

Министерство науки и высшего образования РФ
Федеральное государственное автономное
образовательное учреждение высшего образования
«СИБИРСКИЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

Хакасский технический институт – филиал ФГАОУ ВО
«Сибирский федеральный университет»
институт
«Строительство и экономика»
кафедра

УТВЕРЖДАЮ
зав. кафедрой СиЭ
Г.Н. Шибаева
подпись инициалы, фамилия
« ____ » _____ 2023 г.

БАКАЛАВРСКАЯ РАБОТА

38.03.01 Экономика
код – наименование направления

Экономическая эффективность деятельности предприятия и пути ее повышения
на примере ПАО «ВымпелКом»
тема

Руководитель _____
подпись, дата должность, ученая степень

Н.Л. Сигачева
инициалы, фамилия

Выпускник _____
подпись, дата

Г.А. Дмитриева
инициалы, фамилия

Абакан 2023

Продолжение титульного листа бакалаврской работы по теме
Экономическая эффективность деятельности предприятия и пути ее
повышения на примере ПАО «ВымпелКом»

Консультанты по
разделам:

Теоретическая часть

наименование раздела

подпись, дата

Н.Л. Сигачева

инициалы, фамилия

Аналитическая часть

наименование раздела

подпись, дата

Н.Л. Сигачева

инициалы, фамилия

Проектная часть

наименование раздела

подпись, дата

Н.Л. Сигачева

инициалы, фамилия

Нормоконтролер

подпись, дата

Н.Л. Сигачева

инициалы, фамилия

СОДЕРЖАНИЕ

ВВЕДЕНИЕ.....	6
1. ТЕОРЕТИЧЕСКАЯ ЧАСТЬ. ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ ЭФФЕКТИВНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ.	8
1.1. Сущность экономической эффективности	8
1.2. Основные показатели оценки деятельности предприятия.	11
1.3. Пути повышения эффективности деятельности предприятия.....	15
2. АНАЛИТИЧЕСКАЯ ЧАСТЬ. АНАЛИЗ ФИНАНСОВО- ХОЗЯЙСТВЕННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПАО «ВымпелКом».	21
2.1. Характеристика предприятия.....	21
2.2. Анализ качества продукции работ, услуг	26
2.3. Основные показатели деятельности предприятия.....	28
2.4. Сфера деятельности.....	33
2.5. Анализ капитала предприятия.	35
2.6. Анализ финансового состояния.....	44
2.7. Управленческий анализ.....	56
2.8. Вопросы по экологии.....	58
2.9. Заключительная оценка деятельности предприятия.....	59
3. ПРОЕКТНАЯ ЧАСТЬ. ПУТИ ПОВЫШЕНИЯ ЭФФЕКТИВНОСТИ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПАО «ВымпелКом».	61
3.1. Обоснования предлагаемых мероприятий.	61
3.2. Прогнозные показатели эффективности.....	
Список использованных источников	
Приложения.....	

ВВЕДЕНИЕ

Проблема повышения эффективности играет важную роль в экономической науке и практике хозяйствования любого предприятия. Эффективность – это сложное многомерное явление, меняющееся со временем, для изучения которого необходимо множество различных научно-методических подходов.

Предприятиям и организациям очень важно повышать эффективность производства и своей деятельности. Эффективность производства является одной из основных категорий рыночной экономики, которая напрямую связана экономическим развитием каждого предприятия отдельно и общества в целом. Концепция экономической эффективности используется для оценки и измерения эффективности предприятия. Данная концепция характеризует эффективность производственно-хозяйственной деятельности предприятия, которая определяется путем сопоставления полученных результатов и необходимых затрат. Результаты в экономике – это общая сумма использования или использования ресурсов. Результаты проявляются в различных формах: создание конкурентоспособного образца продукта, доходов от увеличения объема производства, количества новых продуктов. Они могут быть в естественном и стоимостном выражении.

Выбранная тема исследования довольно актуальна, поскольку экономическая эффективность является важнейшей характеристикой финансово-экономической деятельности. Показатели экономической эффективности деятельности полностью определяют конкурентоспособность и потенциал организации в процессе делового сотрудничества. Это дает возможность оценить гарантию интересов предприятия и его контрагентов в экономическом смысле.

Цель данной работы состоит в систематизации теоретических аспектов экономической эффективности и разработке мероприятий, направленных на повышение экономической эффективности деятельности предприятия.

В связи с этим необходимо решить ряд задач:

- изучить теоретические аспекты экономической эффективности деятельности;
- проанализировать финансово-хозяйственную деятельность исследуемого предприятия;
- оценить эффективность использования финансовых и материальных ресурсов предприятия;
- разработать мероприятие, направленное на повышение экономической эффективности;
- оценить эффективность предложенного мероприятия и возможность его реализации.

Объектом исследования ПАО «ВымпелКом».

Предметом исследования являются критерии и факторы повышения экономической эффективности.

Теоретико-методологические основы исследования составят работы отечественных и зарубежных авторов в области экономической эффективности. Информационной базой для выполнения аналитической части послужит финансовая отчетность выбранного объекта исследования за 2021-2022 годы.

В процессе написания работы будут использованы различные методы, такие как анализ и синтез, группировка и сравнение результатов, методы системного, организационного и управленческого и финансового анализа, метод экспертных оценок, оценки бизнеса и система сбалансированных показателей.

1. ТЕОРЕТИЧЕСКАЯ ЧАСТЬ. ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ ЭФФЕКТИВНОСТИ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ

1.1. Сущность экономической эффективности

В экономике предприятия в самом общем виде эффективность означает результативность производственно-хозяйственной деятельности, соотношение между достигнутыми результатами и издержками труда.

Эффективность – это производительность, действие. Во-первых, понятие эффективности относится к технологии. В то же время эффективность понимается как мера работы, выполняемой в отношении затраченной энергии или взаимосвязи между фактическим и потенциальным результатом любого процесса. Эффективность не является чисто объективной или технологической, но неизбежно зависит от оценок и является оценочной категорией.

