

ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ АВТОНОМНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
**«БЕЛГОРОДСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ НАЦИОНАЛЬНЫЙ
ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ»**
(Н И У « Б е л Г У »)

ИНСТИТУТ ЭКОНОМИКИ
КАФЕДРА ФИНАНСОВ, ИНВЕСТИЦИЙ И ИННОВАЦИЙ

ФОРМИРОВАНИЕ ПРИБЫЛИ ГРУППЫ КОМПАНИЙ

Магистерская диссертация
обучающегося по направлению подготовки 38.04.08 Финансы и кредит
магистерская программа Корпоративные финансы
заочной формы обучения, группы 06001579
Бортникова Ивана Сергеевича

Научный руководитель
профессор кафедры финансов,
инвестиций
и инноваций
Флигинских Т. Н.

Рецензент
профессор кафедры учета,
анализа и аудита
Усатова Л. В.

БЕЛГОРОД 2018

ОГЛАВЛЕНИЕ

ВВЕДЕНИЕ.....	3
ГЛАВА 1. ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ ФОРМИРОВАНИЯ ПРИБЫЛИ КОМПАНИИ	
1.1.Экономическая сущность, функции и виды прибыли.....	7
1.2. Система факторы, влияющие на размер прибыли.....	15
1.3. Специфика формирования прибыли в акционерных обществах на основе инноваций в телекоммуникационную отрасль.....	20
ГЛАВА 2. ПРАКТИКА ФОРМИРОВАНИЯ ПРИБЫЛИ ГРУППЫ КОМПАНИЙ (НА ПРИМЕРЕ ПАО «МТС»)	
2.1. Организационно-экономическая характеристика	27
2.2. Особенности формирования прибыли Компании.....	40
2.3. Оценка факторов, влияющих на формирование прибыли ПАО «МТС»..	48
ГЛАВА 3. НАПРАВЛЕНИЯ РАЗВИТИЯ И РОСТА ПРИБЫЛИ КОМПАНИИ	
3.1. Прогноз формирования прибыли Компании	54
3. 2. Направления развития МТС и финансовых сервисов на основе инноваций.....	60
3.3. Повышение доходности путем хеджирования финансовых рисков...	68
ЗАКЛЮЧЕНИЕ.....	73
БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК.....	77
ПРИЛОЖЕНИЯ.....	85

ВВЕДЕНИЕ

Актуальность заключается в том, что в силу быстрых изменений в экономике, зачастую повлекших за собой тяжелые последствия, рынок услуг сотовой связи подвержен колебаниям из-за острой конкуренции. Это требует анализа и оценки изменения спроса, оценки доходности, стоимости компании, структуры формирования, использования и распределения прибыли. Предполагает активное реагирование и корректировку инвестиционных программ в направлении дополнительных возможностей экономии и источников доходов. Тенденции развития рынка с учётом многоаспектной оценки компании на основе внедрения инноваций необходимы также для принятия эффективных стратегических финансовых управленческих решений и улучшения финансовых результатов деятельности. Важность комплексного решения этих вопросов предопределили цель и задачи магистерской диссертации.

Степень научной разработанности. Проблемам формирования прибыли компаний в настоящее время уделяется первостепенное значение как в теоретическом, так и в практическом аспектах. Но вместе с тем стремительное развитие конкуренции в высокотехнологичной телекоммуникационной отрасли влияет и на концентрацию активов, развитие рынка сотовой связи. На этой основе усиливается процесс слияний и поглощений, вертикальной системной интеграции, сопровождающийся и усилением финансовых рисков. В условиях экономической нестабильности идет поиск оптимальных размеров Группы компаний, способной стабильно развиваться и получать прибыль. Проблеме финансового становления телекоммуникационной отрасли труды таких авторов, как: Улезлова Л.В., Мезенцева О.Е., Гусаков Н.П., Коновалова Ю.А., Зубкова Л.Д., Дьячков С.М. и других.

Кроме работ перечисленных авторов в работе были взяты за основу базовые концепции финансового менеджмента. Однако вопросы формирования прибыли в Группе компаний в условиях политической нестабильности и санкций изучены недостаточно. Все это и послужило основанием для выбора темы диссертационного исследования.

Цель работы - теоретическое обоснование принципов формирования, особенностей современного состояния прибыли Группы компаний сотовой связи, и разработка практических рекомендаций ее увеличения.

Задачи:

- уточнить экономическую сущность и специфику формирования прибыли акционерных обществ;
- охарактеризовать организационно-экономические и финансовые условия развития ПАО «МТС»;
- выявить особенности формирования и управления прибылью ПАО «МТС»;
- классифицировать факторы, влияющие на размер прибыли Компании;
- разработать направлений увеличения прибыли путем точек роста Компании и хеджирования значимых финансовых рисков.

Объект исследования – процесс формирования и стабилизации прибыли Группы компаний сотовой связи.

Предмет исследования – финансовые отношения по поводу формирования прибыли и ее увеличения в Компании сотовой связи.

Теоретической основой магистерской работы послужили труды ученых экономистов по проблемам формирования прибыли в крупных компаниях сотовой связи с учетом отраслевых особенностей, Нормативно-правовые акты Российской Федерации, указы Президента РФ, постановления Правительства РФ, другие источники научной информации и публикации.

