

федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Тольяттинский государственный университет»

Институт финансов, экономики и управления
Кафедра «Финансы и кредит»

38.03.01. «Экономика»
(код и наименование направления подготовки, специальности)

«Финансы и кредит»
(наименование профиля, специализации)

БАКАЛАВРСКАЯ РАБОТА

на тему: «Анализ показателей рентабельности как составляющая оценки эффективности финансовой деятельности организации

(на примере ПАО «Таттелеком»)»

Студент(ка)

Аветян Алена Сарибековна

(И.О. Фамилия)

_____ (личная подпись)

Руководитель

к.э.н., доцент О.Г. Коваленко

(И.О. Фамилия)

_____ (личная подпись)

Допустить к защите

Заведующий кафедрой д.э.н., доцент А.А. Курилова

(ученая степень, звание, И.О. Фамилия)

_____ (личная подпись)

« _____ » _____ 2016 г.

Тольятти 2016

АННОТАЦИЯ К БАКАЛАВРСКОЙ РАБОТЕ

на тему: «Анализ показателей рентабельности как составляющая оценки эффективности финансовой деятельности организации (на примере ПАО «Таттелеком»))»

Ключевые слова: рентабельность; финансовая устойчивость; финансовое состояние; анализ; оценка.

Объект бакалаврской работы - ПАО «Таттелеком».

Предмет исследования – рентабельность предприятия.

Цель исследования – проведение анализа показателей рентабельности организации.

Бакалаврская работа состоит из введения, трех глав, заключения, списка использованной литературы и приложений.

Во введении изложена актуальность выбранной темы, объект, предмет исследования, обзор использованной литературы.

В первой главе бакалаврской работы освещены теоретические основы рентабельности организации. Рассмотрены методики анализа показателей рентабельности предприятия.

Во второй главе бакалаврской работы проведен анализ показателей рентабельности предприятия.

В третьей главе, на основе результатов анализа показателей рентабельности предприятия предложены рекомендации по их улучшению.

В заключении бакалаврской работы подведены итоги проведенного анализа показателей рентабельности предприятия, в обобщенном виде изложены выводы рассмотренных вопросов.

Оглавление

Введение.....	5
1. Теоретические основы анализа показателей рентабельности организации.....	8
1.1. Экономическая сущность рентабельности организации	8
1.2. Методика анализа финансовых результатов организации.....	12
2. Анализ и оценка показателей рентабельности ПАО «Таттелеком»	27
2.1. Краткая характеристика деятельности организации.....	27
2.2. Анализ основных показателей рентабельности.....	35
2.3. Анализ рентабельности продаж.....	39
2.4. Анализ рентабельности производственных фондов.....	41
2.5. Анализ рентабельности активов	45
2.6. Анализ рентабельности собственного капитала	52
2.7. Анализ рентабельности отдельных видов продукции (работ,услуг)	54
3. Рекомендации по увеличению показателей рентабельности ПАО «Таттелеком», прогнозирование основных их значений.....	61
3.1. Пути повышения рентабельности организации.....	61
3.2. Прогнозирование показателей рентабельности.....	68
Заключение.....	81
Список использованных источников.....	86

Введение

Повышение эффективности деятельности предприятий, обеспечение их прибыльности и рентабельности является в настоящее время актуальным. Это связано с сложившейся экономической ситуацией в стране.

К негативным факторам, которые приводят к отрицательным финансовым результатам предприятий относятся такие факторы, как ослабление государственной поддержки, нестабильность банковской системы, санкции со стороны США и Евросоюза, а также нестабильность социально-экономического развития нашей страны.

Отметим, что возможность деятельности организации в ближайшем будущем независимо от осуществляемых видов деятельности определяется способностью приносить достаточную прибыль.

При этом под прибылью организации понимают конечный финансовый результат его деятельности, который характеризует абсолютную эффективность деятельности. В условиях экономики прибыль является одним из важнейших стимулирующих факторов дающих толчок производственной и предпринимательской деятельности организаций.

Целью бакалаврской работы является анализ показателей рентабельности организации.

В целях достижения указанной нами цели необходимо решить следующие задачи:

- выявить сущность и основные понятия рентабельности организации;
- провести анализ показателей рентабельности организации;
- предложить рекомендации по увеличению показателей рентабельности организации.

Объектом данного исследования выступает ПАО «Таттелеком».

Предметом данного исследования показатели рентабельности организации.

Нормативно-правовую базу исследования составили законодательные

акты Российской Федерации, Указы Президента и Постановления Правительства РФ, официальные документы органов государственной власти и управления, нормативные материалы, посвященные регулированию деятельности хозяйствующих субъектов с точки зрения обеспечения их прибыльности и рентабельности.

В научной литературе теоретико-методологические аспекты обеспечения прибыльности и рентабельности исследуются многими учеными-экономистами, в том числе: М. И. Бакановым, А. Д. Шереметом, Л. Т. Гиляровской, Л. В. Донцовой, Н. А. Никифоровой, О. В. Ефимовой, И. Г. Кукиной и др.

Вопросам обеспечения эффективной деятельности организации, посвящены исследования в области финансового менеджмента, где весомый вклад в развитие методов и инструментов управления финансовыми ресурсами предприятий внесли Балабанов И.Т., Бланк И.А., Е. Бригхэм, Дж. Ван Хорн, Б. Коласс, Поддерегин А.Н., Савчук В.П. и другие.

Методами нашего исследования являются: системный подход и системный анализ, статистико-экономические методы, графические методы исследования.

Исследования в выпускной квалификационной работе основывались на материалах бухгалтерской отчетности ПАО «Таттелеком» за 2013-2015 годы.

Выпускная квалификационная работа состоит из введения, трех глав, заключения, списка использованной литературы, приложений.

В первой главе рассмотрены теоретические основы: дано понятие и значение прибыли и рентабельности, определены факторы, влияющие на эффективность хозяйственной деятельности организации.

Во второй главе проведён анализ рентабельности организации.

В третьей главе приводятся рекомендации по разработанные на основе проведенного анализа рекомендации по увеличению показателей рентабельности ПАО «Таттелеком».

В заключении нами были сделаны основные выводы и предложения по реализации результатов проведенного исследования.

1. Теоретические основы анализа показателей рентабельности организации

1.1. Экономическая сущность рентабельности организации

Рентабельность организации характеризует результативность деятельности организации.

Показатели рентабельности позволяют оценить, какую прибыль получает организация с каждого рубля средств, которые были вложены в активы. Существует определенная система показателей рентабельности.

Эффективность деятельности организации в условиях рыночной экономики оценивается ее финансовой результативностью. Конечным финансовым результатом деятельности организации, комплексно характеризующим эффективность его работы, является прибыль. Прибыль не только важнейший оценочный, но и качественный показатель. Прибыль выступает основным фактором стимулирования бизнеса. Прибыль создает финансовую основу для его расширения деятельности организации. Она служит характеристикой инвестиционной привлекательности компании и источником выплаты дивидендов собственникам. Налог на прибыль является основным источником формирования всех уровней бюджетов [6, 230].

Сумма прибыли предприятия зависит от объемом продаж продукции (работ, услуг), качеством продукции, ее ассортиментом и так далее.

Абсолютные показатели прибыли – это:

валовая прибыль;

прибыль или убыток от продаж;

прочие доходы и расходы;

прибыль до налогообложения;

чистая прибыль;

нераспределенная прибыль;

совокупный финансовый результат.

Вторая группа - это относительные показатели рентабельности.

Прибыль - это положительная разница между суммарными доходами. Прибыль исчисляется в денежном эквиваленте. Она является важным показателем финансовых результатов предприятия. [10, 235]. Понятие прибыли очень многообразно.

Во-первых, рассмотрим прибыль с точки зрения бухгалтерского учета. В этом случае прибыль представляет собой разницу между принимаемой к учёту суммой доходов и допустимыми расходами. Бухгалтерская прибыль зависит от стандартов учёта. Например, международные стандарты финансовой отчетности, российские стандарты бухгалтерского учета.

Во-вторых, прибыль с экономической точки зрения. В данном случае прибыль - это остаток от общего дохода предприятия после вычета всех издержек, то есть разница между бухгалтерской прибылью и дополнительными расходами.

Также ещё рассчитывают валовую прибыль, чистую прибыль, которая определяется как оставшаяся прибыль после уплаты из валовой прибыли налогов и отчислений.

Говоря о полученной организациям прибыли, следует также отметить, что разных пользователей бухгалтерской отчетности интересуют различные ее качества.

Исходя из вышесказанного, анализ рентабельности деятельности организации включает в качестве обязательных элементов следующие.

Во-первых, оценку уровней и изменений по каждому показателю за анализируемый период с помощью горизонтального анализа.

Во-вторых, оценку структуры показателей прибыли и ее изменений в динамике с помощью вертикального анализа [8, 7].

В-третьих, изучение изменений показателей за определенное число периодов.

В-четвертых, выявление степени влияния различных факторов на величину полученной прибыли и других связанных с ней показателей.

Выделим основные задачи анализа финансовых результатов. Во-первых, оценка уровня и динамики абсолютных и относительных показателей финансовых результатов - прибыли и рентабельности. Во-вторых, изучение структуры прибыли по видам финансовых результатов. В-третьих, определение влияния различных факторов на сумму прибыли. В-четвертых, изучение распределения и использования прибыли организации. В-пятых, анализ относительных показателей прибыльности - рентабельности. В-шестых, определение возможных резервов увеличения прибыли и повышения рентабельности, а также обоснование путей их мобилизации [15, 145].

Необходимо отметить что прибыль является основной целью ведения бизнеса и его развития. Поэтому прибыль – это самый надежный источник развития организации, самофинансирования. Для оценки правильности распределения прибыли и эффективности ее использования необходимо проводить экономический анализ этих процессов.

Для целей этого анализа наиболее интересна та величина прибыли, которая остается в распоряжении организации и может быть использована по ее усмотрению на различные цели. Все возможные манипуляции с оставшейся в распоряжении организации прибылью, определяются положениями устава.

К задачам такого анализа относят изучение влияния распределения прибыли на эффективность производства и оценку целесообразности использования прибыли. На результатах такого анализа строится стратегия и тактика развития организации [16, 258].

Направления использования чистой прибыли могут быть обязательными и добровольными по решению учредителей. Обязательный характер, как правило, присутствует в акционерных обществах. Акционерные общества за счет чистой прибыли должны формировать резервный капитал, в который ежегодно необходимо направлять не менее пяти процентов от чистой прибыли до момента достижения резервным капиталом размера, предусмотренного их уставом. В соответствии с действующим законодательством минимальный размер резервного капитала составляет пять процентов от уставного капитала. Другие орга-

низации тоже могут создавать резервный капитал, определяя его размеры самостоятельно.

По решению собственников чистая прибыль может быть направлена на выплату дивидендов, погашение убытков прошлых лет, увеличение уставного капитала. Направлениями расходования прибыли являются выплата премий и материальной помощи работникам, финансирование социальных программ и инвестиционных проектов, благотворительные цели. Распределение прибыли осуществляется на основании утвержденного решением собственников финансового плана организации и отражается в отчетности. На основании отчетности и пояснений к ней производится анализ фактического распределения прибыли. Данные публичной отчетности позволяют выявить отклонения и причины их возникновения. Данные публичной отчетности являются основой для оценки структуры отчислений [17, 240].

Отдельно следует сказать о процессе распределения прибыли в акционерных обществах. В акционерных обществах существует дивидендная политика, которая определяет в дополнение к уставным документам процесс распределения прибыли. Дивидендная политика включает такие вопросы как регулирование курса акций, размеры и темпы роста акционерного капитала организации, размер и целесообразность привлекаемых средств. Хотя процесс распределения прибыли это конечно центральный вопрос дивидендной политики.

Деятельность каждой организации индивидуальна, поэтому единых правил в формировании дивидендной политики не существует. Каждое предприятие в этом плане уникально. Но можно выделить два стратегических и одновременно противоположных направления дивидендной политики. Это политика капитализации и политика выплаты дивидендов [18, 450].

При этом каждое из этих направлений имеет как свои плюсы, так и минусы. Капитализация способствует росту и развитию организации без привлечения заемных средств. Но тотальная капитализация исключает вознаграждения собственников. Для них изначальные цели вложения своих средств не достижимы.

Распределение всей прибыли в виде выплаты дивидендов удовлетворяет собственников но не развивает организация. В этом случае не понятно, сколько сможет существовать организация без дополнительных вложений в развитие.

Поэтому дивидендная политика должна сочетать в себе интересы и собственников, и организации как хозяйствующего субъекта. Дивидендная политика должна также удовлетворять положениям стратегии развития организации, если такая стратегия есть. Для каждой организации в дивидендной политике будет сформирован баланс требований и ожиданий как собственников так и организации [11, 58].

Существует много сторонников политики капитализации с позиции риск-менеджмента. Использование собственных средств в качестве источника финансирования снижает финансовые риски, связанные с привлечением средств и выпуском акций. При этом сохраняется прежняя система контроля деятельности организации, поскольку число собственников не увеличивается.

1.2. Методика анализа финансовых результатов организации

Относительную доходность или прибыльность работы организации характеризуют показатели рентабельности.

Благодаря анализу показателей рентабельности предприятия можно дать сравнительную оценку работы организации в целом, и по отдельным направлениям ее деятельности.

В экономическом анализе чаще всего применяют 3 группы показателей рентабельности - это рентабельность продукции или продаж, рентабельность организации или активов и рентабельность производства.

Рентабельность продукции или продаж может исчисляться для всей проданной продукции, произведенной товарной продукции или для отдельных изделий. Уровень рентабельности может быть определен как отношение прибыли от продаж продукции к выручке от продаж или к себестоимости этой

продукции. В последнем случае получаемый показатель иногда называют рентабельностью производства. Сравнительный анализ рентабельности позволяет рационально изменять структуру ассортимента, определять наиболее привлекательные объекты для инвестирования [25, 84].

Рентабельность организации или активов имеет важное значение для общей оценки эффективности использования всех вложенных в бизнес средств. В наиболее общем виде рентабельность организации может быть рассчитана как отношение прибыли до налогообложения к средней стоимости всех активов организации. Для оценки эффективности работы организации в условиях реально действующей системы налогообложения в указанных расчетах вместо прибыли до налогообложения следует использовать показатель чистой прибыли за вычетом налогов и других обязательных платежей.

Рентабельность организации или активов – это показатель, характеризующий доходность его деятельности, или, другими словами, показатель экономической эффективности.

Обычно, это показатель рассчитывается как отношение прибыли получаемой организацией к величине его активов. Значение показателя может быть выражено или в виде коэффициента или в процентах.

$$R_{\Pi} = \Pi / A \times 100 \% \quad (1)$$

где:

R_{Π} – рентабельность организации;

Π – прибыль;

A – активы.

Рентабельность производства представляет собой экономический показатель, который характеризует целесообразность того или иного вида бизнеса. Здесь говорится о соотношении между затратами производства и полученной чистой прибылью.

$$R_{\text{пр}} = \Pi / Z \times 100 \% \quad (2)$$

где:

$R_{\text{пр}}$ – рентабельность производства;

П – прибыль;

З – затраты.

В формализованном виде показатель рентабельности организации может быть представлен как отношение прибыли организации на среднегодовую величину того показателя, рентабельность чего находят. Например, рентабельность активов находится как отношение чистой прибыли организации к среднегодовой величине активов организации. Информационной базой для числителя является отчет о финансовых результатах, для знаменателя бухгалтерский баланс [19, 240].

Рентабельность основных производственных фондов схож с предыдущим показателем, который оценивает эффективность деятельности основных производственных фондов. Следовательно формула представляет собой отношения чистой прибыли к стоимости основных производственных фондов.

$$R_{\text{опф}} = П / C_{\text{опф}} \quad (3)$$

где:

$R_{\text{опф}}$ – рентабельность основных производственных фондов;

П – прибыль;

С – стоимость основных производственных фондов.

Рентабельность собственного капитала параметр, показывающий, насколько эффективно используются собственные средства организации или кредитной организации. В данном случае она вычисляется как отношение между чистой прибылью и суммой уставного капитала предприятия. Финансовый рычаг – это разница рентабельности активов и капитала. Отметим, что коэффициент рентабельности собственного капитала предприятия является одним из основных показателей при анализе деятельности организации.

$$R_{\text{рск}} = П / СК \quad (5)$$

где:

$R_{\text{рск}}$ – рентабельность собственного капитала;

П – прибыль;

СК – собственный капитал.

Рентабельность инвестиций – показатель, который оценивает, какая прибыль предприятия была получена от изначальных инвестиций. Иными словами - это соотношение между получившейся прибылью и суммой первоначальных инвестиций.

$$P_{и} = П / И \quad (6)$$

где:

$P_{и}$ – рентабельность собственного капитала;

$П$ – прибыль;

$И$ – объем инвестиций.

Расчет эффективности хозяйственной деятельности можно производить с учетом как единовременных, так текущих затрат. Выделяют рентабельность производства и продукции. Рентабельность производства рассчитывается как отношение балансовой прибыли к сумме среднегодовой стоимости основных фондов и среднегодовой стоимости оборотных средств.

Рентабельность продукции показывает, насколько эффективными были понесенные затраты. Данный показатель можно вычислять как в целом, для всей сбываемой продукции, так и для отдельных наименований товара [22,98].

Показатели рентабельности капитала являются наиболее важными при оценке деятельности организации. Для эффективной работы организации важно не только знать факторы, влияющие на рентабельность капитала, но и уметь управлять ими. Одним из наиболее распространенных приемов является модель Дюпона – факторная модель, реализованная на одноименном организации «Дюпон» в 1919 году.

Модель Дюпона позволяет определить, за счёт каких факторов произошло изменение рентабельности, т.е. произвести факторный анализ рентабельности. Под методом Дюпон понимают формулу Дюпона или уравнение Дюпон. Это алгоритм финансового анализа рентабельности собственного капитала компании, в соответствии с которым коэффициент рентабельности собственного капитала представляет собой произведения нормы прибыли, финансового рычага и оборачиваемости активов.

Изначально рентабельность собственного капитала находится как отношение чистой прибыли на собственный капитал. Если числитель и знаменатель этой формулы одновременно умножить на выручку от продаж и стоимостную оценку совокупных активов. То первоначальную формулу можно разложить на три отдельных коэффициента: ресурсоотдачу, коэффициент финансовой зависимости, рентабельность активов. Изменение рентабельности собственного капитала зависит от изменения трех факторов. Управляя этими факторами можно влиять на эффективность работы организации, корректируя его в сторону роста производительности и финансовой устойчивости.

Значимость выбранных факторов с позиции текущего управления объясняется тем, что они обобщают все стороны финансово-хозяйственной деятельности организации, его статику и динамику [12, 314].

Этим факторам присуща отраслевая специфика, которую необходимо не только изучать аналитику, но и накапливать ежегодные данные о изучаемых значениях. То есть вести статистику данных. Например, показатель ресурсоотдачи может иметь небольшое значение в высокотехнологичных отраслях, отличающихся капиталоемкостью. А показатель рентабельности у таких предприятий будет высоким. И наоборот.