В современных условиях управления, когда рыночные механизмы вступают в силу, а промышленные предприятия вынуждены осуществлять свою деятельность в условиях конкуренции, повышенное внимание уделяется проблеме эффективности производства как с позиций самих экономических агентов на всех уровнях экономики (предприятия, промышленности, региона) с целью корректировки управления и планирования, а также внешнего для объекта анализа институтов (инвестиционных и нормативных), для определения экономического статуса, предоставления данных о предприятиях в экономической системе страны [1].

В условиях рыночной экономики, характерной для развитых капиталистических стран и созданной в нашей стране, основными принципами и институтами, которые создают предпосылки для

рационализации затрат и результатов, являются частная собственность, свобода предпринимательства и выбора, конкуренция, система рыночных цен, и государственное вмешательство. Эффект интерпретируется как результат активности, эффективность означает отношение результата и стоимость его получения.

Экономическая эффективность – это соотношение между результатами деятельности и затратами предприятия.

Цель деятельности любого предприятия – достижение максимального результата (прибыли) при использовании ограниченного объёма (затрат).

Обобщающие показатели эффективности - ресурсоотдача и ресурсорентабельность.

Экономическая эффективность производства представляет собой количественное соотношение двух величин – результатов хозяйственной деятельности (эффекта) и производственных затрат, выражающих достигнутый уровень производительных сил и степень их использования.

На практике различают абсолютную (общую) и относительную (сравнительную) эффективность.

Абсолютная экономическая эффективность – показатель за определенный промежуток времени, характеризующий общую величину экономического эффекта в сопоставлении с размером затрат и ресурсов в отдельности и совокупности для сопоставления уровня эффективности по предприятиям и регионам.

Абсолютная экономическая эффективность выражается в показателях:

трудоемкость,

материалоемкость,

фондоемкость,

фондоотдача

капиталоотдача

капиталоемкость.

Сравнительная эффективность рассчитывается и анализируется при обосновании принимаемых производственно-хозяйственных, технических и экономических решений, для отбора из альтернативных вариантов наилучшего (оптимального).

Такой отбор осуществляется на основе сопоставления по вариантам системы технико-экономических показателей:

срок окупаемости

коэффициент эффективности дополнительных капитальных вложений, величины экономического эффекта.

Эффективность любой коммерческой структуры имеет затратное и ресурсное выражение (ресурсный и затратный методы определения эффективности).

Затраты, связанные с достижением эффекта, подразделяются на текущие и единовременные.

Текущие затраты включают оплату живого труда, амортизационные отчисления, затраты на поддержание основного капитала в работоспособном состоянии и др. расходы, включаемые в полную себестоимость промышленной продукции.

Единовременные затраты – это затраты, авансируемые для расширенного воспроизводства основного капитала.

Экономическую эффективность после ввода в действие новых основных фондов, новой техники и др. общество получает в течение периода их функционирования.

К этим затратам можно отнести и затраты на НИОКР. При оценке эффективности производства учитываются следующие виды ресурсов:

- 1) трудовые (включая управленческие решения);
- 2) оборотные средства;
- 3) основные фонды (включая капитальные вложения);
- 4) природные;

5) фактор времени [2].

1.2. Основные показатели оценки деятельности предприятия

Основные показатели это:

1) Выручка – валовое поступление экономических выгод в ходе обычной деятельности предприятия за период. Которая не связана со взносами капитала. Исключаются суммы, полученные от имени третьей стороны, такие как налог с продаж, налоги на товары и услуги и НДС, так как они не ведут к увеличению капитала, при агентских отношениях выручка будет являться суммой комиссионных вознаграждений от принципала.

2) Расходы по обычным видам деятельности.

Расходы, связанные с приобретением производственных запасов. Расходы, которые возникают в процессе доработки материально-производственных запасов для целей производства продукции, выполнения работ и оказания услуг и их продажи, а так-же продажи и перепродажи товаров (расходы по содержанию и эксплуатации основных средств и иных внеоборотных активов, а так же по поддержанию их в исправном состоянии, коммерческие расходы, управленческие расходы и др.).

3) Прибыль (убыток) от продаж.

Представляет собой валовую прибыль за вычетом управленческих и коммерческих расходов. Разность между валовой прибылью и управленческими и коммерческими расходами. Разность между чистой выручкой и полной себестоимостью реализованной продукции.

4) Прочие доходы и расходы, кроме процентов к уплате.

Доходами от обычных видов деятельности является: выручка от продажи продукции и товаров, поступления, связанные с выполнением работ, оказанием услуг.

Прочие доходы:

- поступления, связанные с предоставлением за плату во временное пользование активов организации;

- поступления, связанные с предоставлением за плату прав, возникающих из патентов на изобретения, промышленные образцы и других видов интеллектуальной собственности;

- поступления, связанные с участием в уставных капиталах других организаций (включая проценты и иные доходы по ценным бумагам);

- прибыль, полученная организацией в результате совместной деятельности;

- поступления от продажи основных средств и иных активов, отличных от денежных средств (кроме иностранной валюты), продукции, товаров; проценты, полученные за предоставление в пользование денежных средств организации, а также проценты

Расходы

Расходами по обычным видам деятельности являются расходы, связанные с изготовлением и продажей продукции, приобретением и продажей товаров, а также расходы, осуществление которых связано с выполнением работ, оказанием услуг.

Прочие расходы:

- расходы, связанные с предоставлением за плату во временное пользование активов организации;

- расходы, связанные с предоставлением за плату прав, возникающих из патентов на изобретения, промышленные образцы и других видов интеллектуальной собственности;

- расходы, связанные с участием в уставных капиталах других организаций;

- расходы, связанные с продажей, выбытием и прочим списанием основных средств и иных активов, отличных от денежных средств (кроме иностранной валюты), товаров, продукции;

- проценты, уплачиваемые организацией за предоставление ей в пользование денежных средств (кредитов, займов);

- расходы, связанные с оплатой услуг, оказываемых кредитными организациями;

- прочие операционные расходы.