Методологической основой работы являются базовые концепции, принципы формирования прибыли в акционерных обществах, система

методов: индукции и дедукции; анализа и синтеза; эволюционный, статистический, экономического анализа, монографический, аналогии, экстраполяции, анализ чувствительности, операционный анализ, балансовый, расчетно-конструктивный, нормативный, экономического моделирования и другие.

Информационной базой послужили бухгалтерская отчетность, годовые отчеты, официальный сайт ПАО «МТС», «Мегафон», «Ростелеком» официальные сайты Центрального банка, Международного валютного фонда, Министерства внутренних дел РФ, Министерства промышленности и торговли РФ, Министерства финансов РФ, Федеральной службы государственной статистики, крупных рейтинговых агентств России и мира, данные аналитических центров.

Научная новизна магистерской диссертации состоит в разработке комплекса теоретических положений формирования прибыли Группы компаний и разработке комплекса стабилизационных мероприятий по росту прибыли ПАО «МТС».

Положения, выносимые на защиту:

- адаптированы теоретические основы формирования прибыли в производственных предприятиях к условиям высокотехнологичной телекоммуникационной отрасли и крупной Компании акционерного типа;
- определены ключевые факторы, и направления формирования прибыли и развития на ее основе Компании;
- выявлены специфические особенности формирования прибыли по видам в ПАО «МТС»;
- обоснована целесообразность дальнейшего внедрения инноваций, расширения и улучшения финансовых сервисов, при которых учитываются негативные факторы в целях их устранения;
- определена точка безубыточности при увеличении доли постоянных затрат и четырехфакторная модель возможности банкротства;

– разработан алгоритм повышения прибыли на основе хеджирования плавающих и фиксированных процентных рисков.

Теоретическая значимость выполненного исследования заключается в обобщении имеющейся информации по формированию прибыли в крупной Компании, обобщен опыт формирования прибыли в акционерных обществах, выявлены и классифицированы факторы, влияющие на размер прибыли в ПАО «МТС», обосновано использование комплексной системы стабилизации финансовых показателей в условиях санкций.

Практическая значимость выполненного исследования состоит в обосновании теоретических положений и рекомендаций методического характера, позволяющих на основе результатов прикладного характера использовать в процессе формирования прибыли, выявления степени действия негативных факторов и методов управления ими в целях стабилизации и роста доходности Компаний сотовой связи.

Структура и объем магистерской диссертации. Магистерская диссертация состоит из введения, трех глав, заключения, библиографического списка и приложений.

ГЛАВА 1. ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ ФОРМИРОВАНИЯ ПРИБЫЛИ

1.1 Экономическая сущность, функции и виды прибыли

Для правильного понимания экономической сущности прибыли необходимо рассмотреть сам термин «прибыль» с нескольких сторон. Многие авторы рассматривают прибыль с нескольких точек зрения: как итоговый результат деятельности организации, в качестве источника самофинансирования в будущем, просто как дону из категорий в экономике и т.д.

Под экономической категорией прибыли – следует подразумевать чистый доход предприятия, созданный в процессе предпринимательской деятельности, являющийся источником самофинансирования в будущем. Прибыль есть разница между доходами и расходами.[23. с.372]

Экономическое содержание прибыли проявляется в выполняемых ею функциях, среди которых выделяют следующие:

- прибыль – экономический эффект, полученный в результате деятельности предприятия, следовательно, прибыль – это показатель эффективности деятельности фирмы.
- стимулирующая функция прибыли проявляется в том, что прибыль выступает основным внутренним источником формирования финансовых ресурсов организации, обеспечивающих ее развитие, а также источник выплаты дивидендов держателям акций и соучредителям.
- прибыль – это источник формирования доходов бюджетов.

Поэтому прибыль является не только источником формирования финансовых ресурсов отдельно взятого предприятия, но и государства в целом. Источник расширенного воспроизводства не только в рамках

предприятия, но и в масштабе всего общества, фактор экономического и социального развития государства.

Управление прибылью довольно сложный и емкий по времени процесс, который подразумевает увеличение благосостояния владельцев или учредителей, а также акционеров. Важными показателями, характеризующими степень деловой активности организации за текущие отчетные периоды и за отчетный год, являются данные о величине и составляющих финансового результата работы коммерческой организации - прибыли от обычной (предпринимательской, основной, производственно-эксплуатационной) деятельности, составляющей предмет работы организации, а также инвестиционной и финансовой деятельности. В отчете эти стороны деятельности организации находят полноценную денежную оценку, выражаемую в виде системы показателей финансовых результатов.[31.с.123]

Прибыль предприятия формируется следующим образом = Сальдо денежных средств от основной деятельности предприятия + Сальдо денежных средств от финансовой деятельности + Сальдо денежных средств от инвестиционной деятельности.

Основным показателем прибыли, используемой для оценки производственно-хозяйственной деятельности выступает: балансовая прибыль, прибыль от реализации выпускаемой продукции, валовая прибыль, налогооблагаемая прибыль, прибыль, остающаяся в распоряжении предприятия (чистая прибыль).

Данные отчета о прибылях и убытках занимают значимую часть бухгалтерской отчетности, которая дополняет, разъясняет, уточняет и расширяет информационный поток, представленный в бухгалтерском балансе (ф. N 1) как совокупность итоговых показателей работы организации за отчетный период. По данным отчета о прибылях и убытках:

- проводят экономический анализ уровня и динамики показателей финансовых результатов деятельности, факторный анализ прибыли от продажи продукции, работ, услуг;
- выявляют влияние на общую величину прибыли от продажи продукции, работ, услуг изменений продажных цен, цен исходных сырья, материалов, топлива, энергии, изменений объема продаж, а также влияние уровня себестоимости продукции, работ, услуг;
- осуществляют анализ уровня рентабельности и др.

