----------|--------------------|---------------|-----------|
|  | 2019 год  | 2020 год  | 2021 год (прогноз) | 2020-2019     | 2021-2020 |
| Исходные данные для анализа, млн руб.            |           |           |                    |               |           |
| 1. Балансовая прибыль                            | 37 684,9  | 26 595,3  | 29 030,1           | 70,6          | 109,1     |
| 2. Выручка от реализации                         | 289 324,4 | 273 899,1 | 282 359,1          | 94,7          | 103,1     |
| 3. Валовая прибыль                               | 126 110,1 | 102 790,8 | 111 235,3          | 81,5          | 108,2     |
| 4. Чистая прибыль                                | 17 182,5  | 21 477,2  | 26 707,7           | 124,8         | 124,5     |
| 5. Среднегодовая стоимость собственного капитала | 60 040,6  | 65 676,5  | 65 676,5           | 109,4         | 100,0     |
| 6. Среднегодовая стоимость активов               | 378 058,6 | 418 425,4 | 418 425,4          | 110,7         | 100,0     |
| Анализ рентабельности, %                         |           |           |                    |               |           |
| 7. Общая рентабельность (п.1/п.2)*100%           | 13,03     | 9,71      | 10,28              | 74,5          | 105,9     |

Окончание таблицы 37

| Показатель  | Значение |          |                       | Темп роста, % |               |
|---|----------|----------|-----------------------|---------------|---------------|
|   | 2019 год | 2020 год | 2021 год<br>(прогноз) | 2020-<br>2019 | 2021-<br>2020 |
| 8. Рентабельность продаж ROS<br>(п.3/п.2)*100%                                      | 43,59    | 37,53    | 39,39                 | 86,1          | 104,9         |
| 9. Рентабельность собственного капитала ROE<br>(п.4/п.5)*100%                       | 28,62    | 32,66    | 40,66                 | 114,1         | 124,6         |
| 10. Экономическая рентабельность<br>(ROA, рентабельность активов)<br>(п.1/п.6)*100% | 9,97     | 6,36     | 6,94                  | 63,8          | 109,1         |

Графически представим динамику показателей рентабельности за 2019 – 2021гг., рисунок 18.