Кроме того, в состав прочих расходов включаются:

- штрафы, пени, неустойки за нарушение условий договоров;

- возмещение причиненных организацией убытков;

- активы, полученные безвозмездно, в том числе по договору дарения; - убытки прошлых лет, признанные в отчетном году;

- поступления в возмещение причиненных организации убытков:

- суммы дебиторской задолженности, по которой истек срок
прибыль прошлых лет, выявленная в отчетном году;

- исковой давности, других долгов, нереальных для взыскания;

- суммы кредиторской и депонентской задолженности, по которым истек срок исковой давности;

- сумма уценки активов за исключением внеоборотных активов;

- курсовые разницы.

5) Прибыль до уплаты процентов и налогов.

Этот показатель отражает прибыль, связанную с основной и прочей хозяйственной деятельностью, после вычета операционных и внереализационных затрат, до налогообложения и результатов финансовых операций. Это один из важнейших показателей, поскольку он дает оценку эффективности операционной деятельности фирмы и её способности извлекать доход от эксплуатации своих активов без учета влияния финансовых решений и, в частности, финансовой структуры предприятия.

6) Проценты к уплате.

Проценты, уплачиваемые организацией за предоставление ей в пользование денежных средств (кредитов, займов).

7) Налог на прибыль, изменение налоговых активов и прочее.

Сумма налога на прибыль, определяется исходя из бухгалтерской прибыли (убытка) и отраженная в бухгалтерском учете независимо от суммы налогооблагаемой прибыли (убытка), является условным расходом (условным доходом) по налогу на прибыль.

Условный расход (условный доход) по налогу на прибыль равен Бухгалтерская прибыль, сформированная в отчетном периоде умноженная на ставку налога на прибыль.

Условный расход (условный доход) по налогу на прибыль учитывается в бухгалтерском учете на обособленном субсчете к счету по учету прибылей и убытков.

8) Чистая прибыль.

Чистая прибыль представляет собой разницу между доходами и расходами компании за вычетом налога на прибыль.

Чистая прибыль или убыток за период состоит из следующих слагаемых, каждое из которых должно раскрываться непосредственно в отчете о прибылях и убытках:

- прибыль или убыток от обычной деятельности;
- результаты чрезвычайных обстоятельств.

Чистая прибыль (убыток) за отчетный период = Прибыль (убыток) от продаж + Прибыль (убыток) от прочих видов деятельности – Налога прибыль [23].

1.3. Пути повышения показателей деятельности предприятия

Пути повышения экономической эффективности - набор конкретных мер по повышению эффективности производства в основных областях развития и совершенствования производства.

Основные пути повышения экономической эффективности производства:

- снижение трудоемкости;
- повышение производительности труда;
- снижение материалоемкости продукции;
- рациональное использование природных ресурсов;
- снижение капиталоемкости продукции;
- привлечение инвестиционной деятельности предприятий.

1) Научно-технический прогресс является важным фактором повышения эффективности предприятия.

В современных условиях необходимы революционные, качественные изменения, переход к принципиально новым технологиям, технологии последующих поколений, радикальное перевооружение всех отраслей народного хозяйства на основе новейших достижений науки и техники.

Необходимо обеспечить внедрение новейших технологий и технологий, широко применять прогрессивные формы научной организации труда, совершенствовать стандартизацию, добиваться культуры производства, укреплять порядок и дисциплину.

2) Одним из важных факторов интенсификации и повышения эффективности производства предприятий является режим сбережений. Ресурсосбережение должно стать решающим источником удовлетворения растущей потребности в топливе, энергии, сырье и материалах.

Повышение эффективности производства зависит от лучшего использования основных средств.

Необходимо интенсивно использовать созданный производственный потенциал, достичь ритма производства, максимально использовать оборудование, значительно увеличить смещение его работы и, на этой основе, увеличить объем производства с каждой единицы оборудования, от каждого квадратного метра производственной площади.

Результатом организации интенсивного использования производственных мощностей является ускорение темпов роста продукции без дополнительных капиталовложений.

3) Организационные и экономические факторы играют важную роль в повышении эффективности производства. Их роль особенно важна с ростом масштабов общественного производства с усложнением экономических связей.

Это требует дальнейшего развития и совершенствования промышленной социальной инфраструктуры, что оказывает значительное влияние на уровень эффективности производства.

В той же группе факторов широко используются различные рычаги экономического расчета и материальные стимулы, материальная ответственность и другие самодостаточные экономические стимулы.

4) При разработке планов экономического и социального развития основное внимание уделяется повышению эффективности производства, т. е. увеличению выпуска высококачественных конкурентоспособных продуктов с наиболее рациональным использованием трудовых, материальных и финансовых ресурсов.

Планирование показателей экономической эффективности производства основано на результатах разработки других разделов плана экономического и социального развития: производства и услуг, научно-технического развития, совершенствования производства и управления, труда и персонала, увеличения издержек, прибыли и рентабельность, капитальное строительство.

5) Особое место в интенсификации экономики предприятия, сокращение удельного потребления ресурсов связано с улучшением качества продукции. Эта задача должна быть предметом постоянного внимания и контроля, что является основным фактором при оценке работы каждого рабочего коллектива.

б) Среди всех факторов повышения эффективности и интенсификации производства решающую роль играют денационализация и приватизация экономики, научно-технический прогресс и активизация человеческой деятельности, укрепление личного фактора (общение, сотрудничество, координация, приверженность), и повышение роли людей в производственном процессе. Все остальные факторы взаимосвязаны по этим решающим факторам.