По итогам анализа финансовых результатов выявляются резервы их роста и разрабатываются мероприятия, внедрение которых позволит улучшить экономические показатели работы организации.

Рассмотрим, как формируется прибыль в отчете о прибылях и убытках.

$$ВП=В-НДС-с/с \quad (1)$$

где, ВП – валовая прибыль;

В – выручка.

$$Пр= ВП-Рк-Ру \quad (2)$$

где, Пр – прибыль;

Рк, Ру – расходы соответственно коммерческие и управленческие.

Налог на прибыль, подлежащий к уплате представляет собой произведение полученной прибыли, умноженной на 20%. Необходимо отметить, что значительные изменения внесены в главу 25 НК РФ «Налог на прибыль организаций». Снижена ставка налога на прибыль с 24 до 20 процентов за счет сумм налога, подлежащих зачислению в федеральный бюджет. Данное изменение вступило в силу с 1 января 2009 года. Чистая прибыль (убыток) отчетного периода = Прибыль (убыток) до налогообложения - Текущий налог на прибыль.

По видам хозяйственной деятельности в соответствии с группировкой деятельности, предложенной МСФО, выделяют (рис.1.1):

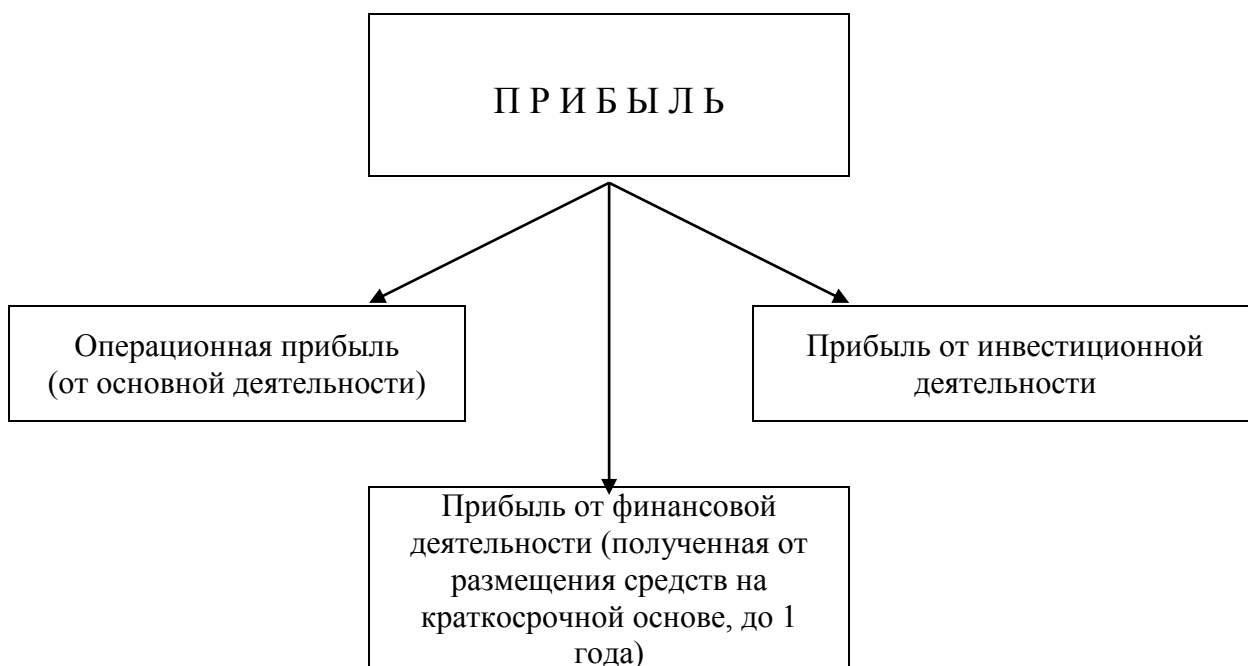


Рис.1.1. Классификация прибыли

Классификация прибыли по видам хозяйственной деятельности в соответствии с группировкой деятельности, предложенной МСФО.

а) прибыль от основной деятельности, ее же называют операционной прибылью, полученной от производства и реализации продукции, выполнения работ и оказания услуг. Рассчитывается она разницей между чистым объемом продаж и затратами на производство и реализацию продукции; б) прибыль от инвестиционной деятельности образуется от передачи ресурсов в долгосрочные проекты: вложения денежных средств, материальных и иных ценностей в ценные бумаги других юридических лиц (корпоративные акции и облигации, государственные обязательства, векселя), процентные облигации государственных и местных займов, уставные (складочные) капиталы других юридических лиц, а также предоставление займов другим организациям (депозитные вложения); в) прибыль от финансовой деятельности, полученная от размещения средств на краткосрочной основе, может формироваться за счет выданных займов другим юридическим лицам на срок не более 1 года, краткосрочных

депозитных вкладов и инвестиций в государственные, муниципальные ценные бумаги, а также ценные бумаги других организаций. [59.с.47-51]

Такая классификация видов прибыли позволяет разграничить долгосрочный, краткосрочный и текущий периоды получения финансовых результатов, что имеет большое значение для управления прибылью.