Коэффициент рентабельности продаж определяется результативностью работы предприятия за отчетный период. Когда организация переходит на новые производственные мощности или технологии, начинает выпускать новые виды продукции, показатели рентабельности временно снижаются. Однако если стратегия развития организации была выбрана верно, то понесенные затраты окупятся. В этом случае снижение рентабельности нельзя рассматривать как однозначно отрицательную характеристику [13, 160].

Второй фактор связан с финансовым риском организации – коэффициент финансовой зависимости. Чем выше значение этого коэффициента, тем более рискованным является бизнес с позиции акционеров и инвесторов.

Информационной базой для расчета показателей в модели Дюпона является: бухгалтерский баланс и отчет о финансовых результатах. Баланс предо-

ставляет данные о совокупных активах, величине собственного капитала и заемного капитала. Отчет о финансовых результатах предоставляет информацию о размерах прибыли и выручки.

В ходе анализа полезно сопоставлять рентабельность собственного капитала с рентабельностью заемного капитала. Целесообразно также оценивать влияние изменений рентабельности собственного и заемного капитала на общую динамику рентабельности всего капитала организации. Далее сравнивать полученные показатели рентабельности с темпами инфляции, действующими ставками процента по депозитным вкладам в банках, со ставками процента за банковский кредит.

При анализе рентабельности организации важным моментом является оценка безубыточного объема производства и оценка воздействия показателей экономических рычагов. Рассмотрим методологию определения безубыточного объема производства.

Любая организация при функционировании нуждается в информации определяющей начало отсчета зоны прибыли и наоборот зоны убытков. Такие данные предоставляет показатель «критическая точка производства» или «точка безубыточности» или «порог рентабельности». Этот показатель также является важной характеристикой эффективности деятельности организации.

Точка безубыточности представляет собой минимальный объем производства и продаж, который необходим для безубыточного функционирования. Но в этой точке нет и прибыли. Она так и называется «точка безубыточности» потому что в ней нет ни прибыли ни убытка. Но объем производства и реализации обеспечивает покрытие всех затрат организации.

В основе определения точки безубыточности лежит взаимосвязь «затраты-объем-прибыль». Затраты или себестоимость производства, объем производства и продаж, прибыль от продаж находятся в зависимости. Прибыль организации определяется как разность объема продаж и суммы затрат организации. При этом затраты организации по своему характеру разделяют на постоянные и переменные. Эта классификация затрат по отношению к объему произ-

водства. Переменные затраты на прямую зависят от изменения объема производства и реализации. То есть увеличение объема производства и реализации вызывает увеличение переменных затрат с той же силой. И Наоборот уменьшение объема производства и реализации вызывает уменьшение переменных затрат. Постоянные затраты не зависят от изменения объема производства и реализации.

Существует также подход, при котором затраты делятся на условно-постоянные и переменные. Условно-постоянные затраты не зависят или мало зависят от изменений объема производства и остаются неизменными в рамках отчетного периода.

Оценка точки безубыточности происходит в рамках определенного диапазона объемов производства и реализации. При этом планирование себестоимости предполагает оценку и прогнозирование переменных затрат. А при оценке постоянных затрат должна учитываться такая категория как маржинальный доход.

Маржинальный доход – это разницу между выручкой от продаж и переменными затратами. Или исходя из зависимости «затраты-объем-прибыль», маржинальный доход – это сумма прибыли от продаж и постоянных затрат. Его величина определяет «возможности» изменения постоянных затрат.

В практике экономического анализа применяются два способа определения точки критического объема производства: графический и математический [14, 156].

Графический метод заключается в графическом построении прямых постоянных, переменных и совокупных затрат на основе известных данных. Точка пересечения прямых совокупных затрат и переменных затрат будет являться критической точкой.

Математический метод определения критической точки основывается на общем уравнении критической точки. Для этого выручку от продаж надо представить в виде произведения количества продукции и ее цены; переменные за-

траты через удельные переменные и количество продукции; постоянные затраты рассмотреть в целом на весь объем продукции.

Анализ критической точки позволяет найти три основных показателя для оценки поведения организации: критический объем продаж, критическая цена продажи, критический уровень постоянных затрат.

Критический объем продукции находится как отношение постоянных затрат к разности между ценой единицы продукции и удельными переменными затратами. Или как отношение постоянных затрат к удельному маргинальному доходу. Слово «удельный» означает на одну единицу.

Критическая цена продукции находится как сумма постоянных затрат на одну единицу и переменных затрат на одну единицу. Что в свою очередь равняется себестоимости одной единицы продукции.

Оптимальный уровень постоянных расходов или критический уровень постоянных расходов определяется как произведение количества продукции на разность между ценой и переменными затратами на одну единицу продукции. Или как произведение количества продукции на маргинальный доход на одну единицу.

Анализ «затраты – объем – прибыль» может давать точные результаты при следующих условиях. Во-первых, существуют неизменные цены реализации с одной стороны и цены на потребляемые ресурсы с другой стороны. Во-вторых, затраты организации строго делятся на постоянные и переменные. В-третьих, объем продаж равен объему производства, то есть нет остатков готовой продукции либо они незначительные. В-четвертых, поступающая выручка пропорциональна объему реализации. В-пятых, ассортимент изделий постоянный, в том числе и при выпуске нескольких изделий.

Для оценки финансовой устойчивости и конкурентоспособности организации на рынке рассчитывают запас финансовой прочности или ЗФП. Экономический смысл показателя заключается в том, что он характеризует диапазон отделяющий реальный или фактический объем продукции от критического. За-

пас финансовой прочности может быть рассчитан как в абсолютных показателях – денежных и натуральных, так и в процентах.

Чем выше критический объем, тем ниже запас финансовой прочности. Высокий критический объем характерен для организаций, в общей сумме издержек которых наибольший удельный вес занимают постоянные расходы. Такие организации наиболее подвержены рискам. Запас финансовой прочности показывает величину, на которую может быть снижен фактический объем продукции, прежде чем попасть в зону убытков.

Анализ критической точки объема продаж позволяет оценить степень влияния изменений объема продаж и себестоимости продукции на величину получаемой организацией прибыли. Эта взаимосвязь характеризуется категорией операционного или производственного леве́риджа. Операционный леве́ридж характеризует потенциальную возможность организации влиять на изменение прибыли путем изменения структуры и величины затрат или себестоимости и объема реализованной продукции. В практике экономического анализа величина операционного леве́риджа определяется как соотношение постоянных и переменных затрат в составе полной себестоимости реализуемой продукции [23, 140].

Также в анализе используется модель расчета эффекта операционного рычага основанная на механизме влияния постоянных расходов на финансовые результаты организации. Эффект операционного рычага находится как процентное отношение изменения прибыли к изменению выручки. Эффект операционного рычага измеряется коэффициентом, который рассчитывается как отношение темпов прироста прибыли к темпам прироста выручки. Это обусловлено тем, что постоянные расходы носят обязательный характер, то есть должны покрываться в независимости от получения текущих доходов.

Высокий эффект операционного рычага имеет организация, в структуре себестоимости которого наибольший удельный вес занимают постоянные расходы. У таких предприятий после достижения критического объема продукции даже незначительное приращение продукции вызывает значительное прираще-

ние прибыли. Эффект производственного рычага или действие операционного рычага оказывает непосредственное влияние на деятельность организации. Организация, имеющее высокий производственный рычаг, несет повышенный риск в условиях ухудшения конъюнктуры рынка, то есть при незначительном изменении Объема продаж будет более быстро уменьшаться прибыль, что в скором времени может принести убытки.

Для расчета коэффициента операционного рычага надо использовать прибыль до уплаты процентов и налогов. Рост операционного рычага характерен для предприятий занимающихся посреднической деятельностью. Такая динамика обусловлена повышением уровня технической оснащенности производственных предприятий. Это связано с увеличением уровня расходов на содержание и управление. Например, расходы на освещение, отопление, заработную плату управленческого персонала новых объектов. А это в свою очередь приводит к уменьшению затрат ручного труда и уменьшению доли переменных затрат.

Известны три основных подхода для расчета производственного рычага.

Согласно первому подходу производственный рычаг находится как отношение условно-постоянных затрат к величине общих затрат. По второму подходу операционный рычаг равен отношению чистой прибыли к материальным условно-постоянным затратам производственного характера. Третий подход определяют производственный рычаг как отношение темпа изменения прибыли до вычета налогов и процентов к темпу изменения объема реализации в натуральных единицах. Эти показатели используются для динамических оценок и контроля уровня производственного риска.

Также по данным бухгалтерской финансовой отчетности можно оценить финансовый риск организации рассчитав финансовый рычаг или финансовый леверидж.

Под финансовым рычагом понимают характеристику финансовых условно-постоянных затрат в общей сумме затрат финансового характера. Эту характеристику принимают за основной фактор колеблемости финансового ре-

зультата организации. Финансовый рычаг является стратегической характеристикой экономического потенциала организации. Варьирование уровнем этого показателя означает большее или меньшее замещение собственных средств сторонними источниками [23, 98].

Сущность финансового рычага заключается в том, что он характеризует финансовый риск организации, который с ростом постоянных затрат финансового характера увеличивает значение финансового рычага и соответственно финансового риска организации. И наоборот, уменьшение финансового рычага уменьшает финансовый риск организации. Большой финансовый рычаг свидетельствует о большой зависимости организации от внешних источников. Таким образом, привлечение в деятельность организации финансирования всегда ведет к увеличению финансового рычага. Увеличению финансового риска, так как проценты за использование заемными средствами является постоянными затратами и не зависят от объема продаж. Реализовали или не реализовали продукцию в отчетном периоде проценты будем платить все равно в определенное время в определенном размере.

Таким образом, для организации с высоким уровнем финансового рычага даже не значительное изменение в продажах и выручке приведет к значительному изменению чистой прибыли – это и есть сила рычага или плечо рычага.

Существует два основных подхода к оценке финансового рычага. Согласно первому подходу под финансовым рычагом понимают коэффициент финансовой активности, который находится как отношение заемного капитала к собственному капиталу. Нормативное значение этого коэффициента меньше единицы. Это означает, что собственного капитала на организации должно быть больше чем заемного. Первый показатель используется для характеристики организации в целом.

Согласно второму подходу под финансовым рычагом понимают отношение темпа изменения чистой прибыли к темпу изменения прибыли до вычета процентов и налогов. Этот показатель используется в динамическом анализе, а

также для количественной оценки последствий при развитии финансово-хозяйственной ситуации в условиях выбранной структуры капитала. Нормативным ограничением в этом случае является значение финансового рычага меньше или равно одна целая три десятых.

При прочих равных условиях рост и первого и второго показателя для организации является негативной тенденцией.

Понятие «леверидж» происходит от английского «действие рычага», и означает соотношение одной величины к другой, при небольшом изменении которого сильно меняются связанные с ним показатели.

Согласно этой методике финансовый рычаг находится как произведение трех составляющих.

Первая составляющая – это разница единицы и усредненной ставки налога на прибыль. Эта составляющая не зависит от деятельности организации и она учитывает налоговый риск. Налоговый корректор снижает результативность воздействия финансового рычага на доходность собственного капитала. Этот показатель отражает влияние налогового риска на финансовые потери. Эти потери могут быть вызваны введением новых видов налогов, увеличением налоговых ставок, отменой налоговых льгот [9, 68].

В данных условиях, применяют минимизацию налогового риска.

Вторая составляющая произведения – это разница между рентабельностью совокупных активов и средней заемной ставкой по привлеченному капиталу, которая включает все финансовые издержки, в том числе расходы на страхование и страховые проценты, отнесенные к сумме заемных средств. Этот фактор называется дифференциал финансового рычага. Дифференциал представляет собой основной элемент, формирующий положительный эффект действия финансового рычага.

Показатель финансового рычага, как и иные коэффициенты, характеризующие деятельность организации требует постоянного мониторинга.

Основу финансового рычага составляют постоянные затраты финансового характера. На структуру составляющих финансового рычага влияют и

внешний и внутренние факторы. При большой динамике изменения различных факторов на структуру затрат, динамика финансового рычага тоже будет достаточно быстрой и подвижной.

Рассмотрим некоторые факторы, влияющие на изменение финансового рычага. Например, конъюнктура финансового рынка. Ухудшение конъюнктуры финансового рынка для предприятий может означать резкое возрастание стоимости заемных средств. Что приводит к увеличению заемного «бремени» организации. Увеличение доли заемного капитала в общей структуре капитала означает снижение финансовой устойчивости и появлению риска финансовой несостоятельности. Кредиторы, работая с организациям финансово неустойчивым, поднимают дополнительно ставки за выданные кредиты и займы, тем самым страхуя свой риск.

Возможна ситуация, когда дифференциал финансового рычага может быть сведен к нулю и даже иметь отрицательную величину. Нулевое значение говорит о том, что использование заемного капитала не дает прироста рентабельности собственного капитала. Отрицательное значение дифференциала означает снижение рентабельности собственного капитала. Это происходит из-за того, что чистая прибыль, генерируемая собственным капиталом, уходит на покрытие привлеченных средств.

Также следствием ухудшения конъюнктуры товарного рынка является сокращение объемов продаж. Что ведет к сокращению показателей прибыли. В этих условиях отрицательная величина дифференциала финансового левериджа может формироваться даже при неизменных ставках процента за кредит за счет снижения коэффициента валовой рентабельности активов.

Формирование отрицательного значения дифференциала финансового левериджа по любой из перечисленных причин всегда приводит к снижению коэффициента рентабельности собственного капитала предприятия. В данном случае применение организациям заемного капитала даст отрицательный эффект.

Третья составляющая формулы это коэффициент финансового рычага. Он характеризует сумму заемного капитала на одну единицу собственного. Плечо финансового рычага выполняет роль мультипликатора. В зависимости от величины дифференциала прирост соотношения долга и собственного капитала вызывает большую динамику эффекта рычага в целом: положительную или отрицательную. Между финансовым рычагом и плечом существует следующая связь. Чем больше дифференциал, тем меньше риск кредитора. Таким образом, у организации всегда должен оставаться резерв заемного финансирования, чтобы в случае необходимости покрыть недостаток наличности кредитом без превращения финансового рычага в отрицательную величину.

В западной практике для поддержания стабильного финансового состояния принято, что заемный капитал не превышает сорока процентов от общей величины источников организации. Этому должно соответствовать значение плеча финансового рычага ноль целых шестьдесят семь сотых.

Эффект общего рычага – это результат совокупного влияния операционного и финансового рычага предприятия, рассчитанных по американской модели. Эффект возникает в результате того, что часть расходов у любой организации носит постоянный характер. Эффект операционного рычага отображает влияние постоянных операционных затрат, а эффект финансового рычага отображает воздействие постоянных финансовых затрат. Если предприятие не имеет долговых обязательств, то эффект общего рычага будет = эффекту операционного рычага.

Общий рычаг позволяет оценить влияние изменения коммерческих условий производства таких как спрос и цена на чистую прибыль и доходность владельцев собственного капитала при выборе различной структуры капитала.

С помощью показателя общего рычага можно установить оптимальное соотношение или сочетание операционного и финансового рычага. При этом аналитику необходимо выбирать один из трех вариантов для снижения суммарного общего риска.

Первый вариант - высокий уровень финансового рычага в сочетании со слабой силой воздействия операционного рычага.

Второй вариант – низкий уровень эффекта финансового рычага в сочетании с сильным операционным рычагом.

Третий вариант – умеренные уровни эффекта и силы двух рычагов.

Рекомендуемый уровень степени общего рычага определяется как произведение допустимых значений показателей операционного и финансового левериджа. При этом операционный леверидж имеет норматив четыре целых три десятых, а финансовый – одна целая три десятых. Соответственно рекомендуемым или нормативным значением сопряженного рычага является пять целых шесть десятых.

Показатели производственного, финансового и сопряженного рычагов рекомендуют использовать не только при оценке финансово-хозяйственной деятельности и системы рисков ей сопутствующих, но и при планировании предпринимательской деятельности.

2. Анализ и оценка показателей рентабельности ПАО «Таттелеком»

2.1. Краткая характеристика деятельности организации

ПАО «Таттелеком» — российская телекоммуникационная компания. Компания-монополист в небольших городах и районах Республики Татарстан. Образована 22 июля 2003 в процессе приватизации ГУП УЭС «Таттелеком» на основании постановления Кабинета Министров РТ № 350 от 02.07.2003 г. и постановления Министерства земельных и имущественных отношений Республики Татарстан № 87 от 08.07.2003 года.

На сегодняшний день ПАО «Таттелеком» включает в себя 8 зональных узлов электрической связи, Казанскую и Набережно-Челнинскую МТТС. Общая численность работающих составляет свыше 6000 человек.

ПАО «Таттелеком» предоставляет услуги местной и зональной телефонной связи, оказывает полный спектр услуг сети передачи данных, доступа к сети Интернет, весь комплекс современных телекоммуникационных услуг, также являясь единственным в РТ оператором интерактивного цифрового телевидения («Летай ТВ»).

Основной целью создания ПАО «Таттелеком» является осуществление коммерческой деятельности, не запрещенной законом, а также извлечение прибыли.

Миссия ПАО «Таттелеком»: повышение ценности компании через предоставление абонентам новейших услуг высокого качества, отвечающих требованиям завтрашнего дня; обеспечение сотрудникам возможности роста профессионального уровня и материального благосостояния.

ПАО «Таттелеком» - производитель услуг народного потребления. Подавляющее число потребителей – это физические лица (более 70% рынка). На долю юридических лиц приходится значительная доля от общего объема предоставляемых услуг (более 50% для делового сектора).

Поскольку юр. лица тоже являются активными пользователями и сети Интернет и услуг связи, которая занимает немалую долю в ассортименте существующих услуг(75%).

ПАО «Таттелеком» обладает классической для телекоммуникационного организации старой формации дивизиональной организационной структурой.