В зависимости от места и объема реализации способы повышения эффективности делятся на:

- общенациональные (государственный),
- отраслевые,
- территориальные,
- внутрипроизводственные.

В экономической науке стран с развитыми рыночными отношениями эти пути делятся на две группы:

- Внутреннее производство и внешние факторы или факторы, влияющие на изменение прибыли и контролируемые фирмой и неконтролируемые факторы, на которые фирма может только корректировать.

- Вторая группа факторов - это конкретные рыночные условия, цены на продукцию, сырье, энергию, обменные курсы, банковский интерес, систему государственных заказов, налогообложение, налоговые льготы и т. д.

Самая разнообразная группа факторов внутри производства в масштабах предприятия, ассоциации, фирмы. Их количество и содержание

специфичны для каждого предприятия в зависимости от его специализации, структуры, времени работы, текущих и будущих задач. Они не могут быть унифицированы и унифицированы для всех предприятий.

Количественная оценка производственных факторов дается с точки зрения технического и организационного совершенствования производства - снижения трудоемкости и повышения производительности труда, снижения потребления материалов и экономии материальных ресурсов, экономии от более низких издержек производства и увеличения прибыли и прибыльности, увеличения производственных мощностей и производства, а также удельный размер капитальных затрат и сроки осуществления деятельности.

Управление эффективностью и рентабельностью продукции на рынке предполагает, как разрабатываются и реализуются текущие планы, а также разрабатываются прогнозы, мониторинг и анализ их реализации. Важно учитывать фактор времени: время, необходимое для выхода на рынок нового продукта или услуг; время, необходимое для освоения и реализации новых идей, изобретений и предложений по рационализации, освоить производство новых продуктов и вывести их из производства и заменить их новыми или существенно модернизированными продуктами.

Переход к рыночной экономике вносит ряд существенных корректировок в теорию и практику оценки экономической эффективности, отбора и реализации оптимальных вариантов для производственных и экономических решений.

Во-первых, экономическая ответственность за производственные и экономические решения значительно возрастает по сравнению с обоснованием эффективности решений, принятых в контексте общей дезадаптации экономики, когда преобладало неоплачиваемое финансирование капитальных вложений, и предприятия по существу не несли финансовой ответственности для достоверности оценки и фактической

эффективности технических и организационных мер, соответствия дизайна и фактической эффективности.

Совершенно другая ситуация в условиях рыночной экономики, когда владелец средств несет полную финансовую ответственность за окончательные финансовые результаты производственной деятельности, то есть персонализация материальной и финансовой ответственности. В этих условиях расчеты и обоснование экономической эффективности уже не имеют формального характера, как это имело место в экономике с централизованным управлением, где, как правило, дизайн и фактическая эффективность принятых решений не совпадали.

Во-вторых, усиление ответственности за принимаемые решения тесно связано с увеличением степени риска инвестиционной деятельности и развития производства, когда регулятор рынка в основном выступает в качестве регулятора производства, всей системы страхования, независимой экспертизы проектов, и использование услуг консалтинговых фирм уже необходимо.

В-третьих, с учетом динамизма производства и инвестиций повышается ценность оценки фактора времени для обоснования и достижения финансовых результатов на основе дисконтирования (формулы сложных процентов).

В-четвертых, в отличие от системы управления и административного управления в условиях рыночных отношений и разнообразия форм собственности вместо единых, централизованно утвержденных экономических норм и стандартов эффективности применяются индивидуальные стандарты, которые формируются под влиянием рынка. Индивидуальные нормы очень динамичны, они меняются со временем под влиянием рынка. Они также учитываются при экономическом обосновании эффективности решений (нормы прибыли для предприятий, нормы амортизации, нормы потребления сырья и материалов). [3 стр. 121]

Таким образом, способы повышения экономической эффективности охватывают комплекс технических, организационных и социально-экономических мер, на основе которых достигается экономия живого труда, издержек и ресурсов, а также улучшается качество и конкурентоспособность продукции. Важнейшими факторами повышения экономической эффективности являются:

- снижение трудоемкости,
- повышение производительности труда,
- снижение материального потребления продукции,
- рациональное использование природных ресурсов,
- снижение капиталоемкости продукции,
- активизация инвестиционной деятельности предприятий.

Пути повышения эффективности предприятия подразумевают использование экономики. Ресурсосберегающие факторы должны быть решающими для удовлетворения постоянно растущего спроса на топливо, сырье, материалы и энергию. Кроме того, способы повышения эффективности предприятия включают мероприятия по лучшему распределению и использованию основных ресурсов и средств организации. Очень важно максимально использовать производственный потенциал предприятия, контролировать ритм производства и максимально использовать производственное оборудование.

В последующем процессе работы на основе теоретических предпосылок будет проведен анализ эффективности деятельности выбранного объекта исследования ПАО «Вымпелком».

2. АНАЛИТИЧЕСКАЯ ЧАСТЬ. АНАЛИЗ ФИНАНСОВ ХОЗЯЙСТВЕННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПАО «ВЫМПЕЛКОМ»

2.1. Характеристика предприятия

Этапы развития компании ПАО «ВымпелКом»:

1992 – Начало функционирования экспериментальной сети стандарта AMPS. Год основания компании и регистрация АО ВымпелКом.

1994 – начинается официальная реализация продукта компании под брендом Билайн (2000 абонентов по состоянию на 28 июля)

1996 год – регистрация Общества в реестре Нью-Йоркской фондовой биржи (50000 абонентов на конец года)

Примечание от автора. Это первая российская компания, которая провела IPO на Нью-Йоркской бирже. IPO-первичное размещение ценных бумаг (подробнее об термине IPO).

1997 год – получение лицензии на GSM. Появление первых роуминговых контрактов.

1998 год – контракт с Telenor – норвежская компания выкупает 25% + 1 акцию общества «Вымпел-Коммуникации». Развитие стратегического партнерства.