По составу включаемых элементов кроме показателей, рассмотренных выше, выделяют: а) маржинальную прибыль (маржинальный доход), которая исчисляется разницей между выручкой от реализации продукции, товаров и услуг и переменными затратами, приходящимися на реализованную продукцию или как разность между продажной ценой единицы продукции и удельными переменными расходами. Служит оценкой способности предприятия покрывать постоянные издержки для формирования необходимого размера прибыли от продаж. Маржинальная прибыль лежит в основе разрабатываемых альтернативных управленческих решений; б) общий финансовый результат отчетного периода до выплаты процентов и налогов. Этот показатель используется при анализе риска в целях управления его негативным воздействием для принятия последующих решений.

По величине полученного результата прибыль может быть: а) минимальная - наименьшая, которая необходима для сохранения предприятия, продолжения его функционирования и предотвращения краха; б) сверхприбыль (монопольная) - крайне высокий уровень прибыли, достигаемый за счет монопольного поведения предприятий - изготовителей товаров и поставщиков товаров на рынок; в) нормальная прибыль - уровень прибыли, необходимый и достаточный для того, чтобы ресурсы, задействованные в производстве конкретного продукта, не были пущены на другие цели. Практически это прибыль на вложенный в производство капитал, которая могла бы быть получена при альтернативном размещении средств владельцев предприятия (ссуды, аренда и др.).

По степени учета инфляционного фактора прибыль подразделяется на реальную, скорректированную на темп инфляции отчетного периода, и номинальную.

По экономическому содержанию выделяют: бухгалтерскую (фактическую) и экономическую прибыль, определяемую разницей между совокупными доходами и совокупными экономическими издержками фирмы, включающими в том числе и альтернативные издержки, которые не отражаются в бухгалтерском учете (например, затраты на содержание основных средств, принадлежащих владельцу фирмы). Ее важно отличать от фактической прибыли, которая измеряется разницей только между доходами и действительными издержками, включая амортизационные отчисления. В случае отрицательного значения экономической прибыли целесообразен пересмотр стратегии бизнеса или его реструктуризация ввиду неэффективности.

По отражению в бухгалтерском учете можно выделить: а) реализованную прибыль, образовавшуюся в результате совершенной операции; б) внутреннюю прибыль, возникающую при продаже продукции одной из дочерних компаний другой дочерней компании, при этом конечная продукция остается не реализованной на рынке и учитывается в запасах. Таким образом, промежуточная прибыль не входит в общую прибыль всей компании, поэтому внутренняя прибыль вычитается из величины чистой прибыли компании в консолидированных отчетах о прибыли; в) консолидированную прибыль, представляющую собой сводные финансовые результаты материнских и дочерних предприятий на основе объединения их отчетности.

По характеру использования принято подразделять прибыль на: а) нераспределенную - прибыль, остающуюся после уплаты налогов, выплаты дивидендов и отчислений в резервный фонд. Это часть чистой прибыли, которая направляется на финансирование прироста активов предприятия, на развитие производства; б) потребляемую прибыль, часть чистой прибыли,

которая расходуется на выплату дивидендов, персоналу предприятия, на социальные программы.

По месту получения прибыль может быть: а) биржевая - полученная от торговли ценными бумагами и товарами на товарной и фондовой биржах; б) эмиссионная - прибыль от размещения ценных бумаг, которую получают банки, другие кредитно-финансовые учреждения в результате посредничества между эмитентами ценных бумаг и их покупателями. Эмиссионная прибыль выступает обычно в виде разницы между эмиссионным и рыночным курсами ценных бумаг.

По возможности планирования величины результативного показателя: а) прибыль плановая (расчетная) - это ожидаемая прибыль отчетного года, определяется аналитическими методами. Используется в целях обоснования принятия того или иного решения, при оценке степени риска; для расчета базовой рентабельности; б) упущенная прибыль - потенциальная прибыль, которая не была реализована (рис.1.2).