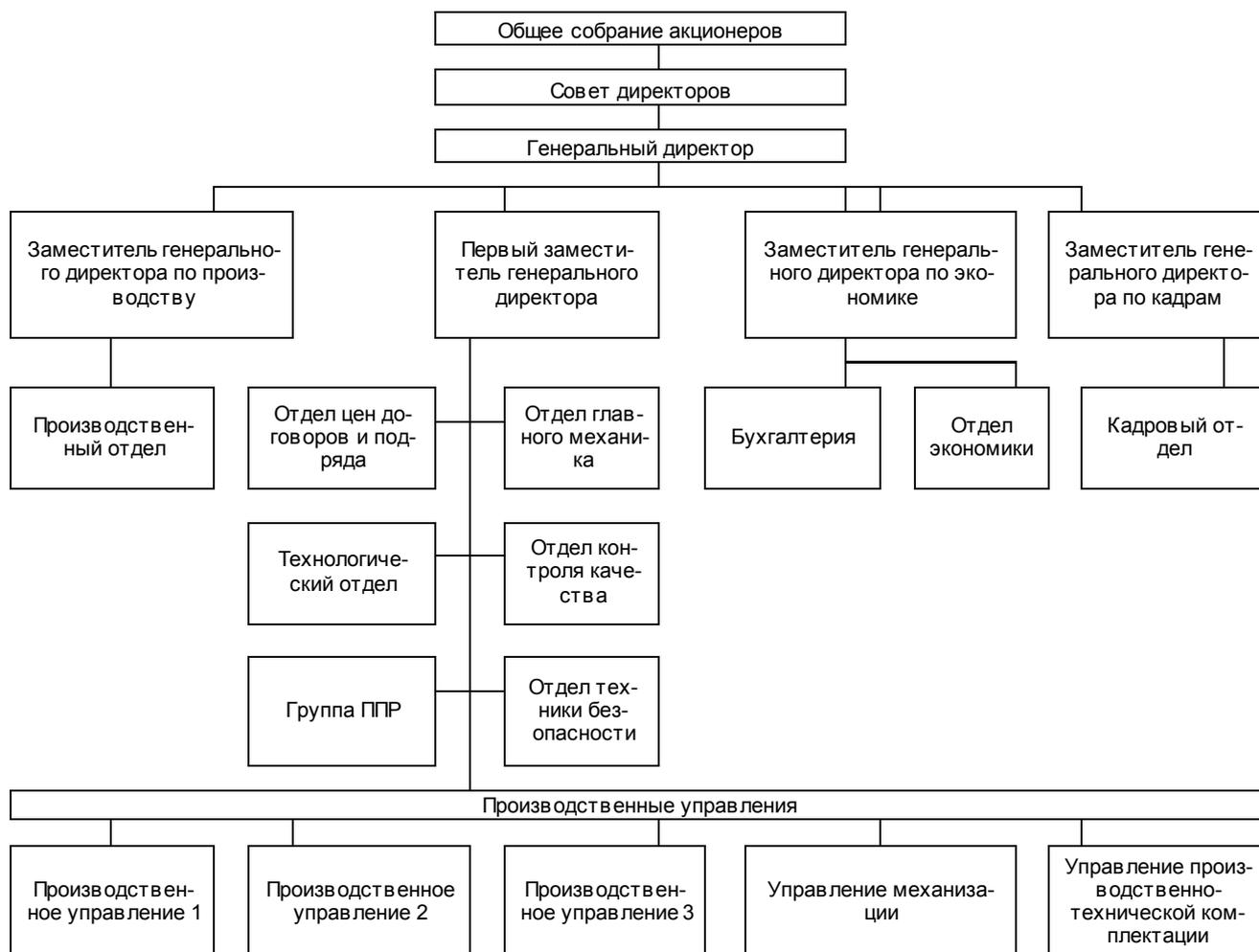


Рисунок 2.1. Организационная структура ПАО «Таттелеком»

Организация имеет в своем составе три производственных управления: управление механизации, управление производственно-технической комплектацией, которые, не являясь самостоятельными юридическими лицами, имеют свой аппарат управления и отчетность. Производственные управления, управление механизации и управление производственно - технической комплектации имеют линейно - функциональные организационные структуры (см.

рисунок 2.2), и ведут свою хозяйственную деятельность по доверенности, выданной им компанией.

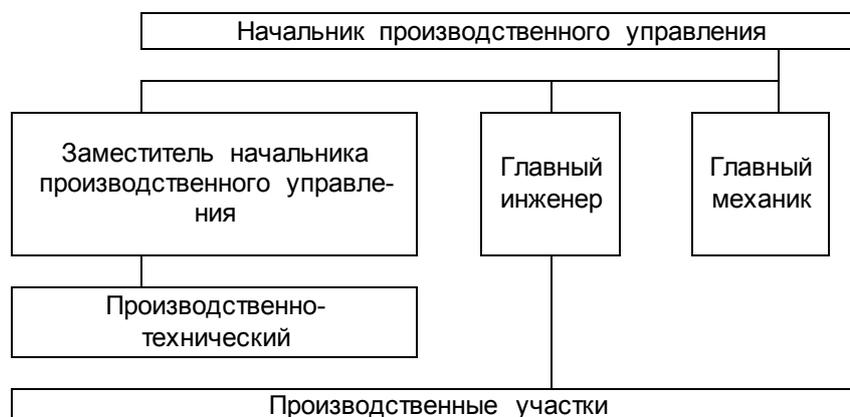


Рисунок 2.2. Организационная структура производственного управления в составе ПАО «Таттелеком»

Маркетинговая политика ПАО "Таттелеком" в области проводной связи сосредоточена на:

- индивидуальной работе с застройщиками зданий, что позволяет предложить оптимальные технические условия телефонизации, учитывающие все запросы клиентов;

- планирование сетей связи с учетом перспективной застройки;- доведение телефонизации существующей жилой застройки до 100%;- строительстве магистральной сети в районах новостроек до момента возникновения необходимости в услугах телефонизации с опережением конкурентов;

- цифровизации телефонной сети;

- увеличение клиентской базы за счет применения системы скидок для юридических лиц и акций для физических лиц;

- внедрение новых услуг, повышающих привлекательность проводной телефонной связи.

Маркетинговая политика ПАО "Таттелеком" в области сети передачи данных и доступа в Интернет сосредоточена на:

- активной рекламной политике;- продвижении услуг под брендом – "ЛЕТАЙ";- создании внутренних ресурсов и услуг, обеспечивающих лояльность абонентов и снижающих себестоимость;
- привлечении владельцев информационных ресурсов для размещения их контента в сети ПАО "Таттелеком";
- внедрении новых услуг на базе сети передачи данных (IP-TV, Video on Demand и т.д.);
- обеспечении надежности оказания услуг, за счет постоянной модернизации сети;
- формировании гибкой тарифной политики.

Маркетинговая политика ПАО "Таттелеком" в области IP-телефонии сосредоточена на:

- предоставлении услуг абонентам ПАО "Таттелеком" на льготных условиях, в кредит, по доступным тарифам;- эмиссии карт предоплаты;
- работе с несколькими провайдерами, что позволяет обеспечивать надежность и более низкую стоимость приобретения трафика за счет конкуренции между ними.

Для того чтобы выяснить общее состояние дел на ПАО «Таттелеком», в его производственно-технической, коммерческой, социальной, хозяйственно-финансовой сферах необходимо провести анализ основных технико-экономических показателей. В таблице 2.1 анализируются основные технико-экономические показатели ПАО «Таттелеком» за 2013-2015 года. На основе проведения данного анализа рассматривается изменение показателей, таких как выручка от реализации, себестоимость реализованной продукции, численность работников, производительность труда и т.д., а также причины, которые повлияли на это изменение. Анализ производится по отношению к предыдущему году. Эти расчеты производились на основе бухгалтерского баланса, отчета о прибылях и убытках и приложения к бухгалтерскому балансу.

Таблица 2.1

Динамика технико-экономических показателей ПАО «Таттелеком»
за период 2013-2015гг.

Показатели	2013	2014			2015		
		Значение	Абсолютное изменение	Темп роста, %	Значение	Абсолютное изменение	Темп роста, %
1. Выручка от реализации, тыс.руб.	6009113	6384939	375826	106,25	7192909	807970	112,65
2.Себестоимость продаж, тыс.руб.	4960833	5274633	313800	106,33	6103908	829275	115,72
3. Прибыль от продаж, тыс.руб.	1048280	1110306	62026	105,92	1089001	-21305	98,08
4. Чистая прибыль, тыс.руб.	655673	705623	49950	107,62	735112	29489	104,18
5. Среднегодовая стоимость основных средств, тыс.руб.	7981826,5	7948682,5	-33144	99,59	7829048	-119634,5	98,50
6. Фондоотдача, руб./руб.	0,75	0,80	0,05	106,64	0,92	0,116	114,45
7. Фондоёмкость, руб./руб.	1,33	1,25	-0,08	93,75	1,09	-0,16	87,39
8.Фондовооруженность, руб./чел.	1433,26	1401,14	-32,12	97,76	1409,62	8,48	100,61
9. Амортизация, тыс. руб.	1101594	1154056	52462	104,76	1279417	125361	110,86
10. Среднегодовая стоимость оборотных средств, тыс. руб.	1863438,5	1597264,5	-266174	85,72	1586571	-10693,5	99,33
11. Коэффициент оборачиваемости оборотных средств, оборотов	3,23	3,99	0,76	123,94	4,53	0,54	113,44
12.Среднесписочная численность работников, чел.	5569	5673	104	101,87	5554	-119	97,90
13.Производительность труда, тыс.руб./чел.	1079,03	1125,50	46,47	104,31	1295,09	169,59	115,07
14. Фонд оплаты труда (годовой), тыс. руб.	1148639	1292287	143648	112,51	1450660	158373	112,26
15. Среднемесячная заработная плата одного работника, руб.	17188	18983	1795	110,44	21766	2783	114,66
16. Экономическая рентабельность, %	6,17	6,74	0,57	109,20	6,93	0,19	102,85

На ПАО «Таттелеком» выручка от реализации продукции в 2015 году составляет 7192909 тыс.рублей, что на 807970 тыс.рублей больше чем в 2014 году, в котором выручка составляла 6384939 тыс.рублей. Это в конечном итоге привело к повышению темпа роста на 12,65%. А в 2014 году произошло увеличение выручки продаж на 375826 тыс.рублей, темп роста 6,25%, по сравнению с 2013 годом, в котором выручка составляла 6009113 тыс.рублей. Основной при-

чиной роста является рост цен в следствии роста тарифов и цен на материалы, сырье, энергоносители, увеличение объемов продаж в следствии привлечения дополнительного количества заявок на производимые работы.

Также увеличилась себестоимость продаж на 829275 тыс.рублей до 6103908 тыс.рублей в 2015 году. Это привело к повышению темпа роста на 15,72%. И в 2014 году увеличилась на 313800 тыс.рублей, по сравнению с 2013 годом. Это обусловлено с ростом объемов производства, ростом цен на сырье, материалы, ростом материальных затрат вспомогательного производства в связи с увеличением работ по ремонту и повышению заработной платы рабочего персонала. Вследствие чего наблюдается увеличение чистой прибыли и прибыли от продаж. Прибыль от продаж в 2013 году 1048280 тыс.рублей, в 2014 году – 1110306 тыс.рублей, что на 62026 тыс.рублей или на 5,92% больше, а в 2015 году уменьшилась до 1089001 тыс.рублей. Это все произошло из-за увеличения выручки от реализации продукции и себестоимости. Чистая прибыль в 2013 году составлял 655673 тыс.рублей, в 2014 году – 705623 тыс.рублей, что на 49950 тыс.рублей или 7,62% больше, а в 2015 году на 29489 тыс.рублей больше. Увеличение чистой прибыли положительная тенденция, свидетельствует о росте деловой активности организации. На рост в большей степени оказали влияние рост выручки и доходов от участия в других организациях, и уменьшение процентов к получению.

Одной из причин повышения себестоимости также является повышение суммы начисленной амортизации, которая в 2013 году – 1101594 тыс.рублей, в 2014 году – 1154056 тыс.рублей, что на 52462 тыс.рублей больше, в 2015 году возросла на 125361 тыс.рублей до 1279417 тыс.рублей. Рост амортизации основных средств произошел за счет ввода производственных мощностей.

Среднегодовая стоимость основных средств снизилась с 7981826,5 тыс.рублей в 2013 году до 7948682,5 тыс.рублей в 2014 году, это на 33144 тыс.рублей меньше, и на 119634,5 тыс.рублей в 2015 году. Произошло снижение величины основных производственных фондов за счет списания устаревшего оборудования, а также продажи ненужного оборудования.

По данным таблицы 2.1.1 видно, что на ПАО «Таттелеком» на каждый рубль вложенный в основные средства в 2013 году было получено 0,75 рублей, в 2014 году – 0,80 рублей, что на 0,05 рублей больше, в 2015 году – 0,92 рублей, что на 0,12 рублей больше. Рост фондоотдачи произошел в основном за счет значительного увеличения объемов изготовленной продукции, а также частично за счет уменьшения стоимости основных фондов.

Однако наблюдается тенденция в сторону уменьшения другого показателя эффективного использования основных средств обратного фондоотдачи – фондоемкости. В 2013 году 1,33 рублей затрат в основные фонды содержатся в каждом рубле товарной продукции, в 2014 году – 1,25 рублей, это на 0,08 рублей меньше, в 2015 году – 1,09 рублей. Снижение фондоемкости означает экономию средств, вложенных в основные фонды. Повышение фондоотдачи и снижение фондоемкости свидетельствует о повышении эффективности использования основных фондов и ведет к экономии капитальных вложений.

Следующий показатель фондовооруженность, который в 2013 году составляет 1433,26 рублей основных средств приходящегося на каждого работника, в 2014 году – 1401,14 рублей, это на 32,12 рублей меньше, а в 2015 году составляет 1409,62 рублей, что на 8,48 рублей больше. Рост фондовооруженности говорит о том, что объем основных фондов на одного работника увеличивается, а это значит, что организация расширяет свою материально-производственную базу. Рост фондовооруженности отражает замещение живого труда техникой, ликвидацию ручных процессов, повышение степени механизации и комплексной механизации производства.

Среднегодовая стоимость оборотных средств понизилась с 1863438,5 тыс.рублей в 2013 году до 1597264,5 тыс.рублей в 2014 году, это на 266174 тыс.рублей меньше, в 2015 году на 10693,5 тыс.рублей. Это произошло за счет увеличения запасов, налога на добавленную стоимость по приобретенным ценностям, дебиторской задолженности, денежных средств и уменьшением финансовых вложений. Снижение величины оборотных средств свидетельствует о формировании менее мобильной структуры активов, замедляющих ускорение

оборачиваемости средств организации. С показателем среднегодовой стоимости оборотных средств связан коэффициент оборачиваемости оборотных средств, который определяет количество оборотов производимых в среднем за год. Этот коэффициент в 2013 году составил 3,23 оборотов, в 2014 году 3,99 оборотов, в 2015 году на 4,534 оборотов, наблюдается повышение этого коэффициента в 2014 году на 0,76 оборотов, в 2015 году на 0,54. Рост показателя в динамике свидетельствует о повышении эффективности использования оборотных активов в целом по предприятию. Его рост означает экономию общественно необходимого времени и высвобождение средств из оборота. Это позволяет организации обходиться меньшей суммой оборотных средств для обеспечения выпуска и продажи продукции или при том же объеме оборотных средств увеличить объем и улучшить качество производимой продукции.

Также в динамике основных технико-экономических показателях наблюдается увеличение среднесписочной численности работников с 5569 человек в 2013 году до 5673 человек в 2014 году. Уменьшение наблюдается в 2015 году на 119 человека. Это связано с сокращением увольнением работников и выходом их в пенсию. Среднемесячная заработная плата одного работника в 2013 году составляет 17188 рублей, в 2014 году 18983 рублей, в 2015 году 21766 рублей, что в 2014 году на 1795 рублей больше, в 2015 году на 2783 рублей. В целях повышения уровня оплаты труда увеличены тарифные ставки рабочим и оклады в связи с повышением минимального размера оплаты труда. Из-за сокращения численности работников и увеличения среднемесячной заработной платы происходит увеличение фонда оплаты труда с 1148639 тыс.рублей в 2013 году до 1292287 тыс.рублей в 2014 году, и до 1450660 тыс.рублей в 2015 году.

Также наблюдается повышение производительности труда, который в 2013 году составляет 1079,029 тыс.руб./чел., в 2014 году 1125,496 тыс.руб./чел., в 2015 году 1296,086 тыс.руб./чел. Это обусловлено, прежде всего, увеличением выручки от реализации и уменьшением численности работников. Повышение производительности труда проявляется в том, что доля живого труда в изготовляемой продукции уменьшается, а доля прошлого труда увеличивается. Его

рост является одним из главных условий повышения эффективности производства, увеличения выпуска продукции и снижения ее себестоимости.

Проанализировав все данные в таблице можно определить экономическую рентабельность ПАО «Таттелеком», которая показывает эффективность использования имущества организации. В 2013 году он составляет 6,17%, в 2014 году – 6,74%, в 2015 году – 6,93%, что в 2014 году на 0,57% больше, а в 2015 году на 0,19%. В динамике этот показатель увеличивается, что свидетельствует о том, что организация ведет правильную реализацию своих активов, говорит о тенденции роста эффективности использования имущества организации.

2.2. Анализ основных показателей рентабельности

Проанализируем динамику основных показателей рентабельности ПАО «Таттелеком» за период 2013-2015 гг. Результаты анализа приведены в таблице 2.2. Данные расчета были произведены на основе прибыли от реализации продукции (работ, услуг). Для расчета были использованы формулы 1.1-1.10.

Проведя анализ рентабельности организации в отчетном и предыдущем периоде, а так же проведя сравнительный анализ трех периодов можно сказать, что ПАО «Таттелеком» в 2014 году эффективнее функционировала, практически все показатели рентабельности увеличились с 2013 года. Однако в 2015 году все показатели рентабельности уменьшились, что является отрицательным фактором.

Таблица 2.2

**Динамика основных показателей рентабельности ПАО «Таттелеком»
за период 2013-2015гг.**

Показатели	2013	2014			2015		
		Значение	Абсолютное изменение	Темп роста, %	Значение	Абсолютное изменение	Темп роста, %
1. Выручка от реализации продукции, тыс.руб.	6009113	6384939	375826	106,25	7192909	807970	112,65
2. Прибыль от продаж, тыс.руб.	1048280	1110306	62026	105,92	1089001	-21305	98,08
3. Чистая прибыль, тыс.руб.	655673	705623	49950	107,62	735112	29489	104,18
4. Среднегодовая стоимость внеоборотных активов, тыс.руб.	8758067	8870647,5	112580,5	101,29	9016420	145772,5	101,64
5. Среднегодовая стоимость основных средств, тыс.руб.	7981826,5	7948682,5	-33144	99,59	7829048	-119634,5	98,49
6. Среднегодовая стоимость нематериальных активов, тыс.руб.	44	38,50	-5,50	87,50	33	-5,50	85,70
7. Среднегодовая стоимость оборотных средств, тыс. руб.	1863438,5	1597264,5	-266174	85,72	1586571	-10693,5	99,33
8. Среднегодовая стоимость материальных запасов, тыс.руб.	384941,5	386657,5	1716	100,45	475719,5	89062	123,03
9. Среднегодовая стоимость собственного капитала, тыс. руб.	5372488	5890418,5	517930,5	109,64	6399221	508802,5	108,64
10. Среднегодовая стоимость долгосрочных обязательств, тыс. руб.	3170436,5	2694399	-476037,5	84,99	2015273	-679126	74,80
11. Рентабельность реализации (продаж), %	17,45	17,39	-0,06	99,68	15,14	-2,25	87,07
12. Рентабельность производственных фондов, %	34,45	34,98	0,53	101,54	39,74	4,76	113,61
13. Рентабельность внеоборотных активов, %	11,97	12,52	0,55	104,58	12,08	-0,44	96,49
14. Рентабельность оборотных активов, %	56,26	69,51	13,26	123,57	68,64	-0,87	98,74
15. Рентабельность собственного капитала, %	19,51	18,85	-0,66	96,60	17,02	-1,83	90,29
16. Рентабельность перманентного капитала, %	12,27	12,93	0,66	105,40	12,94	0,01	100,07
16. Экономическая рентабельность, %	6,17	6,74	0,57	109,20	6,93	0,19	102,85

Рентабельность реализации (продаж), который показывает, сколько прибыли приходится на 1 руб. продукции (на единицу реализованной продукции), в 2013 году составляет 17,45%, в 2014 году – 17,39%, в 2015 году – 15,14%, что на 0,06% меньше в 2014 году, на 2,25% меньше в 2015 году. Уменьшение этого показателя свидетельствует рост цен в следствии роста тарифов и цен на мате-

риалы, сырье, энергоносители.