2001 год – акционером общества становится Альфа-групп. В сети Билайн числится 2 млн пользователей по состоянию на декабрь (учитывая регионы).

2002 год – «ВымпелКом» совместно с Ericsson первыми в стране выпускают услугу по передаче MMS (графических сообщений). Более 5 млн абонентов.

2004 год – 66 регионов обслуживания Билайн. «Вымпел-Коммуникации» – лидер по обхвату территории страны.

Запуск платформы EDGE (первый вывод в коммерческое пользование).

2005 год – формирование нового учета активных абонентов для мониторинга базы пользователей. Предоставление услуги Мобильной почты, предоставляющей пользователям доступ к корпоративной электронной почте посредством использования мобильного телефона.

2006 год – выход на иностранные рынки и расширение влияния в странах Ближнего Зарубежья – Грузия, Армения, Украина и т. д. Ввод дополнительного тарифа для трудовых мигрантов в целях обеспечения пользователей связью со странами СНГ.

В 2006 году был запущен уникальный тарифный план для людей с ограниченными слуховыми возможностями (Сообщение).

2007 год – открытие первого флагманского центра в Москве. Выход на рынок Грузии под брендом Билайн, открытие офисов продаж.

2008 год – слияние с «Голден Телеком» – создание единого оператора на территории РФ и стран СНГ.

2009 год – запуск первых 3G-объектов на территории Москвы.

2010 год – ключевое событие в истории компании – слияние с Киевстар – крупнейшим сотовым оператором на территории Украины. Объединенная компания получает название VimpelCom LTD. Регистрация холдинга – на Бермудских островах, главный офис – Нидерланды.

Распределение уставного капитала объединенной компании: 38,46 % — Altimo (Альфа-групп); 38,84% — Telenor; 22,7% — в свободном обращении (листинг на Нью-Йоркской фондовой бирже).

По данным Интерфакс, VimpelCom LTD – холдинг, присутствующий в 13 странах мира, количество пользователей – 207 млн абонентов (по итогам 2016 года). Основной продукт – голосовая связь, предоставление услуг по передаче данных, широкополосный интернет, цифровые и data-сервисы.

В марте 2017 года был произведен ребрендинг, VimpelCom Ltd переименован в VEON (на российское подразделение «ВымпелКом» это не оказало влияния)

2012 год – докупив 0,1 % акций, Общество «Вымпел-Коммуникации» становится обладателем 50% акций сети Евросеть (оставшиеся 50% принадлежат Мегафон).

Получение награды в премии за дополнительные услуги мультисервисных операторов в сфере домашнего цифрового телевидения.

2017 год – прекращение сотрудничества с Мегафоном в рамках Евросети. Мегафон выкупает 50% имеющихся акций «ВымпелКом» в обмен на 2100 салонов Евросети (за Евросетью остается статус автономной операционной компании) [14].

«ВымпелКом» в цифрах:

- Доля рынка – около 23 % рынка услуг сотовой связи (Большая четверка операторов России).

- 57 млн абонентов на территории РФ.

- 5 лет с возможностью продления – срок действия соглашения, заключенного «ВымпелКом» с Huawei и Nokia. Главная составляющая договора – перевод сетей «Вымпел-Коммуникации» на аутсорсинг. Партнеры холдинга будут управлять сетью, оптимизацией процессов, обслуживать оборудование. Переход к новой модели будет осуществляться в течение 2017 года в зависимости от региона.

Билайн – единственный оператор сотовой связи, функционирующей на Командорских островах в Беринговом море.

Основной продукт компании, представленный «Вымпел-Коммуникации» – мобильные телекоммуникации под брендом Билайн:

- мобильная связь для частных лиц и корпоративных клиентов;
- мобильный интернет;
- домашний интернет и ТВ;
- реализация техники: продажа телефонов, ноутбуков и т. д.

В июле 2017 года на территории России состоялся запуск новой коммуникационной платформы VEON — новый мессенджер с возможностью

использования клиентами независимо от оператора сотовых данных (для пользователей Билайн – бесплатно).

С 2010 года «ВымпелКом» также предлагает франшизы для развития собственных магазинов сотовой связи.

ПАО «ВымпелКом» — российская компания международной коммуникационной группы VimpelCom Ltd., которая является юридическим лицом и осуществляет свою деятельность в соответствии с существующим законодательством РФ и установленными нормами, и является одним из крупнейших мировых интегрированных операторов связи, работающей для более чем 200 миллионов клиентов по всему миру.

ПАО «ВымпелКом» предлагает интегрированные услуги мобильной и фиксированной телефонии, международной и междугородной связи, передачи данных, телематических услуг связи, доступа в Интернет на базе беспроводных и проводных решений, включая технологии оптоволоконного доступа, WiFi и сети третьего и четвертого поколения. В городе Абакан на данный момент первое место по скорости. Среди клиентов и партнеров «ВымпелКом» - частные лица, малые, средние и крупные предприятия, транснациональные корпорации, операторы связи.

Организационно-правовая форма: публичное акционерное общество.

Основной вид деятельности (по коду ОКВЭД): 61.20.1 - деятельность по предоставлению услуг подвижной связи для целей передачи голоса.

Руководитель выполняет следующие функции и обязанности по организации и обеспечению деятельности: заключает договоры, выдает доверенности; открывает расчетный и иные счета; утверждает штатное расписание; в пределах своей компетенции издает приказы и дает указания, обязательные для всех работников предприятия.

Главой всей компании является генеральный директор Слободин Михаил Юрьевич. Также, в каждом из многочисленных филиалов ПАО

«ВымпелКом» есть свой штат, своя организационная структура управления, которая представлена на рисунке 2.1.