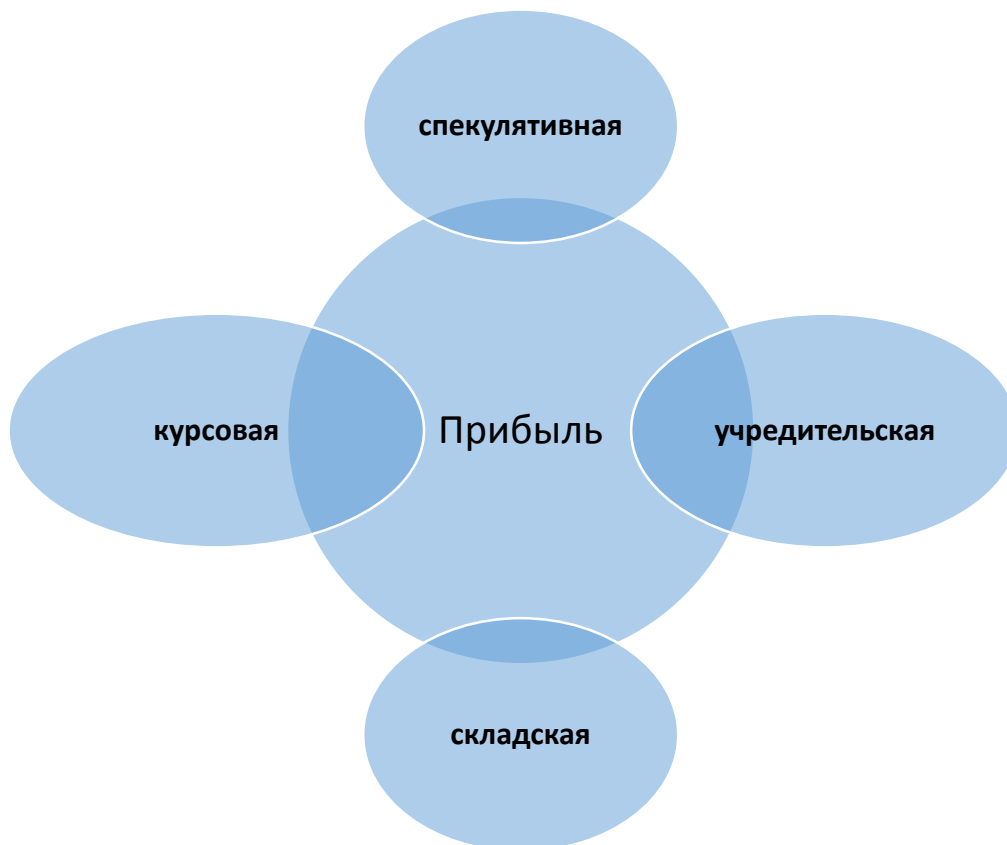


Рис.1.2. Виды прибыли по характеру влияния внешних факторов

По характеру влияния внешних факторов: а) прибыль спекулятивная - полученная прибыль при благоприятной рыночной конъюнктуре от реализации имущества, ценных бумаг по цене, превышающей цену их приобретения. Получение такой прибыли основано на нормах действующего законодательства и является естественным следствием рыночных отношений; б) учредительская прибыль - доход учредителей акционерного предприятия, формируемый в виде разности между суммой, полученной от продажи акций этого предприятия, и действительно вложенным в предприятие капиталом [19.с.89].

Учредительская прибыль возникает либо за счет продажи акций выше их номинальной стоимости, либо за счет увеличения объема продаж акций сверх установленного акционерного капитала; в) курсовая прибыль - разница между курсом, по которому реализуется ценная бумага, и курсом, по которому она приобретена, представляет собой доход, полученный в результате покупки и последующей продажи ценной бумаги; г) складская прибыль - прибыль, возникающая в результате роста цен на материалы, ранее приобретенные по более низкой цене.

Многообразие видов прибыли не ограничивается рассмотренными классификационными рамками.

Прибыль выполняет следующие функции:

- распределительная – подразумевает разделение прибыли между непроизводственной и производственной сферами, а также между организацией и ее сотрудниками и обществом в целом;
- стимулирующая – предполагает наличие стимулов для использования новейших технологий при производстве, стимулирует максимизацию прибыли. Эффективность представляет собой отношение конечного результата деятельности к произведенным затратам;
- направляет фирму на достижение максимальных результатов при минимальных затратах труда.

- является главным источником самофинансирования для фирмы и составным элементом доходов бюджетной системы РФ.

Проведенный обзор различных видов прибыли доказывает необходимость их четкой дифференциации и понимания экономического содержания и механизма формирования. В условиях рыночной экономики исследование прибыли с целью альтернативного использования ресурсов, а также поиска факторов, которые влияют на ее размер, имеет приоритетное значение, поскольку от глубины познания и правильности использования полученного результата зависит эффективность функционирования бизнеса.

1. 2. Система факторов, влияющих на размер прибыли

В процессе осуществления хозяйственной деятельности предприятия, связанной с производством, реализацией продукции и получением прибыли, эти факторы находятся в тесной зависимости и взаимосвязи. Производственные факторы воздействуют на прибыль через систему обобщающих показателей, которые отражают объем и эффективность использования вложенных средств, т.е. средств, полностью участвующих в создании продукции, а также величину и эффективность использования их потребленной части, участвующей в формировании себестоимости.

В свою очередь основные факторы подразделяются на внепроизводственные и производственные. К внепроизводственным факторам относятся: организация реализации продукции, снабжение товарно-материальными ценностями, организация экономической и финансовой работы, природоохранная деятельность, социальные условия труда и быта работников предприятия. Производственные факторы отражают наличие и использование основных элементов производственного процесса,

участвующих в формировании прибыли - это средства труда, предметы труда и сам труд (рис 1.1). [23. с.99]



Рис.1.3. Факторы, влияющие на размер прибыли

Предметы труда характеризуются системой показателей, важнейшими из которых являются наличие оборотных средств и скорость их оборота. Потребленная их величина находит отражение в себестоимости продукции. Элементом авансированных средств, участвующих в процессе создания продукции, также является живой труд, характеризующийся показателями - наличие трудовых ресурсов и эффективность их использования.

Экстенсивные факторы связаны с изменением количественных параметров элементов процесса производства, к ним относятся:

- изменение объема и времени работы средств труда, т.е., например, покупка дополнительных станков, машин и т.д., строительство новых цехов и

помещений или увеличение времени работы оборудования для увеличения объема производимой продукции;

- изменение количества предметов труда, увеличение запасов, большой удельный вес брака и отходов в объеме выпускаемой продукции;
- изменение численности рабочих, фонда рабочего времени, непроизводительные затраты живого труда (простои).