Рентабельность производства, показывающая насколько эффективна отдача производственных фондов, увеличивается на 0,53% в 2014 году, и на 4,76% с 34,98% в 2014 году до 39,74% в 2015 году. Это свидетельствует о росте эффективности использования производственного потенциала организации. Увеличение рентабельности производственных фондов ведет к уменьшению издержек на каждый рубль готовой продукции.

Рентабельность внеоборотных активов, характеризующий величину прибыли, которая приходится на единицу стоимости основных средств и прочих внеоборотных активов, на 2013 год составляет 11,97%, в 2014 году – 12,52%, что на 0,55% больше, в 2015 году – 12,08%, что на 0,44% меньше. Снижение рентабельности внеоборотных активов вызвано уменьшением внеоборотных активов организации в данный период. Это объясняется тем, что наблюдается износом основных средств. Снижение исследуемого показателя свидетельствует о недостаточно эффективном использовании основных средств, о медленной окупаемости новых инвестиций в новый капитал.

Рентабельность оборотных активов, которая характеризует величину прибыли, которая приходится на единицу стоимости оборотных активов, на 2013 год составляет 56,26%, в 2014 году – 69,51%, что на 13,26% больше, в 2015 году – 68,64%, что на 0,87% меньше. Это является следствием образования излишних запасов, товарно-материальных запасов, затоваренности готовой продукцией в результате снижения спроса, чрезмерного роста дебиторской задолженности и денежных средств.

Рентабельность собственного капитала, которая показывает, какую прибыль приносит каждый рубль, вложенный в бизнес компании ее владельцами, в 2013 году составляет 19,51%, в 2014 году – 18,85%, что на 0,66% меньше, в 2015 году – 17,02%, что на 1,83% меньше. Главная причина снижения этого показателя – это снижение рентабельности продаж. Снижение рентабельности собственного капитала говорит о том, что новые инвестиции в организация обеспечивают меньшую прибыль на собственный капитал, чем предыдущие

инвестиции. Этот факт оценивается отрицательно, т.к. говорит о снижении эффективности использования собственного капитала и объясняется снижением прибыли от продаж.

Рентабельность перманентного капитала, показывающий эффективность использования капитала, вложенного в деятельность фирмы на длительный срок (как собственного, так и заемного), в 2013 году составил 12,27%, в 2014 году – 12,93%, что на 0,66% больше, в 2015 году на 0,01% больше. Это свидетельствует о эффективном использовании капитала, вложенного в деятельность организации на длительный срок (как собственного, так и заемного). Это обусловлено увеличением доли собственного капитала и значительным уменьшением долгосрочных обязательств.

И также наблюдается тенденция увеличения экономической рентабельности, характеризующий эффективность использования всего имущества организации, в 2013 году он составляет 6,17%, в 2014 году – 6,74%, в 2015 году – 6,93%, что в 2014 году на 0,57% больше, а в 2015 году на 0,19%. В динамике этот показатель увеличивается, что свидетельствует о том, что организация ведет правильную реализацию своих активов, говорит о тенденции роста эффективности использования имущества организации.

Исходя из вышесказанного, можно сделать вывод о том, что организация является рентабельным по всем показателям, так как его доходная часть превышает его расходную часть. Но по некоторым показателям рентабельности ПАО «Таттелеком» за 2015 год по сравнению с 2014 годом наблюдается спад, что является отрицательной тенденцией, и это объясняется снижением прибыли от продаж в связи с увеличением выручки от продаж непропорционально росту себестоимости.

2.3. Анализ рентабельности продаж

Для проведения анализа рентабельности продаж, а именно валовую, операционную и чистую рентабельность продаж необходимы данные: валовая прибыль, прибыль от операционной деятельности, чистая прибыль и выручка от реализации продукции.

Все расчеты анализа рентабельности продаж приведены в таблице 2.3 по формулам 1.1-1.3.

Таблица 2.3

Динамика рентабельности продаж в ПАО «Таттелеком» за период 2013-2015гг.

Показатели	2013	2014			2015		
		Значение	Абсолютное изменение	Темп роста, %	Значение	Абсолютное изменение	Темп роста, %
1. Выручка от реализации, тыс.руб.	6009113	6384939	375826	106,25	7192909	807970	112,65
2. Валовая прибыль, тыс.руб	1048280	1110306	62026	105,92	1089001	-21305	98,08
3. Прибыль от продаж, тыс.руб.	1048280	1110306	62026	105,92	1089001	-21305	98,08
4. Чистая прибыль, тыс.руб.	655673	705623	49950	107,62	735112	29489	104,18
5. Валовая рентабельность продаж,%	17,45	17,39	-0,06	99,68	15,14	-2,25	87,07
6. Операционная рентабельность продаж, %	17,45	17,39	-0,06	99,68	15,14	-2,25	87,07
7. Чистая рентабельность продаж, %	10,91	11,05	0,14	101,28	10,22	-0,83	92,48

На основании расчетов, произведенных в таблице 2.3, целесообразно проанализировать лишь изменение показателей рентабельности продаж в динамике. Так, валовая рентабельность продаж, показывающая эффективность производственной деятельности и ценовой политики организации, в 2013 году составляет 17,45%, в 2014 году – 17,39%, в 2015 году – 15,14%, что на 0,06% меньше в 2014 году, на 2,25% меньше в 2015 году. Уменьшение в динамике показателя валовой рентабельности обусловлено пре-

вышением темпов роста себестоимости продаж (115,72% в 2015 году) над темпами роста выручки от реализации (112,65% в 2015 году) на 3,07%. Так как у ПАО «Таттелеком» отсутствуют коммерческие и управленческие расходы валовая и операционная прибыли равны.

Чистая рентабельность продаж в 2013 году равен 10,91%, в 2014 году – 11,05%, в 2015 году – 10,22%. Он характеризует эффективность всех видов деятельности организации: операционной, инвестиционной и финансовой. В динамике этот показатель снижается на 0,83%. Снижение чистой рентабельности продаж является отрицательной тенденцией и говорит о снижении эффективности деятельности организации. Это свидетельствует о том, что темпы роста валовой, операционной и чистой прибыли, соответственно, отстают от темпов роста себестоимости продукции. Что, в свою очередь, может свидетельствовать о том, что у организации увеличились издержки или же увеличении доли налога на прибыль в структуре выручки (увеличении налогового пресса).

Для того чтобы узнать какие факторы и по какой причине повлияли на изменение рентабельности продаж необходимо провести факторный анализ валовой рентабельности продаж методом цепных подстановок с данными бухгалтерского баланса и отчет о прибылях и убытках (Приложение 1). Исходные данные для факторного анализа приведены в таблице 2.3. Все расчеты приведены в таблице 2.4.

Валовая рентабельность продаж в 2013 году составляет 17,46%, в 2014 году – 17,39%, что на 0,06% меньше, в 2015 году – 15,14%, что на 2,25% меньше. На изменение данного показателя повлияли следующие факторы:

- выручка от реализации продукции повлияла на валовую рентабельность продаж положительно, которая увеличилась в 2013 году на 9,16%, в 2014 году на 4,86%, в 2015 году на 9,28%. В динамике влияние этого фактора увеличивается в 2015 году на 4,42%. Это обусловлено увеличением выручки от реализации на 807970 тыс.рублей из за увеличения цен на продукцию и объемов продаж.

- себестоимость продаж повлияла на валовую рентабельность продаж от-

рицательно, которая уменьшилась в 2013 году на 9,17%, в 2014 году на 4,92%, в 2015 году на 11,53%. В динамике влияние этого фактора увеличивается в 2015 году на 6,61%. Это обусловлено увеличением себестоимости от реализации 829275 тыс.рублей из за превышения темпов роста себестоимости продукции (115,72%) над темпами роста выручки от реализации (112,65%) на 3,07%.

Таблица 2.4

Факторный анализ валовой рентабельности продаж ПАО «Таттелеком» за 2013-2015 гг.

в процентах

Года	На начало периода	На конец периода	Абсолютное изменение	в том числе за счет:	
				Выручки от реализации продукции	Себестоимости продаж
2013	17,46	17,45	-0,01	9,16	-9,17
2014	17,45	17,39	-0,06	4,86	-4,92
2015	17,39	15,14	-2,25	9,28	-11,53

Факторный анализ выявил, что сдерживающим фактором повышения уровня рентабельности продаж является увеличение себестоимости продаж, что является отрицательной тенденцией в связи с увеличением расходов по материалам в 2014 г. и расходов по выполнению строительно-монтажных работ в 2015 г.

Были выполнены комплекс работ по строительству телефонной канализации и прокладке защитной полиэтиленовой трубки (ЗПТ); выполнение комплекса работ по расширению таксофонной сети универсальных; строительство линейно-кабельных сооружений и так далее.

2.4. Анализ рентабельности производственных фондов

Рассчитаем рентабельность производства, как отношение чистой прибыли организации к сумме среднегодовой стоимости основных средств и оборотных средств. Определим данный показатель для ГАО «Таттелеком» за 2013-2015гг

используя формулу 1.4. и расчеты произведены в таблице 2.5.

Таблица 2.5

Динамика рентабельности производственных фондов ПАО «Таттелеком»
за 2013-2015гг.

Показатели	2013	2014			2015		
		Значение	Абсолютное изменение	Темп роста, %	Значение	Абсолютное изменение	Темп роста, %
1. Прибыль от продаж, тыс.руб.	1048280	1110306	62026	105,92	1089001	-21305	98,08
2. Среднегодовая стоимость основных средств, тыс.руб.	7981826,5	7948682,5	-33144	99,59	7829048	-119634,5	98,50
3. Среднегодовая стоимость нематериальных активов, тыс.руб.	44	38,50	-5,50	87,50	33	-5,50	85,71
4. Среднегодовая стоимость материальных запасов, тыс.руб.	384941,5	386657,5	1716	100,45	475719,5	89062	123,03
5. Рентабельность производственных фондов, %	34,45	34,98	0,53	101,54	39,74	4,76	113,61

На основании данных, произведенных в таблице 2.5 можно сделать вывод, что рентабельность производственных фондов увеличился в 2013-2015 гг. В 2013 году он составил 34,45%, в 2014 году 34,98%, в 2015 году – 39,74%. В динамике этот показатель увеличился в 2014 году на 0,53%, в 2015 году на 4,76%. Это свидетельствует о росте эффективности использования производственного потенциала организации. Увеличение рентабельности производственных фондов ведет к уменьшению издержек на каждый рубль готовой продукции.

Для того чтобы узнать причины изменения этого показателя проведем факторный анализ рентабельности производственных фондов, влияние каждого из них на этот показатель. Факторный анализ проведем методом цепных подстановок на основании бухгалтерского баланса и отчета о прибылях и убытках. Факторная модель приведена в формуле 1.5. Результаты расчета приведены в таблице 2.6.

Таблица 2.6

Факторный анализ рентабельности производственных фондов ПАО «Тат-телеком» за 2013-2015 гг.

в процентах

Года	На начало года	На конец года	Абсолютное изменение	в том числе за счет				
				Материалоемкости	Зарплатоемкости	Амортизационности	Фондоемкости	Коэффициента закрепления запасов
2013	30,75	34,45	3,70	0,11	-0,12	-0,33	3,88	0,15
2014	34,45	34,98	0,53	-0,79	-1,05	0,18	2,09	0,09
2015	34,98	39,74	4,76	0,25	-0,31	0,22	4,61	-0,02

Рентабельность производственных фондов в 2013 году составляет 34,45%, в 2014 году – 34,98%, что на 0,53% больше, в 2015 году – 39,74%, что на 4,76 больше. На изменение данного показателя повлияли следующие факторы:

а) материалоемкость повлияла на рентабельность производственных фондов отрицательно в 2014 году, в 2013 и 2015 годах положительно, которая уменьшилась в 2014 году на 0,79%, увеличилась в 2013 году на 0,11%, в 2015 году на 0,25%. В динамике влияние этого фактора уменьшается в 2014 году на 0,9%, увеличивается на 1,04% в 2015 году. Это обусловлено увеличением материальных затрат на 97322 тыс.рублей в 2014 году и на 44564 тыс.рублей в 2015 году. Увеличение материалоемкости говорит о том, что при производстве 1 руб. продукции используется все больше оборотных фондов;

- зарплатоемкость повлияла на рентабельность производственных фондов отрицательно, которая уменьшилась в 2013 году на 0,12%, в 2014 году на 1,05%, в 2015 году на 0,31%. В динамике влияние этого фактора уменьшается. Это обусловлено увеличением на затрат оплату труда на 192268 тыс.рублей в 2014 году и на 253857 тыс.рублей из за увеличения заработной платы работников, повышения минимального размера оплаты труда;

- амортизационность повлияла на рентабельность производственных фондов отрицательно в 2013 году, которая уменьшилась на 0,33%, а в 2014-2015 гг. положительно, которая увеличилась на 0,18% в 2014 году и на 0,22% в

2015 году. В динамике влияние этого фактора увеличивается на 0,51% в 2014 году и на 0,03% в 2015 году. Это обусловлено увеличением амортизации на 52462 тыс.рублей в 2014 году и на 125361 тыс.рублей в 2015 году. Рост амортизации основных средств произошел за счет ввода производственных мощностей, увеличением расходов по оборудованию;

- фондоемкость повлияла на рентабельность производственных фондов положительно, которая увеличилась в 2013 году на 3,88%, в 2014 году на 2,09%, в 2015 году на 4,61. В динамике влияние этого фактора в 2014 году уменьшается на 1,79%, в 2015 году увеличивается на 2,52%. Это обусловлено уменьшением стоимости основных производственных фондов на 33144 тыс.рублей в 2014 году и на 119634,5% в 2015 году. Произошло снижение величины основных производственных фондов за счет списания устаревшего оборудования, а также продажи ненужного оборудования;

- коэффициент закрепления запасов повлиял на рентабельность производственных фондов положительно в 2013-2014 гг., которая увеличилась в 2013 году на 0,15%, в 2014 году на 0,09%, в 2015 году отрицательно, уменьшился на 0,02%. В динамике влияние этого фактора уменьшается на 0,06% в 2014 году и на 0,11 в 2015 году. Это обусловлено увеличением запасов на 1716 тыс.рублей в 2014 году и на 89062 тыс.рублей в 2015 году. Повышение величины означает, что организация имеет в распоряжении временно свободные, бездействующие, текущие активы, что повлечет снижение прибыли.

Факторный анализ показал, что тормозящим фактором повышения уровня рентабельности производственных фондов является замедление оборачиваемости запасов.

Это произошло за счет накопления дополнительных запасов с целью расширения производства, а также накопления излишних, неходовых и залежалых материалов, и о неэффективном управлении запасами на предприятии.

2.5. Анализ рентабельности активов

Рентабельность активов (экономическая рентабельность) характеризует уровень прибыли, генерируемой всеми активами организации, находящимися в его использовании по балансу. Рассчитаем рентабельность совокупного актива, оборотных и внеоборотных активов с помощью формул 1.6-1.8. Все расчеты приведены в таблице 2.7.

Таблица 2.7

Динамика показателей рентабельности активов ПАО «Таттелеком»
за период 2013-2015гг.

Показатели	2013	2014			2015		
		Значение	Абсолютное изменение	Темп роста, %	Значение	Абсолютное изменение	Темп роста, %
1. Выручка от реализации продукции, тыс.руб.	6009113	6384939	375826	106,25	7192909	807970	112,65
2. Прибыль от продаж, тыс.руб.	1048280	1110306	62026	105,92	1089001	-21305	98,08
3. Чистая прибыль, тыс.руб.	655673	705623	49950	107,62	735112	29489	104,18
4. Среднегодовая стоимость внеоборотных активов, тыс.руб.	8758067	8870647,5	112580,5	101,29	9016420	145772,5	101,64
5. Среднегодовая стоимость оборотных средств, тыс. руб.	1863438,5	1597264,5	-266174	85,72	1586571	-10693,5	99,33
6. Среднегодовая стоимость активов, тыс.руб.	10621505	10467912	-153593	98,55	10602991	135079	101,29
7. Рентабельность внеоборотных активов	11,97	12,52	0,55	104,58	12,08	-0,44	96,49
8. Рентабельность оборотных активов	56,26	69,51	13,26	123,57	68,64	-0,87	98,74
9. Рентабельность активов	6,17	6,74	0,57	109,20	6,93	0,19	102,85

На основании данных, произведенных в таблице 2.7 можно сделать вывод, что больше всего в 2015 году снизилась рентабельность оборотных активов, которая в 2013 году составляла 56,26%, в 2014 году 69,51%, что на 13,26% больше, в 2015 – 68,04%, что на 0,87% меньше. Изменение в динамике этого показателя является негативной тенденцией и говорит о снижении общей эффективности его функционирования, снижение отдачи от использования оборотных средств, а также о нерациональном использовании оборотного капита-

ла. Это является следствием образования излишних запасов, товарно-материальных запасов, затоваренности готовой продукцией в результате снижения спроса, чрезмерного роста дебиторской задолженности и денежных средств. Рентабельность внеоборотных активов в 2013 году составляет 11,97%, в 2014 году – 12,52%, что на 0,55% больше, в 2015 году – 12,08%, что на 0,44% меньше. Снижение рентабельности внеоборотных активов вызвано уменьшением внеоборотных активов организации в данный период. Снижение исследуемого показателя свидетельствует о недостаточно эффективном использовании основных средств, о медленной окупаемости новых инвестиций в новый капитал. Рентабельность активов в 2013 году он составляет 6,17%, в 2014 году – 6,74%, в 2015 году – 6,93%, что в 2014 году на 0,57% больше, а в 2015 году на 0,19%. В динамике этот показатель увеличивается, что свидетельствует о том, что организация ведет правильную реализацию своих активов, говорит о тенденции роста эффективности использования имущества организации. Проанализируем изменения рентабельности активов организации за период с 2013 по 2015гг. при помощи модели рентабельности компании «Дюпон» по формуле 1.9. Для анализа факторов изменения рентабельности активов привлекается следующая информация (см. таблица 2.8). Факторы первого порядка рассчитываются приемом последовательного изолирования. Факторный анализ первого порядка представлен в таблице 2.9.