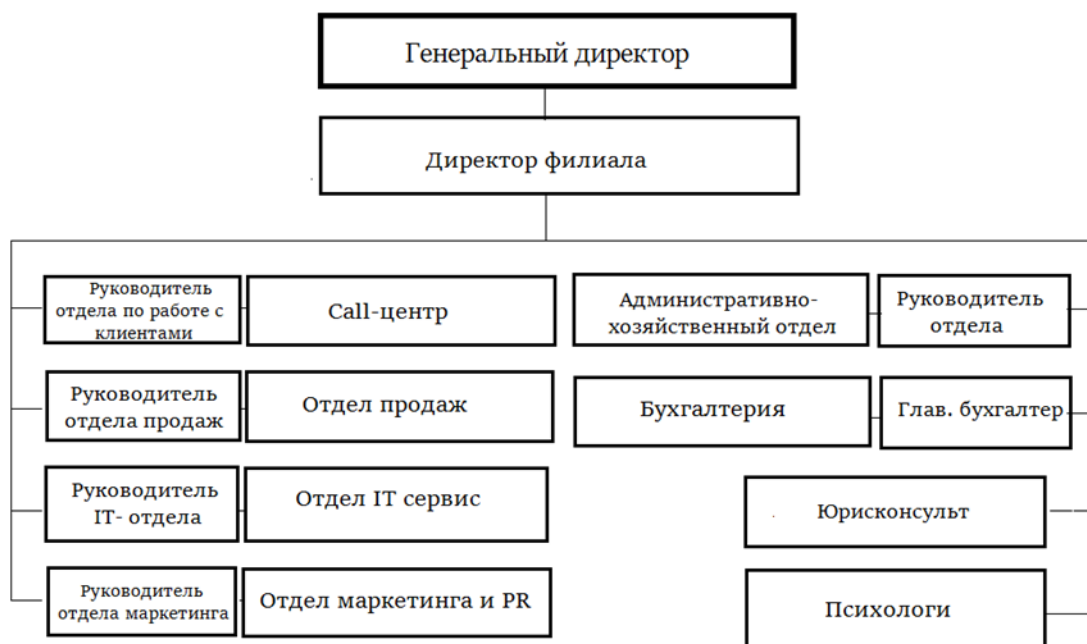


Рисунок 2.1 — Организационная структура ПАО «ВымпелКом»

В свою очередь отделы специализированы на выполнении определенных функций управления. Наряду со структурными подразделениями органов управления, осуществляющих общие управленческие функции, имеются отделы, занятые управлением отдельных стадий. Без объекта управления не может быть и субъектов. Следовательно, в основе управляющей системы лежит управляемая система.

При реализации своей стратегии основное внимание у компании к следующим аспектам:

- расширение деятельности по стране в целом, продолжение расширения деятельности в регионах.
- развитие дополнительных услуг.
- улучшение качества обслуживания клиентов.

Обеспечение высокого качества обслуживания по всем точкам контакта с клиентом осуществляется за счет оптимизации работы каналов сбыта и обслуживания, а также доработки существующих и запуска новых продуктов и услуг.

Компания планирует развивать свою деятельность, уделяя большое внимание развитию перспективных технологий сотовой связи, а также через внедрение единых бизнес - решений в области информационных технологий, маркетинга, системы дистрибуции, обслуживания клиентов. [12]

2.2. Анализ качества продукции работ, услуг

Анализ преимущественно построен на сравнении компании с ее конкурентами, выделении лучших сторон. В целом, для выживания и процветания фирма должна удовлетворять потребности потребителей и выживать в условиях конкуренции. Что касается отрасли сотовой связи, важнейшими критериями оценки успеха компании являются хорошее качество услуг связи, низкие цены (или приемлемое соотношение «цена-качество»), территориальная распространенность, сотрудничество с другими операторами, предоставление удобного роуминга, персонал, мотивированный на достижение результатов, лидерство, развитый маркетинг, а также гибкая ценовая политика. Для достижения хороших результатов компании нужны высокие показатели по каждому из этих факторов. При низких или нулевых показателях компания может потерпеть крах. Компания должна контролировать эти показатели и в нужных случаях.

Проведем анализ деятельности компании по ряду направлений.

Используем для этих целей современный способ исследования: SWOT-анализ, таблица 2.1.

Таблица 2.1 – SWOT-анализ

Возможности	Угрозы
<p>1. Из снижения уровня конкуренции следует возможность снижения расходов на рекламу и вследствие этого не повышать цены на услуги.</p> <p>2. Увеличение уровня доходов населения ведет к увеличению суммы расходов населения на услуги сотовой связи.</p> <p>3. Снижения налогов и сборов позволяет снизить цены на услуги связи тем самым увеличить спрос, увеличить прибыль.</p> <p>4. Снижение цен на взаимодополняющие товары и услуги повлечет за собой спрос на услуги компании.</p> <p>5. Возрастает спрос на дополнительные сетевые услуги. Большая часть доходов (примерно 90%) операторы получают от СМС и голосовых услуг. Остальные 10% приходится на услуги передачи данных, то есть увеличение спроса на дополнительные услуги повлечет за собой увеличение прибыли компании.</p>	<p>1. Низкий темп роста рынка (сокращение роста). Значит на рынке жесткая конкуренция, борьба участников рынка с ценами.</p> <p>2. Конкуренты занимают большую часть рынка.</p> <p>3. В связи с конкурентной средой могут снизиться цены у конкурентов, что повлечет за собой отток абонентов, а, следовательно, и снижение прибыли.</p> <p>4. Расширения зоны покрытия конкурентами. Повлияет на уровень конкуренции особенно в населенных пунктах, которые до этого не были освоены другими операторами.</p> <p>5. Новые конкуренты на рынке, с более привлекательными ценами и услугами.</p> <p>6. Снижение уровней доходов населения. Уменьшится сумма расходов населения на услуги сотовой связи.</p> <p>7. Человеческий фактор, например, о вреде здоровью телефонами и т. п. Может повлечь за собой отказаться абонентов от сотовой связи.</p>
Преимущества	Недостатки
<p>1. Один из лидеров рынка ПАО «ВымпелКом». 220 миллионов абонентов в 19 странах мира</p> <p>2. Довольно большая зона Покрытия</p> <p>3. Высокое качество услуг. То есть малое количество сбоев и перебоев в сети.</p> <p>4. Усовершенствование</p>	<p>1. Для всех классов общества реклама по своей сути однородна, то есть не может идти речь о «престиже» и т.п.</p> <p>2. Большая зона покрытия требует больших издержек и соответственно больше тех. Обслуживания и т.д.</p> <p>3. Высокая цена в областях</p>