Количественное изменение факторов всегда должно быть оправдано изменением объема продукции (услуги), т.е. предприятие должно следить за тем, чтобы не снижались темпы прироста прибыли относительно темпов прироста затрат. Интенсивные производственные факторы связаны с повышением качества использования производственных факторов, к ним относятся:



Рис.1.4. Использование факторов в формировании прибыли от продаж

Средства труда, предметы труда и трудовые ресурсы являются не только факторами формирования прибыли, но одновременно служат основой для определения направлений поиска резервов ее повышения. Их рациональное и эффективное использование способствует увеличению выпуска продукции в натуральном выражении, повышению качества изделий, В результате уменьшается объем применяемых и расходуемых средств на производство единицы продукции, что находит отражение в снижении материалоемкости, фондоемкости, трудоемкости, себестоимости конкретных услуг, и наоборот, нерациональное использование ресурсов приводит к увеличению их объема на единицу предоставленной услуги. Это снижает показатели, характеризующие интенсивность развития и эффективность хозяйствования. [8. с.63]

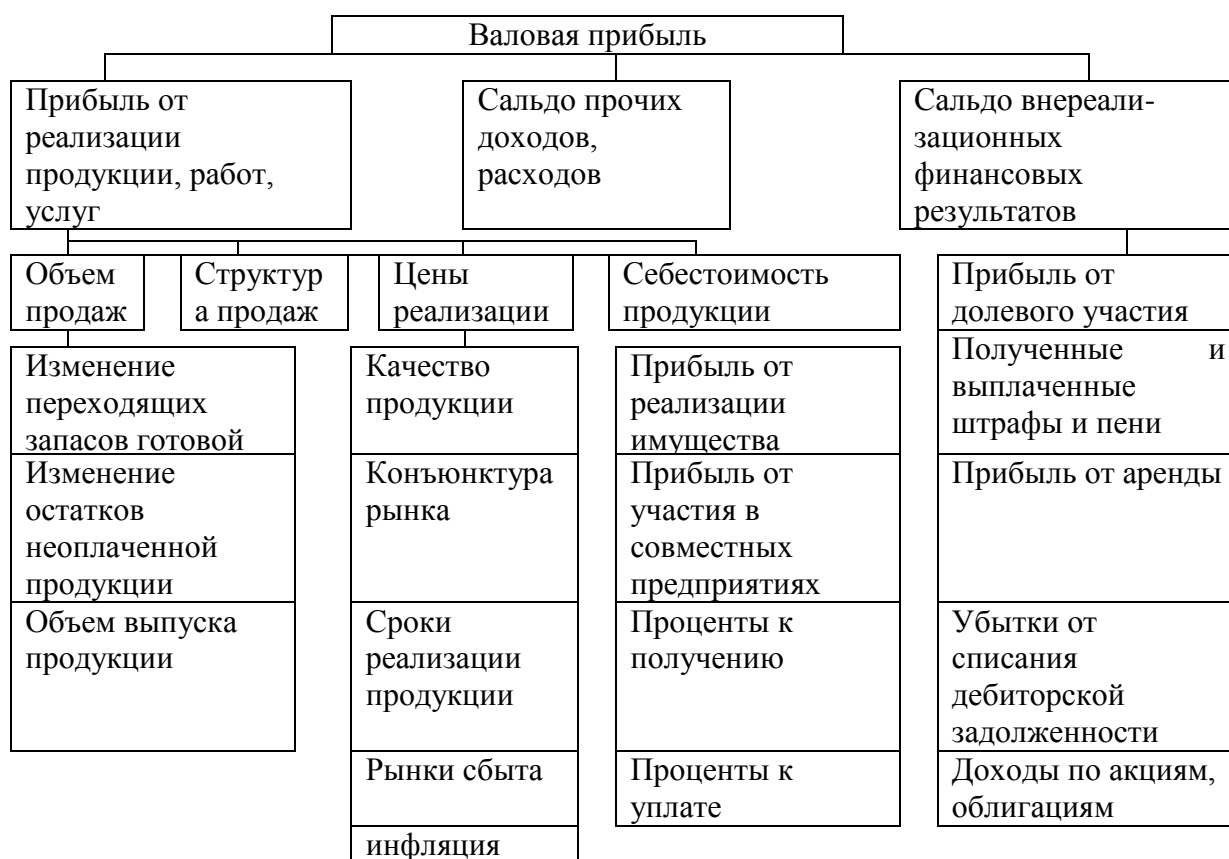


Рис.1.5. Модель факторного анализа валовой прибыли

Показатель рентабельности связан с показателем прибыли. Поскольку прибыль от реализации продукции, работ, услуг занимает наибольший

удельный вес в структуре балансовой прибыли предприятия необходимо проанализировать состав и факторы на нее влияющие. Ее величина формируется под воздействием четырех факторов: объема реализации продукции, ее структуры, себестоимости и уровня реализационных цен (рис. 1.6). [39. с.167]

Изменение объема реализации продукции, структуры товарной продукции и себестоимости могут оказывать положительное или отрицательное воздействие на прибыль.

Резервы увеличения суммы прибыли определяются по каждому виду товарной продукции. Основными их источниками являются увеличение объема реализации продукции, снижение ее себестоимости, повышение качества товарной продукции, реализация ее на более выгодных рынках сбыта (рис. 1.6).