Таблица 2.8

Исходная информация для анализа рентабельности активов ПАО «Таттелеком» за 2013 – 2015гг.

Показатели	2013	2014		2015	
		Значение	Абсолютное изменение	Значение	Абсолютное изменение
1. Выручка от реализации, тыс.руб.	6009113	6384939	375826	7192909	807970
2. Полная себестоимость реализованной продукции, тыс.руб.	4960833	5274633	313800	6103908	829275
3. Прибыль от реализации, тыс.руб.	1048280	1110306	62026	1089001	-21305
4. Чистая прибыль, тыс.руб.	655673	705623	49950	735112	29489

5. Среднегодовая стоимость активов, тыс.руб.	10621505	10467912	-153593	10602991	135079
5.1. Среднегодовая стоимость основных средств, тыс.руб.	7981826,5	7948682,5	-33144	7829048	-119634,5
6. Среднегодовая стоимость оборотных средств, тыс.руб.	1863438,5	1597264,5	-266174	1586571	-10693,5
6.1. Запасов и затрат, тыс.руб.	391053,5	389238,5	-1815	477188	87949,5
6.2. Денежных средств, тыс.руб.	438390,5	235738,5	-202652	115276,5	-120462
6.3. Дебиторской задолженности, тыс.руб.	1033994,5	972287,5	-61707	994106,5	21819
7. Коэффициент рентабельности активов	0,0987	0,1061	0,0074	0,1027	-0,0034
8. Коэффициент рентабельности продаж	0,1745	0,1739	-0,0006	0,1514	-0,0225
9. Коэффициент оборачиваемости активов	0,5657	0,6099	0,0442	0,6784	0,0684
10. Коэффициент оборачиваемости оборотных активов	3,225	3,997	0,772	4,534	0,537
11. Коэффициент оборачиваемости запасов и затрат	15,3665	16,4037	1,0402	15,0735	-1,3301
12. Коэффициент оборачиваемости денежных средств	13,7072	27,0848	13,3776	62,3970	35,3122
13. Коэффициент оборачиваемости дебиторской задолженности	5,8116	6,5669	0,7554	7,2356	0,6686

Детализация факторов осуществляется методом долевого участия. При этом определяются коэффициенты долевого участия - отношение уровня влияния фактора высшего порядка к абсолютной сумме изменения факторов низших порядков.

Таблица 2.9

Факторный анализ рентабельности активов ПАО «Таттелеком» за 2013-2015 гг.
в процентах

Года	На начало года	На конец года	Абсолютное изменение	в том числе за счет	
				Коэффициента рентабельности продаж	Коэффициента оборачиваемости общих активов
2013	0,0884	0,0987	0,0103	-0,00005	0,01038
2014	0,0987	0,1061	0,0074	-0,00033	0,00773
2015	0,1061	0,1027	-0,0034	-0,01376	0,01036

Расчет коэффициентов долевого участия приведен в таблице 2.10.

Таблица 2.10

Расчет коэффициентов долевого участия в 2013 году

Фактор	Расчет	Уровень коэффициента
1. Коэффициент рентабельности реализованной продукции	$0,00005/(666809+115733)$	0,00000000007
2. Коэффициент оборачиваемости активов	$0,0103809/(666809+69195)$	0,00000001410
1.1. Прибыль от реализации	$0,00000807499/(666809-551041)$	0,00000000007
2.2. Общие активы	$0,000975954/(213670-141540)$	0,00000001353
2.2.2. Текущие активы	$0,001915105/(49978,5-373831,5+270568)$	0,00000003594

Аналогичным способом рассчитываются коэффициенты долевого участия для 2014-2015 гг.

Обобщающий расчет факторов изменения коэффициента рентабельности приведен в таблице 2.11.

Таблица 2.11

Расчет факторов изменения рентабельности общих активов ПАО «Таттелеком» за 2013-2015 гг.

Фактор	Уровень влияния		
	2013	2014	2015
1. Коэффициент рентабельности реализованной продукции	-0,000055	-0,00033	-0,01376
1.1. Прибыль от реализации	-0,000008	-0,000047	0,000373
1.1.1. Выручка от реализации	-0,000047	-0,000283	-0,014133
1.1.2. Полная себестоимость	0,000038	0,000237	0,014505
1.2. Объем реализованной продукции	-0,000047	-0,000283	-0,014133
2. Коэффициент оборачиваемости активов	0,010381	0,007731	0,010361
2.1. Объем реализации	0,009405	0,013073	0,008877
2.2. Общие инвестиции (активы)	0,000976	-0,005343	0,001484
2.2.1. Долгосрочные инвестиции	0,002891	-0,000592	0,001362

2.2.1.1. Основные средства	0,002891	-0,000592	0,001362
2.2.2. Оборотные активы	-0,001915	-0,004751	0,000122
2.2.2.1. Запасы и затраты	0,001796	-0,000032	-0,001002
2.2.2.2. Денежные средства	-0,013436	-0,003617	0,001372
2.2.2.3. Дебиторская задолженность	0,009724	-0,001101	-0,000248

Проанализировав таблицу 2.11 можно сделать следующие выводы о том, что на увеличение рентабельности активов в 2013 году на 0,0103%, в 2014 году на 0,0074%, уменьшение его в 2015 году на 0,0034% повлияли:

- коэффициент рентабельности продаж, который показывает сколько прибыли приходится на 1 руб. продукции (на единицу реализованной продукции), повлияла на рентабельность активов отрицательно, которая уменьшилась на 0,000055% в 2013 году, на 0,00033% в 2014 году и на 0,01376% в 2015 году. В динамике влияние этого фактора уменьшается на 0,00038% в 2014 году и на 0,01409% в 2015 году, что говорит о снижении прибыли от продаж организации, которое опередило снижение объема реализации в 2015 году.

- коэффициент оборачиваемости общих активов, который показывает сколько раз за период, обычно за год, совершается полный цикл производства и обращения, приносящий эффект в виде прибыли, повлияла на рентабельность активов положительно, которая увеличилась в 2013 году на 0,010381%, в 2014 году на 0,007731%, в 2015 году на 0,010361%. В динамике влияние этого фактора в 2014 году уменьшается на 0,00265%, в 2015 году увеличивается на 0,00263%. Рост коэффициента общей оборачиваемости капитала означает ускорение кругооборота средств организации. Это связано с увеличением выручки от реализации и всего капитала в целом.

Рассматривая влияние факторов на снижение рентабельности активов со стороны коэффициента рентабельности продаж можно сказать о том, что прибыль от реализации продукции повлиял в 2013-2014 гг. отрицательно, рентабельность активов уменьшился на 0,000008% в 2013 году и на 0,000047% в 2014 году, в 2015 году повлияло положительно, рентабельность активов увеличилась на 0,0002%, в 2010 году на 0,000373%. В динамике влияние этого фак-

тора в 2014 году уменьшается на 0,000039%, в 2015 году увеличивается на 0,00042%, что обусловлено увеличением выручки от реализации. А вот объем реализованной продукции повлиял отрицательно, уменьшая его на 0,000047% в 2013 году, на 0,000283% в 2014 году и на 0,014133% в 2015 году. В динамике влияние этого фактора уменьшается на 0,000236% в 2014 году и на 0,01385% в 2015 году. Это произошло за счет роста цен в следствии роста тарифов и цен на материалы, сырье, энергоносители.

В свою очередь полная себестоимость положительно повлияла, которая увеличила рентабельность активов на 0,000038% в 2013 году, на 0,000237% в 2014 году и на 0,014505% в 2015 году. В динамике влияние этого фактора увеличивается на 0,000199% в 2014 году и на 0,014268% в 2015 году. И это является следствием роста доли себестоимости непропорционально росту доли выручки от реализации.

Теперь рассматривая влияние на рентабельность активов со стороны коэффициента оборачиваемости активов можно сказать, что положительно повлиял объем реализации, который увеличил в 2013 году на 0,009405%, в 2014 году на 0,013073%, в 2015 году на 0,008877%. В динамике влияние этого фактора в 2014 году увеличивается на 0,003668%, в 2015 году уменьшается на 0,004196% за счет увеличения цен и снижения объема выпускаемой продукции. Общие инвестиции (активы) в 2013 и 2015 годах положительно, которые увеличили рентабельность активов на 0,000976% в 2013 году и на 0,001484%, в 2014 году отрицательно, который уменьшил на 0,005343%. Этот фактор в динамике в 2014 году уменьшается на 0,006319% и увеличивается в 2015 году на 0,006827%. И это свидетельствует о росте величины имущества организации, что, несомненно, можно назвать положительным явлением.

В свою очередь основные средства повлияли в 2014 году отрицательно и уменьшили рентабельность на 0,000592%, а в 2010 и 2015 годах положительно, увеличивая его на 0,002891% в 2013 году и на 0,001362% в 2015 году. В динамике в 2014 году уменьшается на 0,003483% и увеличивается в 2015 году на 0,001954%, следствием которого является снижение основных средств за счет

списания устаревшего оборудования, а также продажи ненужного оборудования;

Также в 2013-2014 гг. отрицательное влияние оказали оборотные активы, вследствие чего рентабельность активов уменьшились в 2013 году на 0,001915%, в 2014 году на 0,004751%, в 2015 году повлияли положительно увеличивая его на 0,000122%. В динамике этот фактор в 2014 году уменьшается на 0,002836%, в 2015 году увеличивается на 0,004873%. Со стороны этого фактора повлияли:

- запасы и затраты в 2013 году положительно, которые увеличили на 0,001796%, в 2014-2015 гг. отрицательно, которые уменьшили на 0,000032% в 2014 году и на 0,001002% в 2015 году. В динамике они уменьшаются на 0,001828% в 2014 году и на 0,00097% в 2015 году за счет увеличения доли запасов, что означает накопления излишних, неходовых, залежалых материалов и о снижении спроса на продукцию и приводят к замораживанию оборотного капитала, замедлению его оборачиваемости, увеличивается порча сырья и материалов, растут складские расходы, что отрицательно влияет на конечные результаты деятельности;

- денежные средства в 2015 году положительно, которые увеличили на 0,001372%, в 2013-2014 гг. отрицательно, которые уменьшили на 0,013436% в 2013 году и на 0,003617% в 2014 году. В динамике они увеличиваются на 0,009819% в 2014 году и на 0,004989% в 2015 году из-за увеличения доли денежных средств, что свидетельствует, как правило, об укреплении финансового состояния организации, хотя наличие больших остатков денежных средств на протяжении длительного времени может быть результатом неправильного использования оборотного капитала;

- дебиторская задолженность в 2013 году положительно, которые увеличили на 0,009724%, в 2014-2015 гг. отрицательно, которые уменьшили на 0,001101% в 2014 году и на 0,000248% в 2015 году. В динамике в 2014 году уменьшаются на 0,010825%, а в 2015 году увеличивается на 0,000853%, за счет резкого увеличения дебиторской задолженности и свидетельствует о неосмот-

рительной кредитной политике организации по отношению к покупателям и об увеличении объема продаж.

Проведенный факторный анализ установил, что негативным фактором сдерживающим повышение уровня рентабельности активов, явилось уменьшение объема реализованной продукции за счет роста цен в следствии роста тарифов и цен на материалы, сырье, энергоносители. И это объясняется снижением прибыли от продаж в связи с увеличением выручки от продаж непропорционально росту себестоимости.

2.6. Анализ рентабельности собственного капитала

Рентабельность собственного капитала рассчитана в главе 2.2. Для более детального изучения изменения данного показателя проведем факторный анализ рентабельности собственного капитала. Факторная модель рентабельности собственного капитала (1.12). На основании представленной факторной модели рассчитаем влияние факторов на рентабельность собственного капитала методом абсолютных разниц. Представим исходные расчетные и аналитические данные проводимого анализа в таблицах 2.12 и 2.13.

Таблица 2.12

Расчетные данные для анализа рентабельности собственного капитала
ПАО «Таттелеком» за 2013 – 2015гг.

Показатели	2013	2014		2015	
		Значение	Абсолютное изменение	Значение	Абсолютное изменение
Исходные данные					
1. Выручка от реализации	6009113	6384939	375826	7192909	807970
2. Чистая прибыль	655673	705623	49950	735112	29489
3. Среднегодовая стоимость активов	10621505	10467912	-153593	10602991	135079
4. Среднегодовая стоимость собственного капитала, тыс. руб.	5372488	5890418,5	517930,5	6399221	508802,5
Расчетные данные					
5. Чистая рентабель-	10,91	11,05	0,14	10,22	-0,83

ность продаж, %					
6. Ресурсоотдача	0,57	0,61	0,04	0,68	0,07
7. Коэффициент финансовой зависимости	1,98	1,78	-0,2	1,66	-0,12
8. Рентабельность собственного капитала	12,20	11,98	-0,22	11,49	-0,49

Факторный анализ рентабельности собственного капитала представлен в таблице 2.13.

Таблица 2.13

Факторный анализ рентабельности собственного капитала

ПАО «Таттелеком» за 2013-2015 гг.

в процентах

Года	На начало года	На конец года	Абсолютное изменение	в том числе за счет		
				Рентабельности продаж	Ресурсоотдачи	Коэффициента финансовой зависимости
2013	7,69	12,20	4,51	3,93	1,37	-0,78
2014	12,20	11,98	-0,22	0,16	0,97	-1,35
2015	11,98	11,49	-0,49	-0,90	1,20	-0,79

Рентабельность собственного капитала в 2013 году составляет 12,20%, в 2014 году – 11,98%, что на 0,22% меньше, в 2015 году – 11,49%, что на 0,49% меньше. На изменение данного показателя повлияли следующие факторы:

- рентабельность продаж повлияла на рентабельность активов отрицательно в 2015 году, которая уменьшилась на 0,90%, а уже в 2013-2014 гг. положительно, которая увеличилась на 3,93% в 2013 году и на 0,16% в 2014 году. В динамике влияние этого фактора уменьшается на 3,77% в 2014 году и на 1,06% в 2015 году, что является плохой тенденцией и говорит о снижении эффективности деятельности организации. Это свидетельствует о том, что темпы роста валовой, операционной и чистой прибыли, соответственно, отстают от темпов роста себестоимости продукции. Что, в свою очередь, может свидетельствовать о том, что у организации увеличились издержки или же увеличении доли налога на прибыль в структуре выручки (увеличении налогового пресса).

- ресурсоотдача повлияла на рентабельность активов положительно, ко-

торая увеличилась на 1,37% в 2013 году, на 0,97% в 2014 году и на 1,2% в 2015 году. Уменьшение в динамике влияния этого фактора на 0,4% в 2015 году обусловлено увеличением доли запасов, что в итоге приводит к образованию излишних материальных ценностей, уменьшением денежных средств, увеличением основных средств. А тенденция в сторону роста ресурсоотдачи в 2015 году свидетельствует о повышении эффективности использования экономического потенциала.

- коэффициент финансовой зависимости, показывающая сколько единиц общей суммы финансовых ресурсов приходится на единицу источников собственных средств, повлияла на рентабельность активов отрицательно, которая уменьшилась на 0,78% в 2013 году, на 1,35% в 2014 году и на 0,79% в 2015 году. Уменьшение в динамике влияния этого фактора в 2014 году на 0,57% является отрицательной тенденцией, и произошло из-за увеличения коэффициента финансовой зависимости, то есть увеличение доли заемных средств в финансировании организации.

Факторный анализ при помощи модели «Дюпон» выявил, что сдерживающим фактором снижения уровня рентабельности собственного капитала является замедление оборачиваемости собственного капитала. Данная ситуация связана с опережающим увеличением средней величины собственного капитала в сравнении с увеличением выручки от продаж, таким образом, интенсивность использования собственных средств снизилась. В этом случае это указывает на необходимость вложения собственных средств в другой, более соответствующий данным условиям источник дохода. Также можно сказать, что организация стало меньше рисковать своими деньгами.

2.7. Анализ рентабельности отдельных видов продукции (работ,услуг)

Следующим этапом анализа является оценка влияния рентабельности отдельных изделий на рентабельность продаж.

Данное проведение анализа разрешает установить влияние производства,

и сбыта отдельных изделий на общую рентабельность в условиях сформировавшейся структуры реализованной продукции, а также провести оценку рациональности самой структуры реализации.

Для анализа факторов оценки влияния рентабельности отдельных изделий на общую рентабельность реализованных услуг привлекается следующая информация (см. таблицы 2.14-2.16). Расчет прибыли и рентабельности отдельных видов услуг связи за 2010 год представлен в таблице 2.14.

Таблица 2.14

Расчет прибыли и рентабельности отдельных видов услуг связи
ПАО «Таттелеком» за 2013г.

Вид услуг связи	Выручка от реализации, млн.руб	Удельный вес каждого вида продукции в общем объеме реализации, %	Прибыль от реализации, млн.руб	Рентабельность продукции, %
Доходы от услуги связи:	5495,7	91,46	943,8	17,17
- местная телефонная связь	2332,1	42,43	376,9	16,16
- внутризональная телефонная связь	1046,9	19,05	190,3	18,18
- широкополосный доступ в интернет	1384,2	25,19	240,8	17,70
- платное телевидение	36,5	0,66	6,3	17,26
- прочие телематические услуги	105,8	1,93	18,4	17,39
- услуги пропуска трафика	532,6	9,69	100,9	18,94
- документальная связь (телеграммы)	57,6	1,05	10,2	17,71
Доходы от продажи товаров	46,4	0,77	10,1	21,77
Доходы от содействия операторам дальней связи	92,2	1,53	13,7	14,86
Доходы от выполнения строительно-монтажных работ	190,1	3,16	42,4	22,30
Прочие доходы от непрофильной деятельности	184,7	3,07	38,3	20,74
Итого	6009,1	100	1048,3	17,45

Расчет прибыли и рентабельности отдельных видов услуг связи за 2014 год представлен в таблице 2.15.

Таблица 2.15

Расчет прибыли и рентабельности отдельных видов услуг связи

ПАО «Таттелеком» за 2014г.

Вид услуг связи	Выручка от реализации, млн.руб	Удельный вес каждого вида продукции в общем объеме реализации, %	Прибыль от реализации, млн.руб	Рентабельность продукции, %
Доходы от услуги связи:	5915,1	92,64	1017,0	17,19
- местная телефонная связь	2481,6	41,95	414,4	16,70
- внутризоновая телефонная связь	943,7	15,95	138,6	14,69
- широкополосный доступ в интернет	1713,9	28,97	321,3	18,75
- платное телевидение	106,0	1,79	19,9	18,77
- прочие телематические услуги	87,1	1,47	16,3	18,71
- услуги пропуска трафика	522,5	8,83	93,2	17,84
- документальная связь (телеграммы)	60,3	1,02	13,3	22,06
Доходы от продажи товаров	14,1	0,22	2,4	17,02
Доходы от содействия операторам дальней связи	77,2	1,21	11,3	14,64
Доходы от выполнения строительно-монтажных работ	172,9	2,71	33,7	19,49
Прочие доходы от непрофильной деятельности	205,7	3,22	45,9	22,31
Итого	6385,0	100	1110,3	17,39

Расчет прибыли и рентабельности отдельных видов услуг связи за 2015 год представлен в таблице 2.16.