<p>технологий и внедрение новых. (например, внедрение 4G сети и т.д.)</p> <p>5. Внедрение новых услуг и технологий позволит увеличить прибыль;</p> <ul style="list-style-type: none"> - известность на домашнем рынке способствует с большей вероятностью выйти на новый рынок; - квалификация персонала, контроль качества, неудачное поведение конкурентов и развитие рекламных технологий дадут возможность успеть за ростом рынка; - грамотно выработанная стратегия позволит использовать дополнительные возможности на рынке, чего нет у других. - Постоянное наблюдение за изменением вкусов абонентов. 	<p>страны.</p> <p>4. Низкая ценность инноваций для потребителя. Не все абоненты (в силу разных причин) могут оценить новую предлагаемую линейку услуг.</p> <p>5. Не большое количество центров обслуживания, то есть нужда абонентов в персональной помощи представителей сотовой связи</p> <ul style="list-style-type: none"> - плохая рекламная политика создаст затруднения при выходе на новые рынки; - высокий уровень цен ухудшит конкурентную позицию на рынке, поэтому фирме требуется искать некий баланс, а это дополнительные затраты; - воздействие неблагоприятной политики государства может привести к выходу из отрасли; - непродуманная рекламная политика не удержит покупателей при изменении их вкусов;
--	---

В таблице 2.1 представлен SWOT анализ, метод стратегического планирования, который составлен для ПАО «ВымпелКом» для оценки сильных и слабых сторон компании и перспектив развития и угроз извне.

Кадровая политика

Для обеспечения постоянного повышения квалификации сотрудников «ВымпелКом» функционирует Корпоративный университет, в котором проводятся тренинги, онлайн курсы и иные методы обучения персонала.

Кроме того, «ВымпелКом» реализует программу по привлечению студентов на специализированные практики и обучение.

Социальные гарантии: добровольное медицинское страхование, служебная мобильная связь, скидки на услуги сторонних операторов, социальные выплаты.

С 2011 года работает благотворительный фонд «Подари надежду». Фонд предназначен для оказания помощи персоналу холдинга, оказавшемуся в трудных жизненных ситуациях (выплаты на лечение и т. д.). Взносы в Фонд – добровольны.

«ВымпелКом» оказывает поддержку многим благотворительным фондам посредством предоставления мобильной связи и интернета. Кроме того, для увеличения потока пожертвований Билайн разрабатывает специальные мобильные сервисы (более 80 благотворительным фондам, в том числе «Подари Жизнь», «Русфонд» и «Детские сердца», «Вера»).

В 2013 году для пользователей был запущен новый сервис – M-charity, позволяющий осуществлять ежемесячные пожертвования абонентами с мобильного счета напрямую в Фонды.

Основные направления социальных инвестиций: адаптация людей с ограниченными возможностями по слуху, оказание поддержки группе «Лиза Алерт», занимающейся поиском пропавших людей, волонтерская деятельность.

2.3. Сфера деятельности

ПАО «ВымпелКом» под товарным знаком «Билайн» предоставляет интегрированные услуги:

- мобильной и фиксированной телефонии
- междугородной и международной связи
- передачи данных и телематических услуг связи

- доступа в Интернет на базе беспроводных и проводных решений, включая технологии оптоволоконного доступа, Wi-Fi и сети третьего и четвертого поколений

- облачных сервисов и конвергентных решений

Клиенты и партнеры «ВымпелКом»:

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

Основными конкурентами ПАО «ВымпелКом» являются ПАО «Мобильные ТелеСистемы» («МТС») и ПАО «Мегафон» («Мегафон»), ООО «Т2 Мобайл» («Теле2 Россия»).

Оценка масштабов деятельности

Уставный капитал ПАО "ВЫМПЕЛКОМ" составляет 289 тыс. руб.

Облигации (7 выпусков) ПАО "ВЫМПЕЛКОМ" торгуются на Московской бирже.

В 2021 году организация получила выручку в сумме 286 млрд руб., что на 12,3 млрд руб., или на 4,5%, больше, чем годом ранее.

По состоянию на 31 декабря 2021 года совокупные активы организации составляли 467 млрд руб. Это на 53,2 млрд руб. (на 12,9%) больше, чем годом ранее.

Чистые активы ПАО "ВЫМПЕЛКОМ" по состоянию на 31.12.2021 составили 53,1 млрд руб.

Результатом работы ПАО "ВЫМПЕЛКОМ" за 2021 год стала прибыль в размере 3 млрд руб. Это на 85,9% меньше, чем в 2020 г.