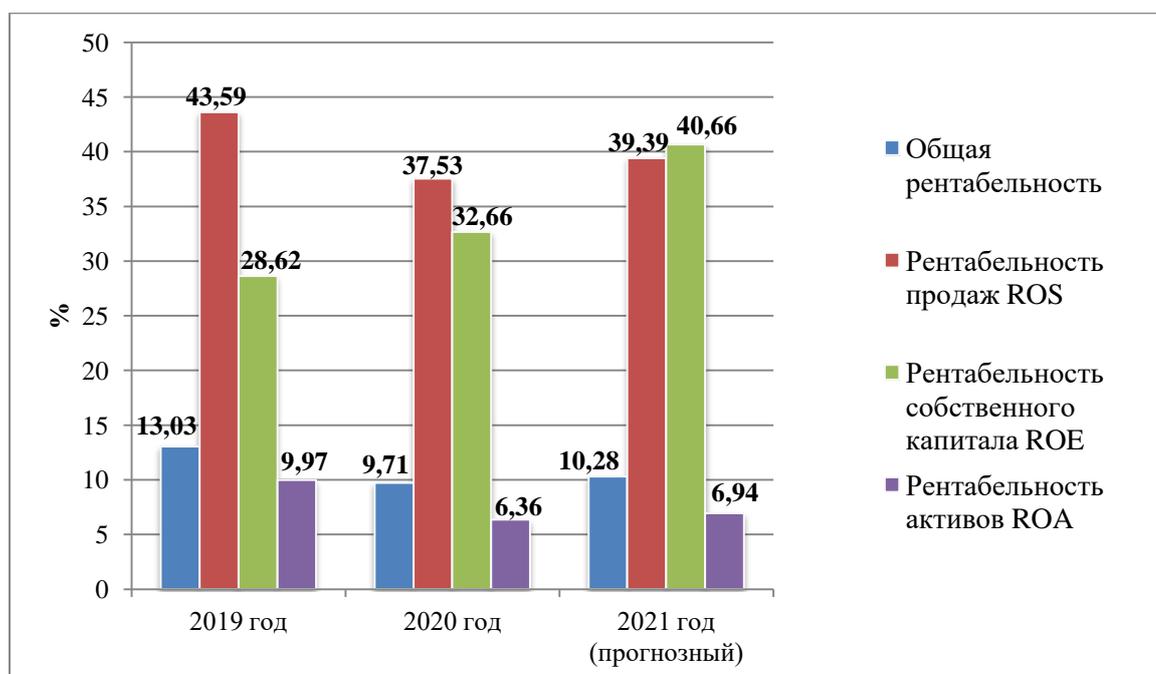


Рисунок 18 – Динамика показателей рентабельности ПАО «ВымпелКом»

По результатам анализа можно сделать следующие выводы:

- все прогнозные показатели рентабельности имеют тенденцию увеличения;
- показатель общей рентабельности в 2021 году увеличится до 10,28%, за счет увеличения выручки, что в целом свидетельствует об улучшении эффективности деятельности предприятия.

– за счет предложенных мероприятий (добавления новых тарифных планов и услуг, улучшения качества связи и т.д.) показатель рентабельности продаж увеличится на 4,9%, что является положительным фактом для предприятия.

Таким образом, можно подвести итог, что на финансовое состояние ПАО «ВымпелКом» предложенные мероприятия оказывают лишь положительное воздействие, тем самым следует принять их реализацию.

#### Выводы по разделу два

В данном разделе был проведен анализ финансово-хозяйственной деятельности на примере ПАО «ВымпелКом», дана краткая характеристика предприятия и изучена его отраслевая информация.

На основании годовой бухгалтерской отчетности за 2018 – 2020гг. была проведена оценка имущественного положения предприятия и анализ динамики, состава и структуры источников его формирования.

В результате чего, можно сделать вывод, что стоимость имущества в отчетном году снизилась на 9 857 млн руб. или на 2,33%, в основном за счет оборотных активов. В структуре активов преобладают внеоборотные активы, представленные в большей степени основными средствами. В пассиве баланса основную долю занимают заемные средства.

Исходя из анализа ликвидности и платежеспособности организации, можно отметить, что баланс организации на протяжении всего анализируемого периода неликвиден, также предприятие испытывает финансовые трудности и является неплатежеспособным.

Результаты расчета показателей финансовой устойчивости показали, что организация является финансово-неустойчивой, собственные средства вложены в медленно реализуемые активы, а оборотный капитал сформирован за счет заемных источников.

На снижение прибыли до налогообложения (балансовой), которая в свою очередь снизилась почти на 30%, повлияли увеличение себестоимости продаж и снижение объема выручки. Главной причиной снижения выручки являются коронавирусные ограничения, а именно, после закрытия границ, падение выручки от международного роуминга, уменьшением количества абонентов, также были ликвидированы около 630 собственных розничных магазинов компании.

По результатам анализа были даны рекомендации по улучшению финансового состояния ПАО «ВымпелКом». Ухудшение работы предприятия в 2020 году связано со снижением объема выручки, причинами которого является уменьшение числа абонентов из-за последствий пандемии COVID – 19 и недостаточным уровнем качества связи. Основные мероприятия по укреплению финансового состояния организации направлены на привлечение новых клиентов и оптимизацию услуг связи, в результате чего ожидается рост объема выручки (103,1%).

Также предложены направления для повышения ликвидности и платежеспособности организации.

## ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Анализ финансово-хозяйственной деятельности позволяет объективно оценить положение организации с разных аспектов и в их взаимосвязи. Данный анализ обобщает факторы, которые влияют на конкретные параметры и на результат в целом.