Таблица 2.16

Расчет прибыли и рентабельности отдельных видов услуг связи

ПАО «Таттелеком» за 2015г.

Вид услуг связи	Выручка от реализации, млн.руб	Удельный вес каждого вида продукции в общем объеме реализации, %	Прибыль от реализации, млн.руб.	Рентабельность продукции, %
Доходы от услуги связи:	6256,9	86,99	994,2	15,89
- местная телефонная связь	2496,2	39,90	425,2	17,03
- внутризоновая телефонная связь	859,5	13,74	129,0	15,01
- широкополосный доступ в	2015,5	32,21	339,8	16,86

интернет				
- платное телевидение	232,0	3,71	41,1	17,72
- прочие телематические услуги	91,1	1,46	17,5	19,21
- услуги пропуска трафика	501,4	6,97	62,6	12,49
- документальная связь (телеграммы)	60,6	0,84	14,0	23,10
Доходы от продажи товаров	15,7	0,22	3,3	21,02
Доходы от содействия операторам дальней связи	68,2	0,95	8,6	12,61
Доходы от выполнения строительно-монтажных работ	413,4	5,75	36,6	8,85
Прочие доходы от непрофильной деятельности	438,7	6,10	49,2	11,21
Итого	7192,9	100	1089,0	15,14

Далее на основании таблиц 2.14-2.16 произведем расчет влияния рентабельности отдельных изделий на рентабельность продаж. Все расчеты приведены в Приложении 3.

Из данных Приложения 3 следует, что на организации в 2014-2015 гг. падает общая рентабельность реализованной продукции. Так, рентабельность продаж сократилась на 0,0554% в 2011 году и на 3,1988% в 2015 году. Вместе с тем в структуре реализованной продукции произошли положительные изменения, связанные с увеличением доли услуг связи. На него повлияли следующие виды услуг связи:

- спад удельного веса местной телефонной связи повлияла отрицательно, снизив рентабельность продаж на 0,0776% в 2014 году и на 1,2108% в 2015 году;

- спад удельного веса внутризоновой телефонной связи повлияла отрицательно, снизив рентабельность продаж на 0,5636% в 2014 году и на 0,5876% в 2015 году;

- рост удельного веса в 2014 году доли широкополосного доступа в интернет на 0,0378% оказали положительное влияние на рентабельность продаж, увеличив ее на 0,6691%, однако в 2015 году она повлияла отрицательно, снизив его на 0,1781%;

- рост удельного веса доли платного телевидения оказали положительное

влияние на рентабельность продаж, увеличив ее на 0,1950% в 2014 году и на 0,2703% в 2015 году;

- спад удельного веса прочих телематических услуг повлияла отрицательно, снизив рентабельность продаж на 0,08% в 2014 году и на 0,0374% в 2015 году;

- спад удельного веса услуг пропуска трафика повлияла отрицательно, снизив рентабельность продаж на 0,1629% в 2014 году и на 0,3318% в 2015 году;

- спад удельного веса документальной связи (телеграммы) повлияла отрицательно, снизив рентабельность продаж на 0,0053% в 2014 году и на 0,0397% в 2015 году;

- спад удельного веса доходов от продажи товаров повлияла отрицательно, снизив рентабельность продаж на 0,1154% в 2014 году и на 0,0034% в 2015 году;

- спад удельного веса доходов от содействия операторам дальней связи повлияла отрицательно, снизив рентабельность продаж на 0,0327% в 2014 году и на 0,0527% в 2015 году;

- спад удельного веса в 2014 году доходов от выполнения строительно-монтажных работ повлияла отрицательно, снизив рентабельность продаж на 0,0535%, и рост удельного веса в 2015 году повлияло положительно, увеличив ее на 0,5516%;

- рост удельного веса доли в 2015 году прочих доходов от непрофильной деятельности на 0,0262% оказали положительное влияние на рентабельность продаж, увеличив ее на 0,0850% в 2015 году.

На увеличение в 2014 году на 0,0054% и уменьшение в 2015 году на 5,2052% рентабельности продаж повлияли следующие виды услуг:

- местная телефонная связь, рентабельность изделий которого увеличилась в 2014 году на 0,2265%, в 2015 году на 0,1145%, в 2014 году увеличив рентабельность продаж на 0,149%, в 2015 году уменьшив ее на 1,0962%;

- внутризоновая телефонная связь, рентабельность изделий которого в

2014 году уменьшилось на 0,5567%, в 2015 году увеличилось на 0,0382%, уменьшив рентабельность продаж на 1,1202% в 2014 году, и на 0,5494% в 2015 году;

- широкополосный доступ в интернет, рентабельность изделий которого увеличилось в 2014 году на 0,3042%, в 2015 году уменьшилось на 0,5296%, в 2014 году увеличив рентабельность продаж на 0,9732%, в 2015 году уменьшив ее на 0,7077%;

- платное телевидение, рентабельность изделий которого в 2014 году увеличилось на 0,027%, в 2015 году уменьшилось на 0,0339%, увеличив рентабельность продаж на 0,2221% в 2014 году, и на 0,2364% в 2015 году;

- прочие телематические услуги, рентабельность изделий которого увеличилось в 2014 году на 0,0194%, в 2015 году на 0,0064%, уменьшив рентабельность продаж на 0,0606% в 2014 году, и на 0,0311% в 2015 году;

- услуги пропуск трафика, рентабельность изделий которого уменьшилось в 2014 году на 0,0971%, в 2015 году на 0,3729%, уменьшив рентабельность продаж на 0,26% в 2014 году, и на 0,7047% в 2015 году;

- документальная связь (телеграммы), рентабельность изделий которого в 2014 году увеличилось на 0,0444%, и на 0,0087% в 2015 году, в 2014 году увеличив рентабельность продаж на 0,0391%, в 2015 году уменьшив ее на 0,031%;

- доходы от продажи товаров, рентабельность изделий которого в 2014 году уменьшилось на 0,0114%, в 2015 году увеличилось на 0,0088%, в 2014 году уменьшив рентабельность продаж на 0,1268%, в 2015 году увеличив ее на 0,0054%;

- доходы от содействия операторам дальней связи, рентабельность изделий которого уменьшилось в 2014 году на 0,0029%, в 2015 году на 0,0193%, уменьшив рентабельность продаж на 0,0356% в 2014 году, и на 0,072% в 2015 году;

- доходы от выполнения строительно-монтажных работ, рентабельность изделий которого уменьшилось в 2014 году на 0,0821%, в 2015 году на 0,6118%, уменьшив рентабельность продаж на 0,1356% в 2014 году, и на

0,0602% в 2015 году;

- прочие доходы от непрофильной деятельности, рентабельность изделий которого увеличилось в 2014 году на 0,0546%, в 2015 году уменьшилось на 6771%, в 2014 году увеличив рентабельность продаж на 0,1397%, в 2015 году уменьшив ее на 0,0926%;

По данным проведенного анализа можно сделать вывод, что на ПАО «Таттелеком» заинтересованы в оказании услуги платного телевидения и снижении доли менее рентабельной продукции – услуги пропуска трафика, по которому наблюдается падение спроса.

3. Рекомендации по увеличению показателей рентабельности ПАО «Таттелеком», прогнозирование основных их значений

3.1. Пути повышения рентабельности организации

В проведенном анализе и оценки показателей рентабельности ПАО «Таттелеком» было выяснено, что организация является рентабельным. ПАО «Таттелеком» в 2014 году эффективнее функционировала, практически все показатели рентабельности увеличились с 2013 года. Однако в 2015 году некоторые показатели рентабельности уменьшились, что является отрицательным фактором. На основании данного анализа можно разработать мероприятия по повышению прибыльности организации.

В ходе работы было найдено, что ведущими негативными факторами, сдерживающими увеличения рентабельности считаются:

- увеличение себестоимости продаж, что является отрицательной тенденцией в связи с увеличением расходов по материалам в 2014 году и расходов по выполнению строительно-монтажных работ в 2015 году.

- замедление оборачиваемости запасов, это произошло из-за накопления дополнительных запасов с целью расширения производства и так далее;

- уменьшение объема реализованной продукции за счет роста цен в следствии роста тарифов и цен на материалы, сырье, энергоносители. И это объясняется снижением прибыли от продаж в связи с увеличением выручки от продаж непропорционально росту себестоимости;

- снижения уровня рентабельности собственного капитала является замедление оборачиваемости собственного капитала, данная ситуация связана с опережающим увеличением средней величины собственного капитала в сравнении с увеличением выручки от продаж, таким образом, интенсивность использования собственных средств снизилась, в этом случае это указывает на необходимость вложения собственных средств в другой, более соответствующий данным условия источника дохода, также можно сказать, что организация

стало меньше рисковать своими деньгами;

- снижении доли менее рентабельной продукции – услуги пропуска трафика, по которому наблюдается падение спроса.

Значительное место в структуре себестоимости занимает оплата труда, в 2013 году – 44,53%, в 2014 году – 42,88%, в 2015 году – 43,94%.

Поэтому актуальна задача роста производительности труда и сокращения числа административного персонала.

Большую роль для повышения производительности труда имеет надлежащая его организация, а именно подготовка рабочего места, полная загрузка рабочего места, использование передовых методов и приемов труда и другое.

Следующим занимает материальные затраты. Снижение может достигаться наиболее рациональным приобретением и использованием материалов. Это связано с поиском новых поставщиков с более низкими ценами на сырье, получение материальных кредитов, а также постоянный контроль за фактическим отклонением затрат от нормативных, что приведет к сокращению запасов. Уменьшение расходов по амортизации основных фондов можно достичь за счет лучшего использования данных фондов и загрузкой их по максимуму.

Предприятию нужно ускорить оборачиваемость запасов для увеличения рентабельности производственных фондов. Одна из причин низкой оборачиваемости запасов - это большой объем бездействующих запасов. К таким запасам относятся:

товары, на которые нет спроса в течение года;

товары, спрос на которые был случайным или очень редким.

Одним из методов стимулирования сбыта является либерализация условий кредита, для того чтобы покупатели покупали больше товара (услуг).

Другим способом ускорения оборачиваемости товарных запасов является вложение минимальных денежных средств в товарные запасы.

Изменить структуру товарной продукции, что может привести к относи-

тельному уменьшению условно-постоянных расходов, относительному уменьшению амортизационных отчислений, изменению номенклатуры и ассортимента продукции, повышению качества. Но этот метод может по разному влиять на сумму прибыли. Если увеличится часть рентабельных видов продукции в общем объеме ее реализации, то сумма прибыли увеличится. И наоборот, при увеличении части низкорентабельной или убыточной продукции, общая сумма прибыли уменьшится, что приведет к снижению уровня рентабельности организации.

Изучив, рынок потребителей продуктов ПАО «Таттелеком», можно сделать вывод, что отрасль сотовой связи начала развиваться в компании быстрыми темпами.

Чтобы развивать данное направление и увеличивать выручку от услуг связи, организации необходимо расширить зону покрытия сотовой связи.

Для реализации мероприятия ПАО «Таттелеком» необходимо разместить технологическое оборудование поколения 5G на существующих базовых станциях. Более подробно план мероприятий описан в таблице 3.1.

Таблица 3.1

Список мероприятий по замене оборудования на базовых станциях ПАО «Таттелеком»

Наименование организации	Описание	Стоимость, в рублях	Сроки
Покупка оборудования	Кабель диапазона 2100 mhz	25600	Четвертый квартал 2013
	Панельные антенны 2100 mhz	31100	
	Покупка дополнительно высокочастотного кабеля	18300	
Монтаж базовой станции	Установка дополнительного крепежа	2800	Первый квартал 2014
	Монтаж(замена) антенн	4900	
	Прокладка кабелей от базовой станции до антенн	7300	
Запуск базовой станции	Включение базовой станции и настройка пролетов (точная	5500	Второй квартал 2014

	настройка азимутов и сигналов антенн)		
Сервисное обслуживание	Проверка болтовых соединений	2300	Третий квартал 2014
	Уборка пыли	1700	
	Чистка кондиционеров	2800	
	Проверка крепления разъемов фидеров	1300	
	Проверка емкости и работоспособности аккумуляторов	3900	

Экономическое обоснование обновления оборудования.

Для расчета экономической эффективности предлагаемого мероприятия по обновлению оборудования базовых станций применяются следующие формулы:

Затраты складываются из покупки, монтажа, запуска и обслуживания базовой станции

$$Z = C_{п} + C_{м} + C_{з} + C_{обсл.}, \quad (1)$$

где, $C_{п}$ – цена покупки оборудования (руб.),

$C_{м}$ – цена монтажа базовой станции (руб.),

$C_{з}$ – цена запуска базовой станции (руб.),

$C_{обсл.}$ – цена обслуживания (руб.).

$$Z = 75000 + 15000 + 5500 + 12000 = 107500 \text{ руб.}$$

Объем трафика собранного базовой станцией 5G модификации составляет на 15% больше, чем базовой станцией 4G поколения из них 13% это прибыль от GPRS трафика, абоненты начинают активнее использовать телефоны для выхода в интернет, пользоваться беспроводными модемами.

Каждая базовая станция 4G обслуживает 10000 абонентов с ARPU в 200 руб. Итого получаем, что доход от базовой станции 5G составляет:

$$Д=10000*200*0,15=300000 \text{ руб.};$$

Рассчитываем эффект от мероприятия:

$$Э=300000-107500=192500 \text{ руб.};$$

Рассчитываем эффективность:

$$Эфф=192500/107500=1,79.$$

Таким образом, годовой экономический эффект от внедрения данного мероприятия по обновлению оборудования базовых станций представлен в таблице 3.2 и составляет 192500 рублей.

Таблица 3.2

Внедрения мероприятия по обновлению оборудования на базовых станциях

Срок внедрения	Третий квартал 2013 года – второй квартал 2014 года
Затраты	107500 рублей
Экономический эффект	192500 рублей
Эффективность	1,79

Таким образом, экономическая эффективность от внедрения мероприятия превышает 100%, значит проект по оптимизации организационной структуры ПАО «Таттелеком» принимается.

Следуя стратегии лидера ПАО «Таттелеком», в современных реалиях конкурентной среды и требованиях рынка, сосредоточилась на создании дополнительных стратегических конкурентных преимуществ.

Ввиду того, что цена уже не является единственным определяющим фактором при выборе потребителем оператора связи, конкурентоспособные выдающиеся качества операторов достигаются сейчас не только благодаря внедре-

нию самых совершенных технических средств передачи и коммутации, но и в большей степени методом совершенствования сервиса клиентов.

Одним из приоритетных направлений работы считается передача предложений более высокого качества, чем у конкурентов. Необходимо предоставлять такие услуги, которые удовлетворяли бы и даже превосходили ожидания клиентов.

В такой ситуации необходима работа, как с текущими клиентами по предоставлению качественных услуг связи, так и с вновь привлеченными заказчиками.

Работа с ними требует нового уровня эффективности и слаженности, скорости подразделений внутри компании оператора связи.

Одними из первоочередных задач для операторов связи становятся построение процессов по работе с клиентами, уменьшение операционных затрат, планирование стратегических направлений развития сети и вывода на рынок востребованных услуг.

Для улучшения имеющейся системы электронной коммерции в компании ПАО «Таттелеком» предлагается ввести Проект «Мобильный Кабинет и Онлайн-Трансляция». Данный проект предполагает реализовать в виде интерактивного мобильного клиент приложения с комфортным интерфейсом и большим набором функциональных возможностей. Приложение будет представлять собой альтернативу уже реализованному проекту «Личный кабинет», который функционирует за счет интернета через Web-сайт.

Данное приложение будет ориентироваться на смартфоны, коммуникаторы и планшетные ПК.

Данное приложение будет помощником для клиентов компании.

Пользователь Личного Кабинета всегда сможет управлять своими услугами круглосуточно в любой день недели, с любого мобильного устройства с доступом в интернет через приложение «Мобильный Кабинет и Онлайн - Трансляция».

Приложение будет обладать широким функционалом: пользователь смо-

жет пополнять баланс своего счета, совершать обещанный платеж, включать и выключать дополнительные услуги, а также менять тарифный план. В приложении будет представлена информация об используемых пакетах услуг, балансе лицевого счета, блокировках и последних платежах за месяц.

В «Мобильном Кабинете и Онлайн- Трансляции» будет реализован сервис «Новости», в которой будет приведена вся актуальная информация по всем действующим тарифным предложениям организации.

Благодаря услуге «Оплата услуг» пользователи смогут узнать состояние своего лицевого счета, пополнить его и тому подобное.

С помощью «Мобильный Кабинет и Онлайн- Трансляция» в сервисе «Присоединенные услуги» пользователи смогут узнавать информацию о подключенных услугах, выключить или включить дополнительные услуги, сменить тарифный план и оплатить оказываемые услуги.

Такой же оперативностью и удобством будет обладать сервис «Обратная связь», который предоставит своим клиентам возможность отправлять сообщения с пожеланиями и предложения по работе с мобильного устройства.

В услуге «Мобильный Кабинет и Онлайн- Трансляция» также предполагается реализация сервиса «Online - консультант», где пользователь имеет возможность получить ответы на интересующие его вопросы в режиме Online или через электронную почту, на которую будет отправлен ответ на заданный вопрос.

Выгоды для предприятия от реализации проекта мобильный кабинет:

а) повышение эффективности обработки заказов, за счёт автоматизации их поступления в информационную систему;

б) интеграция с информационными системами, где будет фиксироваться вся информация о выполняемых действиях клиента через мобильный кабинет, и последующий анализ данных полученных из информационных систем для анализа потребностей рынка;

в) появление нового канала взаимодействия с клиентами компании, что позволит удержать существующих клиентов и привлечении новых за счёт

удобного приложения для управления своими услугами.

Реализация проекта «Мобильный Кабинет и Онлайн- Трансляция» позволит обновлять базу данных, с помощью которой компания сможет получать и отслеживать важную информацию о своих клиентах. Используя эти данные, компания получит возможность эффективнее продвигать свои услуги, управлять маркетинговыми акциями, индивидуально работать с клиентами, корректируя свою работу при помощи персонифицированной информации.

3.2. Прогнозирование показателей рентабельности

Обеспечение эффективности управления организациям требует умения предвидеть вероятное будущее положение организации и среды, в которой оно существует, своевременно предотвратить возможные сбои и срывы в работе. Это достигается с помощью прогнозирования работы организации по показателям рентабельности.