На конец II кв. 2022 года, ПАО "Вымпелком" - высокорискованное, значительно закредитованное, абсолютно неликвидное, малоэффективное предприятие. На 1 рубль собственного капитала приходится 7.99 рубля

заёмных денег. Заёмный капитал обеспечен собственными резервами на 13%.
Общая задолженность компании состоит из 284 683,0 млн. руб. долгосрочных обязательств и 86 847,9 млн. руб. текущих. Текущие обязательства включают в себя 65 257,1 млн. срочных и 21 590,8 млн. краткосрочных рублей. Ликвидность по срочным обязательствам недостаточная, по менее срочным - то же. В отчетном периоде компания погасила 1 807,1 млн. руб. долгосрочных и заняла 2 022,1 млн. руб. краткосрочных денег. Инвестиционный риск максимальный. Предприятие некредитоспособное.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Зайцев Н.Л. Экономика промышленных предприятий: Учебник, 2-е изд., перераб. и доп. – М.: ИНФРА-М, 2018.
2. Сенько А.Н. Экономика предприятия: Учеб. пособие. Мн., 2020.
3. Каморджанова Н.А., Карташова И.В. Бухгалтерский финансовый учет: Учебное пособие. - СПб.: Питер Пресс, 2017. - 288 с.
4. Бжассо А. А. Формирование информационной базы для оценки результативности управления корпорациями при реализации проектов с государственным участием // Экономика и предпринимательство. 2019. № 6 (107). С. 1285–1288.
5. Благодатин А. А., Л.Ш. Лозовский, Райзберг Б.А. Финансовый словарь. М.: ИНФРА М, 2019. 256 с.
6. Бланк И. А. Управление финансовыми ресурсами / И. А. Бланк. М.: Омега–Л, 2018. 768 с.
7. Бляхман Л. С. Основы функционального и антикризисного менеджмента. СПб.: Изд-во Михайлова, 2018. 270 с.
8. Бондарев А. А. Восстановление платежеспособности в финансовом оздоровлении // Антикризисное и внешнее управление. 2018. № 2. С. 91.
9. Бреславцева Н. А. Банкротство организаций. Ростов н/Д.: Феникс, 2018. 160 с.
10. Васильева Г. А., Кожевникова Т. И. Диагностика риска банкротства предприятий // Вестник МГУЛ – Лесной вестник. 2018. № 5.
11. Витун С. Е., Чигрина А. И. Финансы организаций: пособие для студентов. Гродно: ГрГУ, 2018. 340 с.
12. Газизов, Р.Р. Содержание и основные элементы инновационного потенциала персонала предприятия//Теория и практика общественного развития. 2019. № 16. – С. 297.
13. Гаврилов, Д.В. Инновационные технологии в кадровом

менеджменте /Д.В. Гаврилов, Э.В. Бардасова//Вестник Казанского технологического университета. — 2019. -Т. 16. -N 3. -С. 267-270.

14. Базаров, Т. Ю. Технология центров оценки персонала: процессы и результаты (практическое руководство). -М.: Издательство «КноРус», 2018. – 507с.

15. Бердникова, Т.Б. Анализ и диагностика финансово - хозяйственной деятельности предприятия: учеб. пособие. - М.: ИНФРА-М, 2019. – 452 с.

16. Чутко, В.В., Великая Е.Г. – Индикаторы оценки эффективности организации [Электронный ресурс]: Балтийский гуманитарный журнал. 2014. №2 стр. 57-61. - Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/indikatory-otsenki-effektivnosti-organizatsii/viewer>

17. Образовательный портал Студопедия - Показатели, используемые при оценках эффективности аппарата управления [Электронный ресурс]. Режим доступа:https://studopedia.ru/11_182536_pokazateliispolzuemiepriotsenkaheffektivnosti-apparata-upravleniya.html

18. Концевич, Г.Е., Чистова М.В. Совершенствование системы управления предприятием / Г.Е. Концевич, М.В. Чистова. В сборнике: Экономика и управление: практические аспекты. Материалы научно-практической конференции. Под редакцией Н.В. Данченко, Е.В. Сердюковой. 2018. — С. 97-102.

19. Дробышева, В.Г., Костылев А.А. Оптимизация системы мотивации персонала как фактор повышения конкурентоспособности предпринимательской деятельности//Социально-экономические явления и процессы. 2019. Т. 9. № 11. — С. 72-77.

20. Вахрушина, М.А. Управленческий анализ. / М.А. Вахрушина – М.: Изд-во Омега – Л, 2018. – 400с.

21. Кейлер, В.А. Экономика предприятия: курс лекций / В.А. Кейлер. – Новосибирск: НГАЭиУ, 2018. – 132 с.

22. Трепаков, А.С. Оценка и анализ состояния и тенденций развития рынка сотовой связи России // Экономика, предпринимательство и право. – 2017. – Том 7. – № 1. – С. 49-64.


23. Анализ российского рынка телекоммуникационных услуг: итоги 2016 г., прогноз до 2019 г. [Электронный ресурс] // URL: <https://marketing.rbc.ru>.

Министерство науки и высшего образования РФ
Федеральное государственное автономное
образовательное учреждение высшего образования
«СИБИРСКИЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

Хакасский технический институт – филиал ФГАОУ ВО
«Сибирский федеральный университет»
институт
«Строительство и экономика»
кафедра

УТВЕРЖДАЮ

зав. кафедрой СиЭ

 Р.Н. Шибаета

подпись инициалы, фамилия

«27» 06 2023 г.

БАКАЛАВРСКАЯ РАБОТА

38.03.01 Экономика

код – наименование направления

Экономическая эффективность деятельности предприятия и пути ее повышения
на примере ПАО «ВымпелКом»

тема

Руководитель


подпись, дата должность, ученая степень

Н.Л. Сигачева
инициалы, фамилия

Выпускник


подпись, дата

Г.А. Дмитриева
инициалы, фамилия

Продолжение титульного листа бакалаврской работы по теме
Экономическая эффективность деятельности предприятия и пути
повышения на примере ПАО «ВымпелКом»

Консультанты по
разделам:

Теоретическая часть
наименование раздела

Сигачева, 26.06.23
подпись, дата

Н.Л. Сигачева
инициалы, фамилия

Аналитическая часть
наименование раздела

Сигачева, 26.06.23
подпись, дата

Н.Л. Сигачева
инициалы, фамилия

Проектная часть
наименование раздела

Сигачева, 26.06.23
подпись, дата

Н.Л. Сигачева
инициалы, фамилия

Нормоконтролер

Сигачева, 26.06.23
подпись, дата

Н.Л. Сигачева
инициалы, фамилия