По данным финансовой (бухгалтерской) отчетности в выпускной квалификационной работе был проведен анализ финансово-хозяйственной деятельности ПАО «ВымпелКом». Под известным брендом «Билайн», данная организация оказывает услуги мобильной связи, занимается подключением проводного и беспроводного интернета и телевидения.

По результатам проведенного анализа отметим, что баланс организации является неликвидным, также предприятие является неплатежеспособным и испытывает финансовые трудности.

На протяжении анализируемого периода (2018-2020гг.) предприятие является финансово-неустойчивым. На предприятие все оборотные и возможно часть внеоборотных активов сформированы за счет заемных источников.

Ухудшение работы предприятия в 2020 году связано в основном со снижением объема выручки на 5,3%. Главными причинами снижения выручки являются трудности связанные с качеством сети мобильной связи и коронавирусные ограничения. В результате чего в сторону ухудшения изменилась прибыль до налогообложения, которая снизилась на 11 089,6 млн руб. или на 29,4%, за счет уменьшения прибыли от продаж на 36,5%.

Для улучшения финансового состояния ПАО «ВымпелКом» были предложены рекомендации, направленные на увеличение объема выручки, такие как:

- внедрение новых тарифных планов;
- работа по улучшение качества сети предоставляемых услуг (голосовой связи и скорости мобильного интернета);

- вложение инвестиций в развитие сервисов BlindSquare и Be My Eyes с целью их включения в тарифный план «Социальный пакет»;
- работа по расширению территории зон покрытия сети Билайн;
- внедрения сетей пятого поколения «5G».

По результатам предложенных мероприятия был рассчитан экономический эффект. В прогнозном периоде ожидается прирост абонентов на 5% (2,5 млн чел), в результате чего увеличится выручка на 8 460,0 млн. руб. (прирост 3,1%), прибыль от продаж повысится на 22,9%, рост чистой прибыли составит 5 260,5 (24,5%).

Также были предложены направления для повышения ликвидности и платежеспособности организации, такие как:

- сократить объем труднореализуемых и медленнореализуемых активов;
- минимизировать привлеченные заемные средства путем высвобождения внеоборотных активов.
- провести работу с дебиторской задолженностью (осуществление контроля над своевременностью выполнения обязательств дебиторами).

В результате всего изложенного решены все задачи и достигнута поставленная цель.

## БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

- 1 Баранова, И.В. Рынок сотовой связи / И.В. Баранова, А.Н. Кудь, К.С. Капложная // Международный научный журнал «СИМВОЛ НАУКИ». – 2015. – №6.
- 2 Васильева, Л.С. Финансовый анализ: учебное пособие / Л. С. Васильева. – М.: КНОРУС, 2014. – 944с.
- 3 Волков, В.П. Экономика предприятия: учебное пособие / В.П. Волков. – М.: Новое знание, 2014. – 677с.
- 4 Грико, А.В. Зарубежный опыт оценки платежеспособности компании как основной части анализа финансового состояния / А.В. Грико // Журнал «Вектор экономики». – 2018. – № 5(23). – С. 4
- 5 Демко, И.И. Сравнение отечественного и зарубежного опыта анализа финансового состояния компании / И.И. Демко // Журнал «Экономика и банки». – 2013. – № 2. – С. 21-27
- 6 Дробышевская, Л.Н. Влияние пандемии на финансовые результаты деятельности телекоммуникационных компаний / Л.Н. Дробышевская // Journal of Economy and Business, vol. – 2020. – (68).
- 7 Ефимова, О.В. Финансовый анализ: учеб. пособие / О.В. Ефимова. – М.: Бухгалтерский учет, 2013. – 506 с.
- 8 Каримов, М. К. Услуги в сфере телекоммуникации и их продвижение / М. К. Каримов. // Журнал «Молодой ученый». – 2015. – № 13 (93). — С. 35-37.
- 9 Коваленко, О.Г. Экономическая сущность оценки платежеспособности предприятия / О.Г. Коваленко // Журнал «Современные научные исследования и инновации». – 2017. – № 1(69). – С. 328-333
- 10 Крылов, С. И. Финансовый анализ: учебное пособие / С. И. Крылов. – Екатеринбург: Изд-во Урал. ун-та, 2016 — 160 с.
- 11 Кубарева, Д. М. Зарубежный опыт анализа финансово-хозяйственной деятельности корпорации / Д. М. Кубарева. // Молодой ученый. – 2020. – № 41 (331). – С. 238-241.