Разнообразие проблем, которые возникают при обеспечении жизнедеятельности организации и являются предметом прогнозирования, приводит к появлению значительного количества разнообразных прогнозов. Та как современная экономическая наука располагает разнообразными методами прогнозирования. Каждый менеджер и специалист по планированию должен обладать навыками прикладного прогнозирования, а руководитель, который ответственен за принятие стратегических решений, должен уметь делать правильный выбор метода прогнозирования.

Для прогнозирования показателей рентабельности на 2016г. необходимо выполнить следующие этапы:

а) прогнозирование выручки от реализации продукции (работ, услуг) на 2016г. методом экспоненциального сглаживания с учетом тренда;

б) прогнозирование прибыли от реализации (продаж) через средний удельный вес показателя по отношению к выручке от реализации продукции (работ, услуг);

- в) выявление зависимости чистой прибыли от выручки реализации методом корреляционно-регрессионного моделирования, прогноз чистой прибыли;
- г) построение бухгалтерского баланса методом процента от продаж;
- д) расчет прогнозных коэффициентов рентабельности на основе прогнозных бухгалтерских форм отчетности.

Для прогнозирования выручки от реализации продукции на 2016 год методом экспоненциального сглаживания с учетом тренда необходима информация с таблицы 3.3.

Таблица 3.3

Исходные данные для прогнозирования выручки от реализации продукции ПАО «Таттелеком» за 2013-2015 гг. в разрезе месяцев.

в тыс.руб.

Месяц	2013	2014	2015
Январь	486223	513964	559145
Февраль	490374	518498	564012
Март	492813	521965	567614
Апрель	491931	527946	573327
Май	497332	525941	579159
Июнь	501573	533011	583001
Июль	502778	530078	599127
Август	505604	537194	612450
Сентябрь	509945	541967	624944
Октябрь	508477	544013	635925
Ноябрь	510450	540975	642118
Декабрь	511613	549387	652087
Итого	6009113	6384939	7192909

Для того, что бы провести прогнозирование величины выручки от реализации продукции ПАО «Таттелеком» на 2016г. применим метод экспоненциального сглаживания с учетом тренда. Для учета тренда в нестационарных рядах применяется специальное двух параметрическое линейное экспоненциальное сглаживание. Двух параметрический метод (метод Хольта) включает два уравнения. Первое уравнение предназначено для сглаживания наблюдаемых значений, а второе уравнение – для сглаживания тренда.

$$S_t = A*y_t + (1 - A)*(S_{t-1} + b_{t-1}), \quad (3.1)$$

$$b_t = B*(S_t - S_{t-1}) + (1 - B)*b_{t-1}, \quad (3.2)$$

где $t = 2, 3, 4, \dots$ – периоды сглаживания;

S_t – сглаженная величина на период t ;

b_t – сглаженное значение тренда на период t ;

A и B – сглаживающие константы (числа между 0 и 1).

Прогноз на период $t+1$ равен текущей сглаженной величине плюс текущее сглаженное значение тренда:

$$\hat{y}_{t+1} = S_t + b_t, \quad t = 1, 2, 3, \dots \quad (3.3)$$

Эту процедуру можно применять для прогнозов на любое число периодов, например на m периодов:

$$\hat{y}_{t+m} = S_t + m*b_t, \quad m = 1, 2, 3 \quad (3.4)$$

Прогнозирование начинается с того, что сглаженная величина S_1 полагается равной y_1 . Возникает проблема определения начального значения тренда b_1 . Можно получить более точную оценку b_1 , используя, пять (или более) наблюдений временного ряда. На их основе по методу наименьших квадратов решается уравнение $\hat{y}_t = a + b*t$. Величина b берется в качестве начального значения тренда.

С помощью данных таблицы 3.3 выручки от реализации построим график уравнения регрессии (рисунок 3.1).

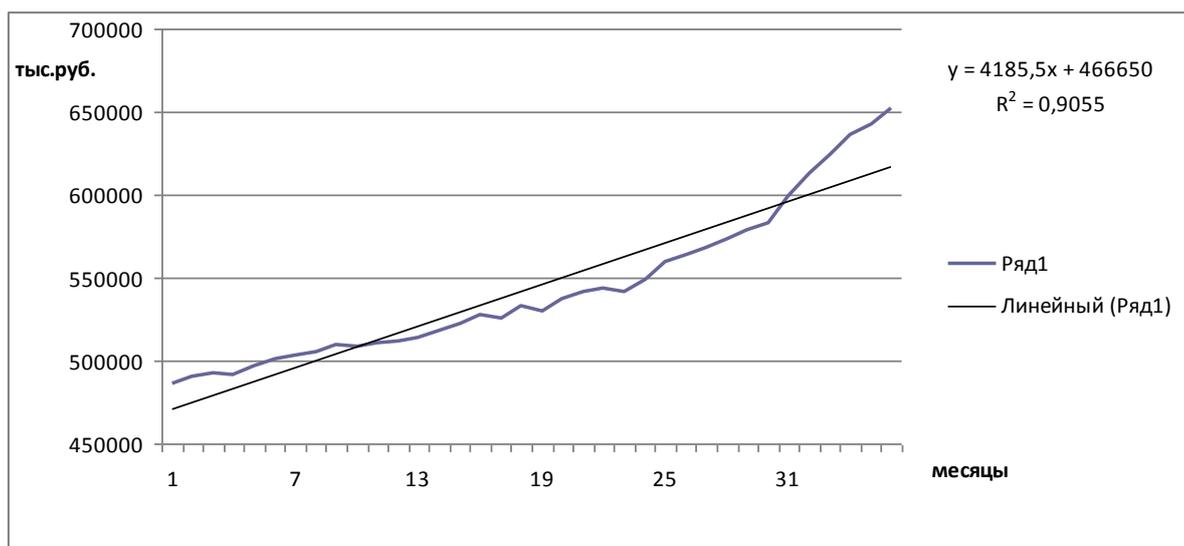


Рисунок 3.1 График уравнения регрессии выпуска продукции ПАО «Таттелеком» за период 2013-2015гг., тыс. руб.

Таким образом, сглаженное значение тренда на январь 2016г. будет равно 4185,5. Исходя из этого и используя формулы 3.1-3.4, рассчитаем прогнозные значения выручки от реализации организации на 2016г. (таблица 3.4).

Таблица 3.4

Результаты расчетов: двухпараметрическое экспоненциальное сглаживание ($A = 0,1$, $B = 0,3$).

t	y_t	S_t	b_t	\hat{y}_t	$y_t - \hat{y}_t$
1	486223	486223,00	4185,50		
2	490374	490405,05	4184,47	490408,50	-34,50
3	492813	494411,86	4131,17	494589,52	-1776,52
4	491931	497881,83	3932,81	498543,03	-6612,03
5	497332	501366,37	3798,33	501814,64	-4482,64
6	501573	504805,53	3690,58	505164,70	-3591,70
7	502778	507924,30	3519,03	508496,11	-5718,11
8	505604	510859,40	3343,85	511443,34	-5839,34
9	509945	513777,43	3216,11	514203,26	-4258,26
10	508477	516141,88	2960,61	516993,54	-8516,54
11	510450	518237,25	2701,04	519102,50	-8652,50
12	511613	520005,75	2421,28	520938,28	-9325,28
13	513964	521580,73	2167,39	522427,03	-8463,03
14	518498	523223,10	2009,88	523748,12	-5250,12
15	521965	524906,19	1911,84	525232,99	-3267,99
16	527946	526930,83	1945,68	526818,03	1127,97
17	525941	528582,96	1857,62	528876,51	-2935,51

18	533011	530697,62	1934,73	530440,58	2570,42
19	530078	532376,91	1858,10	532632,35	-2554,35
20	537194	534530,91	1946,87	534235,01	2958,99
21	541967	537026,70	2111,55	536477,78	5489,22
22	544013	539625,72	2257,79	539138,25	4874,75
23	540975	541792,66	2230,53	541883,51	-908,51
24	549387	544559,57	2391,45	544023,19	5363,81
25	559145	548170,42	2757,27	546951,02	12193,98
26	564012	552236,12	3149,80	550927,69	13084,31
27	567614	556608,72	3516,64	555385,91	12228,09
28	573327	561445,52	3912,69	560125,36	13201,64
29	579159	566738,29	4326,71	565358,21	13800,79
30	583001	572258,60	4684,79	571065,00	11936,00
31	599127	579161,75	5350,30	576943,39	22183,61
32	612450	587305,85	6188,44	584512,05	27937,95
33	624944	596639,26	7131,93	593494,29	31449,71
34	635925	606986,57	8096,54	603771,19	32153,81

Продолжение таблицы 3.4

t	y_t	S_t	b_t	\hat{y}_t	$y_t - \hat{y}_t$
35	642118	617786,60	8907,59	615083,11	27034,89
36	652087	629233,47	9669,37	626694,19	25392,81

Затем необходимо рассчитать степень выполнения фактического значения выручки от реализации продукции от нормативного значения путем деления фактического значения на нормативное и умножения полученного значения на 100. Результаты расчетов приведены в таблице 3.5.

Таблица 3.5

Прогнозирование величины выручки от реализации продукции ПАО
«Таттелеком»

в тыс. руб.

Месяцы	Фактическое значение	Нормативное значение	Степень выполнения нормы, %
1	486223		
2	490374	490408,50	99,99
3	492813	494589,52	99,64
4	491931	498543,03	98,67
5	497332	501814,64	99,11
6	501573	505164,70	99,29

7	502778	508496,11	98,88
8	505604	511443,34	98,86
9	509945	514203,26	99,17
10	508477	516993,54	98,35
11	510450	519102,50	98,33
12	511613	520938,28	98,21
13	513964	522427,03	98,38
14	518498	523748,12	99,00
15	521965	525232,99	99,38
16	527946	526818,03	100,21
17	525941	528876,51	99,44
18	533011	530440,58	100,48
19	530078	532632,35	99,52
20	537194	534235,01	100,55
21	541967	536477,78	101,02
22	544013	539138,25	100,90
23	540975	541883,51	99,83
24	549387	544023,19	100,99
25	559145	546951,02	102,23
26	564012	550927,69	102,37
27	567614	555385,91	102,20

Продолжение таблицы 3.5

в тыс. руб.

Месяцы	Фактическое значение	Нормативное значение	Степень выполнения нормы, %
28	573327	560125,36	102,36
29	579159	565358,21	102,44
30	583001	571065,00	102,09
31	599127	576943,39	103,85
32	612450	584512,05	104,78
33	624944	593494,29	105,30
34	635925	603771,19	105,33
35	642118	615083,11	104,40
36	652087	626694,19	104,05
37		638902,85	99,99
38		648572,22	
39		658241,59	
40		667910,97	
41		677580,34	
42		687249,72	
43		696919,09	
44		706588,47	
45		716257,84	
46		725927,22	
47		735596,59	
48		745265,97	
Итого за 2013 год		8305012,87	

На основе проведенного прогноза на 2016 год выпуска от реализации продукции можно сделать вывод, о том что с каждым месяцем наша выручка будет увеличиваться, что является положительной тенденцией и выручка от реализации продукции в 2016 году по сравнению с 2015 годом увеличиться на 1112103,87 тыс.руб. или на 115,46%.

Для того чтобы спрогнозировать прибыль от продаж необходимо средний удельный вес себестоимости и коммерческих расходов в составе выручки от реализации продукции за 2014-2015гг. умножить на величину прогнозной выручки от реализации продукции за 2016г. Прогнозное значение прибыли от продаж представлен в таблице 3.6.

Исходя из полученных прогнозных данных таблицы 3.6 можно сказать, что прибыль от реализации в 2016 году возрастет до 1383338,31 тыс.рублей, что является хорошей тенденцией, так как в 2015 году по сравнению с 2014 годом эта прибыль наоборот уменьшилась.

Таблица 3.6

Прогнозирование прибыли от продаж ПАО «Таттелеком» на 2016 год
в тыс.руб.

Наименование показателя	2013	2014	2015	X _i к выручке от реализации, %			Среднее X _i к выручке от реализации, %	Прогнозный отчет на 2013г.
				2013	2014	2015		
Выручка от реализации	6009113	6384939	7192909	100	100	100	100	8305012,87
Себестоимость продукции	4960833	5274633	6103908	82,56	82,61	84,86	83,34	6921674,56
Прибыль от продаж	1048280	1110306	1089001	-	-	-	-	1383338,31

Далее необходимо построить корреляционно-регрессионное уравнение в зависимости чистой прибыли от прогнозной выручки. Исходные данные представлены в таблице 3.7.

Далее по данным таблицы 3.7 построим графики, которые представлены в Приложении 4.

Таблица 3.7

Исходные данные для построения корреляционно-регрессионного уравнения зависимости чистой прибыли от прогнозной выручки

в тыс. руб.

Месяцы	Выручка от реализации	Чистая прибыль
1	486223	53059
2	490374	53483
3	492813	53994
4	491931	53887
5	497332	54145
6	501573	54006
7	502778	54434
8	505604	54938
9	509945	55590
10	508477	55738
11	510450	55938
12	511613	56461
13	513964	57629

Продолжение таблицы 3.7

в тыс. руб.

Месяцы	Выручка от реализации	Чистая прибыль
14	518498	58003
15	521965	58122
16	527946	58490
17	525941	58444
18	533011	58756
19	530078	58998
20	537194	59035
21	541967	59149
22	544013	59568
23	540975	59583
24	549387	59846
25	559145	59956
26	564012	60394
27	567614	60639
28	573327	60504
29	579159	60843
30	583001	61057
31	599127	61523
32	612450	61645
33	624944	61823
34	635925	61989
35	642118	62098
36	652087	62641

С помощью графиков с приложения 4 получаем корреляционно-

регрессионные уравнения (таблица 3.8).

Таблица 3.8

Корреляционно-регрессионные уравнения

Вид тренда	Уравнение	Коэффициент детерминации
Линейный	$y = 0,0567x + 27368$	RI = 0,8228
Логарифмический	$y = 32330\ln(x) - 368632$	RI = 0,8497
Полиномиальный	$y = -0,00000051x^2 + 0,6361x - 134735$	RI = 0,9638
Степенной	$y = 37,629x^{0,5562}$	R ² = 0,8361
Экспоненциальный	$y = 34217e^{1E-06x}$	R ² = 0,8082

Для прогнозирования величины чистой прибыли будет использоваться наибольший коэффициент детерминации. В данном случае у уравнения полиномиального тренда самый наибольший этот коэффициент. Чем ближе R² к единице, тем более сильная связь между Y и множеством X. Из графика видно, что величина достоверности аппроксимации R² = 0,9638. Это говорит о высокой тесноте связи изучаемых объектов. Уравнение полиномиального тренда $y = -0,00000051x^2 + 0,6361x - 134735$. Подставляя в это уравнение прогнозное значение выручки, мы получаем прогнозную чистую прибыль. Все расчеты приведены в таблице 3.9.

Таблица 3.9

Прогнозное значение чистой прибыли ПАО «Таттелеком» за 2016 год.

в тыс.руб.

Месяцы	Выручка от реализации	Чистая прибыль
1	638902,85	63519,95
2	648572,22	63322,05
3	658241,59	63028,79
4	667910,97	62640,16
5	677580,34	62156,17
6	687249,72	61576,80
7	696919,09	60902,08
8	706588,47	60131,98
9	716257,84	59266,52
10	725927,22	58305,69
11	735596,59	57249,49
12	745265,97	56097,93
Итого:	8305012,87	728197,60

На основании данных таблицы 3.9 можно сказать, у организации ПАО «Таттелеком» в прогнозном значении чистая прибыль меньше на 0,94%, что является отрицательной тенденцией. Это означает, что организация ухудшило свое финансовое состояние.

Следующим шагом является построение бухгалтерского баланса на основе прогнозных значений на 2016 год методом процента от продаж. Все вычисления по методу «процента от продаж» (методу «формулы») делаются на основе следующих предположений:

а) переменные затраты, текущие активы и текущие обязательства при наращивании объема продаж на определенное количество процентов увеличиваются, в среднем, на столько же процентов. Это означает, что и текущие активы, и текущие пассивы будут составлять в плановом периоде прежний процент от выручки;

б) процент увеличения стоимости основных средств рассчитывается под заданный процент наращивания оборота в соответствие с:

- 1) технологическими условиями бизнеса;
- 2) учетом наличия недогруженных основных средств на начало периода прогнозирования;
- 3) в соответствие со степенью материального и морального износа наличных основных средств и т.п.;

в) долгосрочные обязательства и акционерный капитал берутся в прогноз неизменными;

г) нераспределенная прибыль прогнозируется с учетом нормы распределения чистой прибыли на дивиденды и чистой рентабельности реализованной продукции.

Для прогнозирования нераспределенной прибыли к нераспределенной прибыли базового периода прибавляют прогнозируемую чистую прибыль и вычитают дивиденды.

Сначала определяем темп прироста выручки от продаж в будущем году по сравнению с отчетным годом. Составляет он 15,46%. Прогнозный бухгалтер-

ский баланс представлен в таблице 3.10.

Таблица 3.10

Прогнозный бухгалтерский баланс ПАО «Таттелеком» на 2016 год.

в тыс.руб.

Показатель	Отчетный период	Прогнозируемый период
1. Текущие активы	1751861	2022699
2. Внеоборотные активы	8951874	10335834
Итого актив	10703735	12358533
3. Текущие обязательства	2597398	2998956
1. Долгосрочные обязательства	1447391	1447391
Итого обязательства	4044789	4446347
2. Уставный капитал	2084398	2084398
3. Резервный капитал	104220	104220

Продолжение таблицы 3.10

в тыс.руб.

Показатель	Отчетный период	Прогнозируемый период
4. Нераспределенная прибыль	4470328	5198526
Итого собственный капитал	6658946	7387144
Итого пассив:	10703735	11833491
Требуемое внешнее финансирование		525042

Из данной таблицы следует, что организация нуждается во внешнем финансировании. Для обеспечения прогнозируемого объема продаж требуются новые капитальные вложения в сумме 1383960 тыс.руб. При этом прирост оборотных активов должен составить 270838 тыс.руб. Возрастание источников финансирования не покрывает увеличившиеся потребности, в результате образуется дефицит в размере 525042 тыс.руб. Таким образом, для обеспечения заданного объема продаж предприятию необходимо привлечь 525042 тыс.руб. собственных или заемных средств.

Следующим этапом необходимо рассчитать возможные показатели рентабельности на 2016 год по прогнозному бухгалтерскому балансу. Все данные произведем в таблицу 3.11.

Таблица 3.11

Расчет показателей рентабельности ПАО «Таттелеком» на 2016 год.