Рис. 1.6. Схема источников резервов увеличения прибыли от реализации услуг

Наряду с прибылью от реализации товарной продукции (услуги) на размер валовой прибыли влияют результаты прочей реализации. Финансовые результаты от прочей реализации могут быть получены от операций, связанных с движением имущества предприятия (основных средств, запасов, товароматериальных ценностей и дебиторской задолженности). К ним

относятся: поступления и расходы, связанные с реализацией основных средств, иного имущества и дебиторской задолженности, списание основных средств с баланса по причине морального износа; сдачи имущества в аренду; поступления и расходы, связанные с предоставлением за плату прав возникающих из патентов на изобретение; промышленных образцов и других видов интеллектуальной собственности; расходы, связанные с участием в уставных капиталах других организаций; расходы, связанные с оплатой услуг, оказываемых кредитными организациями.

1. 3. Специфика формирования прибыли в акционерных обществах на основе инноваций в телекоммуникационную отрасль

Схема формирования и распределения прибыли может складываться в соответствии с одним из существующих методов. Каждый из них имеет свои достоинства и недостатки. При выборе метода необходимо это учитывать. Способ прямого счета предполагает рассчитывать показатель прибыли в соответствии с объемом реализованной в рассматриваемом периоде продукции и товаров. Достоинством этого подхода является высокая точность. Недостатком является необходимость производить сложные, длительные расчеты. В некоторых случаях применять его просто нет возможности. Нормативный метод применяется при обосновании экономических планов различного масштаба. Это также достаточно точный подход. Однако применять его целесообразно только при стабильной работе предприятия. Аналитический способ подходит для установления размера прибыли в плановом периоде. При его применении анализируется влияние внутренних и внешних факторов на результативность работы компании. К внутренним воздействиям относятся тенденции, осуществляемые через объем выпуска готовой продукции, а также повышение ее качества. К

внешним факторам относятся причины изменения показателей финансовой результативности компании, которые не зависят от особенностей ее деятельности [30.с.6].

Распределение прибыли между участниками акционерного общества происходит по самой сложной схеме. Этот механизм подробно оговаривается в уставе. Законодательно установлено, что подобная организация обязана формировать резервный фонд в размере 10 % от всей суммы уставного капитала. Политика формирования и распределения прибыли, так как многие акционерные общества торгуют своими ценными бумагами на фондовом рынке, стоимость их капитала постоянно меняется. Если же разница между номинальной и реальной ценой собственных активов значительная, размер уставного фонда необходимо корректировать. При его увеличении часть чистой прибыли направляется на эти нужды. Владельцы привилегированных акций получают свои дивиденды по конкретным ставкам. Собственники обычных ценных бумаг участвуют в голосовании и устанавливают сумму, которая будет распределена между ними. Этот фонд в соответствии с долей каждого участника направляется на оплату дивидендов по простым акциям. Если вознаграждение собственников ценных бумаг будет завышено, компания не будет развиваться. Новое оборудование, технологические циклы или научные проекты не будут финансироваться. Если же дивиденды будут слишком низкими, стоимость акций компании на рынке упадет (как и стоимость собственного капитала). Это чревато возникновением негативных последствий для организации.

Повышение эффективности формирования и распределения прибыли достигается путем грамотного управления и планирования. Для этого руководство организации обязано подходить к принятию любого решения относительно финансового результата комплексно и обоснованно. В процессе управления организацией управленцы должны применять различные подходы. Также необходимо соблюдать интересы не только собственников предприятия, но и государства. В процессе планирования

требуется тщательно анализировать уровень риска. Чтобы постепенно увеличивать сумму финансового результата, требуется повышать конкурентоспособность продукции. Рассмотрев, как происходит формирование и распределение прибыли предприятия, можно правильно управлять этим процессом, устранять негативные, сдерживающие развитие факторы.

В существующих рыночных отношениях каждое предприятие пытается получить максимальную возможную прибыль. При этом оно должно не только суметь прочно удержать сбыт своей продукции на рынке, но и обеспечить динамичное развитие в условиях конкуренции. Поэтому, прежде чем начать что-то изготавливать или предоставлять, первоначально изучается то, какая прибыль от продаж может быть получена. Проводится анализ потенциального рынка сбыта и определяется, насколько успешно может быть достигнута поставленная задача. Ведь получение прибыли – это основная цель предпринимательства, конечный результат данного вида деятельности. Важной задачей, которая решается в данном случае, является получение наибольших доходов при минимальных затратах. Достигается это благодаря строгому режиму экономии в вопросе расходования средств и постоянного стремления оптимизации их трат. При этом основным источником денежных накоплений является выручка, полученная от реализации товаров или услуг (а если говорить точнее – та её часть, что остаётся после вычета суммы, что тратится на производство и продажу).

Когда распределяется прибыль от деятельности, то её разделяют на потребляемую и капитализируемую части. Этот момент может быть ориентирован на учредительные документы, интерес учредителей или же зависеть от выбранной стратегии развития компании. Каждая организационно-правовая форма предприятия имеет законодательно установленный механизм распределения средств, что остались в распоряжении субъекта. Его особенности зависят от внутреннего устройства, а также – специфики регулирования деятельности компании. Следует

отметить, что государство непосредственно не может влиять на то, как будет потрачена прибыль предприятия. Распределение и использование прибыли может быть только простимулировано благодаря определённым налоговым льготам. Так, чаще всего в таком духе говорят про инновации, благотворительность, природоохранные мероприятия, капитальные вложения и тому подобное [30.с.12].