12 Финансовый анализ: учебное пособие / С. И. Крылов. — Екатеринбург : Изд-во Урал. ун-та, 2016 – 160 с.

13 Матвейчева, Е.В. Традиционный подход к оценке финансовых результатов деятельности предприятия / Е.В. Матвейчева, Г.Н. Вишнинская // Аудит и финансовый анализ. – 2013. – № 1. – С. 9-11

14 Пучкова, А.О. Аналитический обзор современных трактовок и сущности финансовой устойчивости в России и за рубежом / А.О. Пучкова // Журнал «Учет и статистика». – 2012. – № 1(25). – С. 40-46

15 Савицкая, Г.В. Анализ хозяйственной деятельности предприятия : учеб. для сред. спец. учеб. заведений / Г.В. Савицкая. - 5-е изд., испр. и доп. - М. : ИНФРА-М, 2013. - 345 с. - (Среднее профессиональное образование)

16 Селезнева, Н.Н. Финансовый анализ: учеб. пособие / Н.Н. Селезнева, А.Ф. Ионова. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2013. – 357 с.

17 Улезлова Л.В. Структура, тенденции и факторы развития рынка отрасли телекоммуникаций и связи / Л.В. Улезлова // Журнал: Проблемы современной науки и образования. – №13 – С. 76-79

18 Шаравова О.И. Рыночная среда инфокоммуникаций и отраслевая информация рынка / О.И. Шаравова // Телекоммуникации и Транспорт. – 2014. – Выпуск № 7

19 ТМТ Консалтинг Российский рынок телекоммуникаций – 2020 [Электронный ресурс]. – Электрон. дан. – Режим доступа: <https://ict.moscow/research/rossiiskii-rynok-telekommunikatsii-2020/>

20 Российский рынок услуг связи: состояние, тенденции, перспективы / Текст научной статьи по специальности «Экономика и бизнес» [Электронный ресурс] – Электрон. дан. – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/rossiyskiy-rynok-uslug-svyazi-sostoyanie-tendentsii-perspektivy/viewer>

21 Годовые отчеты ПАО «Вымпел – Коммуникаций» - [Электронный ресурс] – Электрон. дан. – Режим доступа: <https://chelyabinsk.beeline.ru/about/about-beeline/disclosure/annual-reports/>

22 Годовые отчеты ПАО «МТС» - [Электронный ресурс] – Электрон. дан. – Режим доступа: <https://moskva.mts.ru/about/investoram-i-akcioneram>

23 Годовые отчеты Теле 2 – [Электронный ресурс] – Электрон. дан. – Режим доступа: <https://spb.tele2.ru/about/business/for-investors/t2-spb/godovye-otchety>

24 Финансовые показатели МегаФон – [Электронный ресурс] – Режим доступа: [https://www.tadviser.ru/index.php/Статья:Финансовые\\_показатели\\_Мегафон](https://www.tadviser.ru/index.php/Статья:Финансовые_показатели_Мегафон)

25 Российский рынок услуг сотовой связи: товарный и рекламный аспекты – [Электронный ресурс] – Электрон. дан. – Режим доступа: <https://adindex.ru/publication/analytics/conjuncture/2011/06/2/66757.phtml>

## Бухгалтерский баланс ПАО «ВымпелКом» на 31 декабря 2020г.

Бухгалтерский баланс  
на 31 декабря 2020 г.