Показатели	2015	2016		
		Показатели	Абсолютное изменение	Темп роста, %
1. Выручка от реализации, тыс.руб.	7192909	8305013	1112104	115,46
2. Прибыль от продаж, тыс. руб.	1089001	1383338	294337	127,03
3. Чистая прибыль, тыс. руб.	735112	728197,60	-6914,4	99,06
4. Среднегодовая стоимость внеоборотных активов, тыс.руб.	9016420	9643854	627434	106,96
6. Среднегодовая стоимость оборотных средств, тыс. руб.	1586571	1887280	300709	118,95
7. Среднегодовая стоимость собственного капитала, тыс. руб.	6399221	7023045	623824	109,75
8. Среднегодовая стоимость долгосрочных обязательств, тыс. руб.	2015273	1447391	-567882	71,82
9. Рентабельность реализации (продаж), %	15,14	16,66	1,52	110,02
10. Рентабельность внеоборотных активов, %	12,08	14,34	2,27	118,76

Продолжение таблицы 3.11

Показатели	2015	2016		
		Показатели	Абсолютное изменение	Темп роста, %
11. Рентабельность оборотных активов, %	68,64	73,30	4,66	106,79
12. Рентабельность собственного капитала, %	17,02	19,70	2,68	115,74
13. Рентабельность перманентного капитала, %	12,94	16,33	3,39	126,19
14. Экономическая рентабельность, %	6,93	6,32	-0,62	91,09

На основании расчетов прогнозных показателей рентабельности на 2016 год можно сказать, что по сравнению с отчетными данными на 2015 год показатели, которые рассчитаны по прибыли от продаж увеличиваются, что является положительной тенденцией. Однако те, которые рассчитаны по чистой прибыли, наоборот уменьшаются за счет уменьшения прогнозного значения чистой прибыли.

Так, рентабельность продаж увеличится на 1,52%. Это может означать, что цены будут снижены, объем продукции повысится. Рентабельность внеоборотных активов повысится на 2,27%, рентабельность оборотных активов повысится на 4,66%. Однако экономическая рентабельность, рассчитанная по чистой

прибыли, уменьшится на 0,62%, что является негативной тенденцией.

Таким образом, прогнозируя показатели рентабельности можно сказать, что выручка от реализации продукции и прибыль от продаж в прогнозном году увеличатся, но чистая прибыль при этом уменьшится. Положительной тенденцией является увеличение всех показателей рентабельности по прибыли от продаж ПАО «Таттелеком» в 2016 году.

Заключение

По итогам проделанной нами работы можно сделать выводы. Показателями, характеризующими эффективность деятельности предприятий, являются показатели рентабельности (или доходности).

Показатели рентабельности характеризуют финансовые результаты и эффективность деятельности организации. Они измеряют доходность организации с всевозможных позиций и систематизируются в соответствии с интересами участников экономического процесса.

Управление рентабельностью в свете особенностей ее расчета связано с двумя моментами:

- а) управление прибылью (числитель показателя рентабельности);
- б) управление базой формирования прибыли (знаменатель показателя рентабельности).

Управление рентабельностью означает, по сути, обеспечение желаемой динамики значений этих коэффициентов. Поскольку при расчете тех или иных коэффициентов рентабельности используются различные базы (т. е. показатели, с которыми сопоставляется некоторая прибыль), управление рентабельностью предусматривает не только воздействие на факторы формирования прибыли (т. е. отдельные виды доходов и расходов), но и выбор структуры активов, источников финансирования, видов производственной деятельности. В частности, меняя целевую структуру капитала, можно влиять на показатели рентабельности инвестиций; меняя структуру производства, можно воздействовать на рентабельность продаж и т. п. В любом случае эффективность и целесообразность принимаемых решений будет оцениваться комплексно — показателями прибыли и коэффициентами рентабельности; кроме того, по возможности должны учитываться и субъективные неформализуемые моменты, факторы и результаты.

Анализ показателей рентабельности был проведен в ПАО «Таттелеком», которое предоставляет услуги местной и Зоновой телефонной связи, оказывает

полный абсолютный диапазон услуг сети передачи данных, доступа к сети Интернет, весь комплекс современных телекоммуникационных услуг, также являясь единственным в РТ оператором интерактивного цифрового телевидения («Летай ТВ»).

Проведя анализ основных показателей рентабельности организации на основе прибыли от реализации продукции в отчетном и предыдущем периоде, а так же проведя сравнительный анализ двух этих периодов можно сделать вывод о том, что ПАО «Таттелеком» в 2014 году эффективнее функционировала, практически все показатели рентабельности увеличились с 2013 года. Однако в 2015 году все показатели рентабельности уменьшились из-за уменьшения прибыли от реализации, что является отрицательным фактором для организации.

Для более детального изучения снижения показателей рентабельности был проведен факторный анализ всех этих показателей. Сдерживающим фактором повышения уровня валовой рентабельности продаж является увеличение себестоимости продаж, что является отрицательной тенденцией в связи с увеличением расходов по материалам и расходов по выполнению строительно-монтажных работ в 2015 году.

Снижение рентабельности производственных фондов произошло в основном за счет замедления оборачиваемости запасов. Это произошло за счет накопления дополнительных запасов в целях расширения производства, а также накопления излишних, неходовых, залежалых материалов, и о неэффективном управлении запасами.

Факторный анализ рентабельности активов был проведен при помощи модели Дюпон, согласно которой который было выявлено, что негативным фактором, который сдерживает повышение уровня рентабельности активов, явилось уменьшение объема реализованной продукции за счет подъема цен в следствии подъема тарифов и цен на материалы, сырье, энергоносители. Это объясняется снижением прибыли от продаж в связи с увеличением выручки от продаж непропорционально подъему себестоимости.

Снижение рентабельности собственного капитала произошло за счет

замедления оборачиваемости собственного капитала. Данное обстоятельство связано с опережающим увеличением средней величины собственного капитала по сравнению с увеличением выручки от продаж. Также необходимо отметить, что организация стала меньше рисковать своими деньгами.

Также был проведен факторный анализ отдельных видов продукции, в котором выяснилось, что в ПАО «Таттелеком» заинтересованы в оказании услуги платного телевидения и снижении доли менее рентабельной продукции – услуги пропуска трафика, по которому наблюдается падение спроса.

В ПАО «Таттелеком» управление прибылью и рентабельностью обеспечивается в результате соблюдения следующих принципов:

а) Ориентация на основную цель развития организации.

б) Использование новых подходов в области формирования и использования прибыли. Управляющие ПАО «Таттелеком» прекрасно понимают, что даже наиболее эффективные управленческие решения в области формирования и использования прибыли, разработанные и реализованные в организации в предшествующем периоде, не всегда могут быть повторно использованы на последующих этапах ее деятельности.

в) Мониторинг за изменением факторов внутренней и внешней среды. Мониторинг тех сфер деятельности, которые влияют на прибыль и рентабельность организации.

г) Подготовка каждого управленческого решения в сфере формирования, распределения и использования прибыли должна учитывать альтернативные возможности действий. Выбор управленческих решений должен быть основан на системе критериев, которые определяют политику управления прибылью организации.

Следовательно, в ПАО «Таттелеком» управление прибылью и рентабельностью является приоритетной задачей. Так как основной задачей любой организации является получение максимальной прибыли с минимальными затратами.

Одним из главных факторов повышения рентабельности ПАО «Таттеле-

ком» является снижение себестоимости проданных товаров и, как следствие, увеличение валовой прибыли. Снижение затрат – это важнейшее направление деятельности руководства организации в сфере управления прибылью организации.

В ПАО «Таттелеком» категория затрат на оплату труда и отчисления на социальное страхование является преобладающей в структуре себестоимости. На основании полученных в исследовании данных можно прогнозировать дальнейшие изменения рентабельности организации.

В проведенном анализе и оценки показателей рентабельности ПАО «Таттелеком» было выяснено, что организация является рентабельным. ПАО «Таттелеком» в 2014 году эффективнее функционировала, практически все показатели рентабельности увеличились с 2013 года. Однако в 2015 году некоторые показатели рентабельности уменьшились, что является отрицательным фактором. На основании данного анализа можно разработать мероприятия по повышению прибыльности организации.

Так как значительное место в структуре себестоимости занимает оплата труда материальные затраты, поэтому актуальна задача роста производительности труда, сокращения численности административно-обслуживающего персонала. Важное значение для повышения производительности труда имеет надлежащая его организация.

Предприятию нужно ускорить оборачиваемость запасов для увеличения рентабельности производственных фондов. Необходимо отметить, что низкая оборачиваемость запасов объясняется большим объемом бездействующих запасов.

Одним из методов стимулирования сбыта продукции является либерализация условий кредита. Это необходимо для того, чтобы покупатели могли приобретать больше продукции. Также организация может передать счета дебиторов факторинговой компании. Другим способом ускорения оборачиваемости товарных запасов является вложение минимальных денежных средств в товарные запасы.

Также можно изменить структуру товарной продукции. Это мероприятие может привести к уменьшению условно-постоянных расходов, уменьшению амортизационных отчислений, изменению номенклатуры и ассортимента продукции, а также к повышению качества продукции.

Изучив, рынок потребителей продуктов ПАО «Таттелеком», можно сделать вывод, что отрасль сотовой связи начала развиваться в компании быстрыми темпами. Чтобы развивать данное направление и повышать выручку от услуг связи, компании необходимо максимально увеличивать зону покрытия сотовой связи и осваивать новые районы, где на сегодняшний день присутствуют сложности с приемом и скоростью передачи голосовой связи и данных.

Для осуществления мероприятия ПАО «Таттелеком» необходимо разместить технологическое оборудование поколения 5G на существующих базовых станциях. Годовой экономический результат от внедрения данного мероприятия по обновлению оборудования базовых станций составляет 195500 рублей.

Практическое применение проекта «Мобильный Кабинет и Онлайн Трансляция» позволит компании обновлять базу данных, с помощью которой компания сможет получать и отслеживать важную информацию о своих клиентах.

На основании прогнозного бухгалтерского баланса и отчета о финансовых результатах нами были рассчитаны прогнозные показатели рентабельности.

По сравнению с отчетными данными на 2015 год показатели, которые рассчитаны по прибыли от продаж, в 2016 году показатели увеличиваются, что является положительной тенденцией. Однако те, которые рассчитаны по чистой прибыли, наоборот уменьшаются за счет уменьшения прогнозного значения чистой прибыли.

Список использованных источников

1. Трудовой кодекс Российской Федерации (с изменениями на 6 апреля 2015 года) – Электронный ресурс. URL: <http://www.consultant.ru>
2. Налоговый Кодекс РФ – Электронный ресурс. URL: <http://www.consultant.ru>
3. Федеральный закон от 26.07.2006 N 135-ФЗ («О защите конкуренции») – Электронный ресурс. URL: <http://www.consultant.ru/about/software/>
4. Федеральный закон РФ «О бухгалтерском учете» от 06.12.2012 № 402-ФЗ. - Электронный ресурс URL: <http://www.consultant.ru>
5. Александер Р. Секреты успешных продаж / Рой Александер, Б. Чарлз .; пер. с англ. О.О.Озеровой. - М.: АСТ МОСКВА, 2010. -410 с.
6. Алпатов А. Реструктуризация предприятий: механизмы и организационные меры // Экономист. – 2015. – №3. – С. 26.
7. Андрейчиков А. В. Стратегический менеджмент в инновационных организациях. Системный анализ и принятие решений: Учебник / А.В. Андрейчиков, О.Н. Андрейчикова. – М.: Вузовский учебник: НИЦ Инфра-М, 2014. – 396 с. <http://znanium.com/bookread.php?book=363457>
8. Армстронг Г. Основы маркетинга, 5-е европейское изд. / Г. Армстронг, В. Вонг, Ф. Котлер, Д. Сондерс; пер. с англ. А. Назаренко, А. Свирид. - М.: ООО «И.Д.Вильямс», 2013. -752 с.
9. Алтухова М.В. Пример анализа прибыли и рентабельности // Справочник экономиста. – 2015. - №1. – С. 34-38.
10. Багиев Г.Л., Тарасевич В.М. Маркетинг: учебник для вузов, 3-е изд. / Под общ. ред. Г. Л. Багиева.- СПб.: Питер, 2015, -576 с.: ил.- (Серия «Учебник для вузов»).
11. Баздникин А.С. Цены и ценообразование: учебное пособие / А.С. Баздникин. – 2-е изд. перераб.и доп. - М.: Издательство Юрайт, 2015.-370 с.- (Основы наук).

12. Бакшт К.А. Построение отдела продаж: с «нуля» до максимальных результатов, 3-е изд. / К.А. Бакшт. - СПб.: Питер, 2015.-304 с.: ил.- (Серия «Искусство продаж»).
13. Бакшт К.А. Усиление продаж / К. А. Бакшт. - СПб.: Питер, 2010.-304 с.: ил.- (Серия «Искусство продаж»).
14. Беляев В.И. Маркетинг: основы теории и практики: учебник / В. И. Беляев. - М.: КноРус, 2010. - 680 с.
15. Бригхэм Ю., Эрхардт М. Финансовый менеджмент. 10-е изд./ Пер. с англ. под ред. к.э.н. Е.А. Дорофеева. - СПб.: Питер, 2010.- 960 с.: ил.- (Серия «Академия финансов»).
16. Гарабцов В.В. Управление затратами на предприятиях сферы сервиса. Учебник для специальности 080502.65 Экономика и управление на предприятии (в сфере сервиса) / В.В. Гарабцов, Г.Г. Линькова. – СПб.: СПбГУСЭ, 2013. – 207 с.
17. Грибов В.Д. Экономика предприятия: учебник. Практикум / В. Д. Грибов, В. П. Грузинов. 5-е изд., перераб. и доп.- М.: КУРС:ИНФРА-М, 2014. – 448 с.
18. Гамаюнов Б.П. Маркетинг и продажа услуг: книга о правильной продаже и покупке услуг / Б.П. Гамаюнов, Г.Н.Дятлова.- Ростов н/д: Феникс, 2013.-416 с. - (Бизнес-класс).
19. Гладких И. В. Ценовая стратегия компании: ориентация на потребителя [Электронный ресурс]: монография / И. В. Гладких; Высшая школа менеджмента СПбГУ. — СПб.: Изд-во «Высшая школа менеджмента», 2014. - 472 с. URL: <http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=492847> - (Дата обращения 16.02.2015 г.)
20. Годин А. М. Маркетинг [Электронный ресурс]: учебник для бакалавров / А. М. Годин. - Изд. 10-е, перераб. и доп. - М.: Изд: «Дашков и К», 2014. - 656 с.
21. Горшкова Л.А. Анализ конкурентоспособности субъекта хозяйствования / Л.А. Горшкова // Аудит и финансовый анализ. – 2016 –N3. – с. 43 - 49

22. Дональд Р. Л. Управление продуктом: учебник для студентов вузов, обучающихся по специальностям «Маркетинг», «Коммерция», «Менеджмент»/ Р. Л. Дональд, С. В. Рассел; пер. с англ. – 4-е изд.- М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2015.- 719 с. -(Серия «Зарубежный учебник»).
23. Зимин Н.Е. Технико-экономический анализ деятельности предприятий: Учебник. - М.: Колос, 2012. - 256с.
24. Елизаров, Ю.Ф. Экономика организаций (предприятий): Учебник для вузов /Ю.Ф. Елизаров. – 3-е изд., испр. – М.: Изд.: «Экзамен», 2015.-494 с. (Серия «Учебник для вузов»).
25. Ерёмин В.Н. Маркетинг: основы и маркетинг информации: учебник / В. Н. Маркетинг. - М.: КноРус, 2015. – 648с.
26. Кузнецова О.И., Сильчева Л.В., Масленникова Е.Г., Макеева Д.Р. Аспекты МІСЕ-туризма и его организации// Сервис в России и за рубежом. – 2015. – Т.8. - №2 (49). – С. 40-52.
27. Финансы предприятий: Учеб. пос. / Е.И. Бородина, Ю.С. Голикова, Н.В. Колчина, З.М. Смирнова; Под ред. Е.И. Бородиной. – М.: Банки и биржи; ЮНИТИ, 2014. – 208 с.
28. Финансовое управление компанией / Общ. ред. Е.В. Кузнецовой. – М.: Правовая культура, 2013. – 338 с.
29. Финансовое управление фирмой / Под ред. В.И. Терехина. – М.: ОАО »Издательство «Экономика», 2014. – 154 с.
30. Черникова Ю.В., Юн. Б.Г., Григорьев В.В. Финансовое оздоровление предприятий: теория и практика: Учеб.-практич. пособие. – М.: Дело, 2013. – 472 с.
31. Экономика предприятия: Учебник / Под ред. проф. Н.А. Сафронова. – М.: Экономистъ, 2010. – 608 с.
32. Бобрышев А., Кузенков А., Остапенков Д. Планирование и банкротство – понятия совместимые // Экономист. – 2013. – №5. – С. 88.
33. Глушецкий А. Реструктуризация: поводов много, а решение одно // Экономика и жизнь. – 2013. – №45 (ноябрь). – С. 27.

34. Зарук Н., Винничек Л. Управление финансовой устойчивостью предприятий // Экономика, управление. – 2015. – №12. – С. 51 – 59.
35. Иванова И.В. Методологические вопросы антикризисного анализа финансово-хозяйственной деятельности предприятия // Исследовано в России. – 2010. – №3. – С. 35 – 37.
36. Грищенко О.В. Анализ и диагностика финансово-хозяйственной деятельности предприятия: Учебное пособие. - Таганрог: Изд-во ТРТУ, 2012. - 112с.
37. Васина С.В. Считаем среднесписочную численность работников // Зарплата. – 2015. - №1 – с. 45-48
38. Мазурова И.И., Белозерова Н.П., Леонова Т.М., Подшивалова М.М. Анализ эффективности деятельности предприятия: Учебное пособие. – СПб.: изд-во СПбГУЭФ, 2010. – 113 с.
39. Савицкая Г.В. Теория анализа хозяйственной деятельности. – М.: 2013. – 330с.
40. Савицкая Г.В. Экономический анализ. – М.: Н. изд., 2010. – 328с.
41. Радионов Н.В., Радионова С.П. Основы финансового анализа: математические методы, сист. подход: Учебник.– СПб.: Альфа, 2013. -259с.
42. Савицкая Г.В. Анализ хозяйственной деятельности предприятия: Учебник. 4-е изд. перераб. и доп. (серия «Высшее образование»). – М.: Инфра-М. – 2014. – 356 с.
43. Чеглакова С.Г. Финансовый анализ деятельности предприятия: Учебное пособие. – Рязань: Узоречье, 2012. - 128с.
44. Чернышева Ю.Г., Чернышев Э.А. Анализ финансово-хозяйственной деятельности организации: Учебное пособие. – М.: Март, 2012. - 129с.
45. Чернов В.А. Управленческий учет и анализ коммерческой деятельности – М.: Финансы и статистика, 2014. – 381с.

Бакалаврская работа выполнена мною самостоятельно.

Использованные в работе материалы и концепции из опубликованной научной литературы и других источников имеют ссылки на них.

Отпечатано в 1 экземпляре.

Библиография составляет 45 наименований.

Один экземпляр сдан на кафедру « _____ » _____ 2016 г.

Дата « _____ » _____ 2016 г.

Студент _____

(Подпись)

(А.С.Аветян)

(Имя, отчество, фамилия)