Организация ПУБЛИЧНОЕ АКЦИОНЕРНОЕ ОБЩЕСТВО "ВЫМПЕЛ-КОММУНИКАЦИИ"  
Идентификационный номер налогоплательщика  
Вид экономической деятельности Деятельность по предоставлению услуг подвижной связи для целей передачи голоса

Организационно-правовая форма/форма собственности Публичное акционерное общество/  
Собственность иностранных юридических лиц

Единица измерения: тыс. руб.

Местонахождение (адрес) 127083, Российская Федерация, г. Москва, ул. 8 Марта, 10, стр. 14

Бухгалтерская отчетность подлежит обязательному аудиту  да  нет

Наименование аудиторской организации Акционерное общество "ПрайсвотерхаусКуперс Аудит"

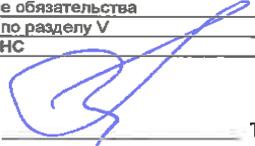
Идентификационный номер налогоплательщика-аудиторской организации

Основной государственный регистрационный номер аудиторской организации

|                          |               |
|--------------------------|---------------|
| Коды                     |               |
| Форма по ОКУД            | 0710001       |
| Дата (число, месяц, год) | 31/12/2020    |
| по ОКПО                  | 17337364      |
| ИНН                      | 7713076301    |
| по ОКВЭД 2               | 61.20.1       |
| по ОКОПФ/ОКФС            | 1 22 47/ 23   |
| по ОКЕИ                  | 384           |
| ИНН                      | 7705051102    |
| ОГРН                     | 1027700148431 |

| Пояснения | Наименование показателя                                    | Код строки | На 31 декабря 2020 г. | На 31 декабря 2019 г. | На 31 декабря 2018 г. |
|-----------|--|------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|
| 1         | 2  | 3          | 4                     | 5                     | 6                     |
|           | <b>АКТИВ</b>   |            |                       |                       |                       |
|           | <b>I. ВНЕОБОРОТНЫЕ АКТИВЫ</b>                              |            |                       |                       |                       |
| 3.1       | Нематериальные активы                                      | 1110       | 1 006 787             | 1 032 553             | 594 813               |
|           | Результаты исследований и разработок                       | 1120       | -                     | -                     | -                     |
|           | Нематериальные поисковые активы                            | 1130       | -                     | -                     | -                     |
|           | Материальные поисковые активы                              | 1140       | -                     | -                     | -                     |
| 3.2, 3.3  | Основные средства  | 1150       | 259 407 615           | 238 064 865           | 154 136 800           |
|           | Доходные вложения в материальные ценности                  | 1160       | 2 388 178             | 1 688 503             | 1 285 993             |
| 3.4       | Финансовые вложения  | 1170       | 58 812 026            | 59 680 506            | 68 397 861            |
|           | Отложенные налоговые активы                                | 1180       | -                     | -                     | 4 002 889             |
| 3.7       | Прочие внеоборотные активы                                 | 1190       | 32 404 000            | 27 434 651            | 25 364 610            |
|           | Итого по разделу I   | 1100       | 354 018 606           | 327 901 078           | 253 782 966           |
|           | <b>II. ОБОРОТНЫЕ АКТИВЫ</b>                                |            |                       |                       |                       |
| 3.5       | Запасы   | 1210       | 7 017 156             | 10 047 533            | 8 758 475             |
|           | Налог на добавленную стоимость по приобретенным ценностям  | 1220       | 5 966 072             | 5 036 190             | 4 030 338             |
| 3.6       | Дебиторская задолженность                                  | 1230       | 19 459 407            | 21 732 330            | 20 208 200            |
| 3.4       | Финансовые вложения (за исключением денежных эквивалентов) | 1240       | 13 964 208            | 39 331 157            | 25 629 039            |
| 3.8       | Денежные средства и денежные эквиваленты                   | 1250       | 4 608 063             | 10 877 758            | 9 048 257             |
| 3.7       | Прочие оборотные активы                                    | 1260       | 8 463 331             | 8 427 899             | 11 306 067            |
| 3.9       | Долгосрочные активы к продаже                              | 1270       | -                     | -                     | -                     |
|           | Итого по разделу II  | 1200       | 59 478 237            | 95 452 867            | 78 980 376            |
|           | <b>БАЛАНС</b>  | 1600       | 413 496 843           | 423 353 945           | 332 763 342           |

| Пояснения | Наименование показателя  | Код строки | На 31 декабря 2020 г. | На 31 декабря 2019 г. | На 31 декабря 2018 г. |
|-----------|--|------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|
| 1         | 2  | 3          | 4                     | 5                     | 6                     |
|           | <b>ПАССИВ</b>  |            |                       |                       |                       |
|           | <b>III. КАПИТАЛ И РЕЗЕРВЫ</b>  |            |                       |                       |                       |
| 3.10      | Уставный капитал (складочный капитал, уставный фонд, вклады товарищей) | 1310       | 289                   | 289                   | 289                   |
|           | Собственные акции, выкупленные у акционеров                            | 1320       | -                     | -                     | -                     |
| 3.10      | Переоценка внеоборотных активов  | 1340       | 497 102               | 507 663               | 528 584               |
| 3.10      | Добавочный капитал (без переоценки)                                    | 1350       | 18 428 864            | 18 428 864            | 18 428 864            |
| 3.10      | Резервный капитал  | 1360       | 43                    | 43                    | 43                    |
|           | Нераспределенная прибыль (непокрытый убыток)                           | 1370       | 47 474 045            | 46 015 904            | 36 170 738            |
|           | Итого по разделу III   | 1300       | 66 400 343            | 64 952 763            | 55 128 518            |
|           | <b>IV. ДОЛГОСРОЧНЫЕ ОБЯЗАТЕЛЬСТВА</b>                                  |            |                       |                       |                       |
| 3.11      | Заемные средства   | 1410       | 144 860 099           | 167 267 823           | 186 825 316           |
| 3.15      | Отложенные налоговые обязательства                                     | 1420       | 7 182 508             | 4 871 422             | -                     |
| 3.23      | Оценочные обязательства  | 1430       | 3 120 812             | 5 225 604             | 3 398 106             |
| 3.13      | Прочие обязательства   | 1450       | 72 864 063            | 65 195 097            | 2 262 557             |
|           | Доходы будущих периодов  | 1480       | 175                   | -                     | -                     |
|           | Итого по разделу IV  | 1400       | 227 827 655           | 242 559 946           | 192 485 979           |
|           | <b>V. КРАТКОСРОЧНЫЕ ОБЯЗАТЕЛЬСТВА</b>                                  |            |                       |                       |                       |
| 3.11      | Заемные средства   | 1510       | 20 577 016            | 24 180 732            | 14 231 942            |
| 3.12      | Кредиторская задолженность   | 1520       | 83 823 791            | 75 339 999            | 52 208 800            |
|           | Доходы будущих периодов  | 1530       | 305                   | 5 232                 | 10 345                |
| 3.23      | Оценочные обязательства  | 1540       | 4 502 425             | 4 795 890             | 4 745 159             |
| 3.13      | Прочие обязательства   | 1550       | 10 365 308            | 11 519 383            | 13 952 599            |
|           | Итого по разделу V   | 1500       | 119 268 845           | 115 841 236           | 85 148 845            |
|           | <b>БАЛАНС</b>  | 1700       | 413 496 843           | 423 353 945           | 332 763 342           |

Руководитель  Торбахов А.Ю.

26 марта 2021 г.

## Отчет о финансовых результатах ПАО «ВымпелКом» за 2020г.

Отчет о финансовых результатах  
за 2020 г.

Организация ПУБЛИЧНОЕ АКЦИОНЕРНОЕ ОБЩЕСТВО "ВЫМПЕЛ-КОММУНИКАЦИИ"  
Идентификационный номер налогоплательщика

Вид экономической деятельности Деятельность по предоставлению услуг подвижной  
связи для целей передачи голоса

Организационно-правовая форма/форма собственности Публичное акционерное  
общество/ Собственность иностранных юридических лиц

Единица измерения: тыс. руб.

|                          |             |
|--------------------------|-------------|
|                          | Коды        |
| Форма по ОКУД            | 0710002     |
| Дата (число, месяц, год) | 31/12/2020  |
| по ОКПО                  | 17337364    |
| ИНН                      | 7713076301  |
| по ОКВЭД 2               | 61.20.1     |
| по ОКОПФ/ОКФС            | 1 22 47/ 23 |
| по ОКЕИ                  | 384         |

| Пояснения | Наименование показателя                 | Код строки | За 2020 г.    | За 2019 г.    |
|-----------|---|------------|---------------|---------------|
| 1         | 2                                       | 3          | 4             | 5             |
| 3.16      | Выручка                                 | 2110       | 273 899 085   | 289 324 431   |
| 3.17      | Себестоимость продаж                    | 2120       | (171 108 243) | (163 214 327) |
|           | Валовая прибыль (убыток)                | 2100       | 102 790 842   | 126 110 104   |
| 3.17      | Коммерческие расходы                    | 2210       | (21 056 156)  | (24 383 998)  |
| 3.17      | Управленческие расходы                  | 2220       | (45 476 943)  | (44 593 737)  |
|           | Прибыль (убыток) от продаж              | 2200       | 36 257 743    | 57 132 369    |
| 3.18      | Доходы от участия в других организациях | 2310       | 18 052 206    | 20 207 255    |
| 3.19      | Проценты к получению                    | 2320       | 1 768 830     | 2 120 386     |
| 3.20      | Проценты к уплате                       | 2330       | (22 121 232)  | (25 725 394)  |
| 3.21      | Прочие доходы                           | 2340       | 17 300 456    | 18 738 950    |
| 3.21      | Прочие расходы                          | 2350       | (24 662 657)  | (34 788 673)  |
|           | Прибыль (убыток) до налогообложения     | 2300       | 26 595 346    | 37 684 893    |
| 3.15      | Налог на прибыль                        | 2410       | (4 825 337)   | (16 091 922)  |
|           | в том числе                             |            |               |               |
|           | Текущий налог на прибыль                | 2411       | (2 514 252)   | (7 378 008)   |
|           | Отложенный налог на прибыль             | 2412       | (2 311 085)   | (8 713 914)   |
|           | Прочее                                  | 2460       | (322 799)     | (4 410 463)   |
|           | Чистая прибыль (убыток)                 | 2400       | 21 447 210    | 17 182 508    |

| Пояснения | Наименование показателя   | Код строки | За 2020 г. | За 2019 г. |
|-----------|---|------------|------------|------------|
| 1         | 2   | 3          | 4          | 5          |
|           | Результат от переоценки внеоборотных активов, не включаемый в чистую прибыль (убыток) периода   | 2510       | -          | -          |
|           | Результат от прочих операций, не включаемый в чистую прибыль (убыток) периода                   | 2520       | -          | -          |
|           | Налог на прибыль от операций, результат которых не включается в чистую прибыль (убыток) периода | 2530       | -          | -          |
|           | Совокупный финансовый результат периода   | 2500       | 21 447 210 | 17 182 508 |
|           | <b>СПРАВОЧНО</b>  |            |            |            |
|           | Базовая прибыль (убыток) на акцию   | 2900       | -          | -          |
|           | Разводненная прибыль (убыток) на акцию  | 2910       | -          | -          |

Руководитель



Торбахов А.Ю.

26 марта 2021 г.