Рассмотрим инновационные технологии в исследуемой отрасли, которые определяют дальнейшее развитие и рост доходности. Аналитики компании Cisco выделили главные семь направления развития отрасли информационно-коммуникационных технологий (ИКТ) на ближайшую перспективу: [52.с.2].

1. Рост потребляемого Интернет-трафика проявляется уже не первый год. И в ближайшей перспективе динамика потребляемого интернет-трафика продолжит оставаться положительной. Более того, корпоративный сектор экономики начинает постепенный переход на цифровые сервисы, что сопровождается ростом потребности в наличии широкополосного доступа (ШПД) и, соответственно, ростом трафика. Потребление трафика спровоцировано увеличением количества пользователей ШПД, ростом количества устройств у одного пользователя, популяризацией видео, как трендового медиа-контента, и масштабированием Интернета вещей (Internet of Things, IoT). По прогнозам Cisco, к 2020 г. число пользователей Интернетом достигнет 4,1 млрд. 71% трафика планируется на смартфоны, планшеты и ТВ. По прогнозам, в это же время будет наблюдаться наибольший темп роста в сегменте Интернета вещей в сетях сотовой связи (Cellular Internet of Things). Число активных устройств составит 1,54 млрд. единиц [51.с.4].

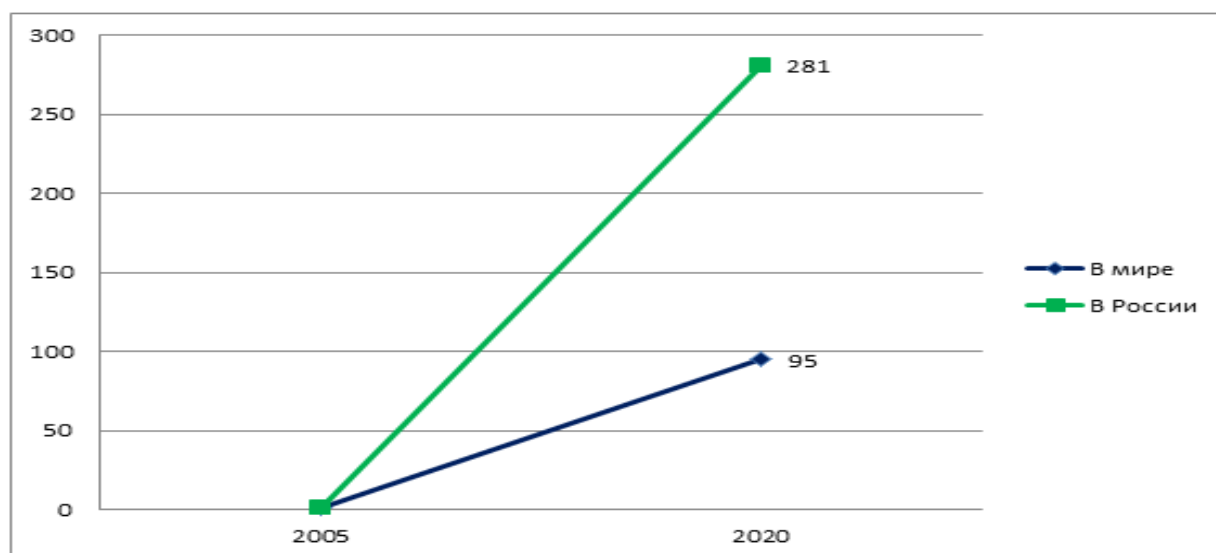


Рис. 1.7.Динамика потребления Интернет-трафика в России и в мире, раз

2. Информационная безопасность и ее основа - Концепция четвертого этапа промышленной революции, названного "Индустрия 4.0", основана на максимальном потреблении Интернета и автоматизации бизнес-процессов. Информация становится главным ресурсом компании и даже государства, поэтому требует серьезной защиты от киберугроз. Информационная безопасность – это следующий тренд ИТ-сферы.

3. Программно-управляемые сети фундаментальным залогом успеха цифровой трансформации является мобильная сеть с принципиально новыми характеристиками. Предполагается, что сети нового поколения будут программно-определяемыми (SDN) с виртуальной реализацией сетевых функций (NFV), неограниченно масштабируемыми облачными ресурсами и с возможностью оперативной аналитики на основе концепции Big Data. Такой подход к организации сетевой инфраструктуры позволит анализировать имеющиеся данные, защищать от хакерских атак и максимально автоматизировать процессы.

4. Искусственный интеллект и глубинное обучение, значит открыть новые возможности для обеспечения информационной безопасности должен искусственный интеллект и глубинное обучение. Данные технологии позволят обнаруживать инфицированный трафик, идентифицировать вирусы

и оперативно устранять атаки злоумышленников в автоматическом режиме, предупреждая кражу данных. Преимущество программ, основанных на искусственном интеллекте, в том, что они способны к непрерывному обучению и анализу предыдущего опыта.

5. Модернизация формата коммуникаций где цифровые технологии уже изменили модели взаимодействия в частной среде. Тенденции распространятся как на внутрикорпоративные контакты, так и на форматы взаимодействия с внешними партнерами. В 2016 году журнал Harvard Business Review провел исследование, в рамках которого 72% опрошенных руководителей отметили, что значение командных коммуникаций существенно увеличилось за последние 2 года. 68% респондентов признали возрастание важности взаимовыгодного сотрудничества с внешними представителями: партнерами, поставщиками, консультантами и т.д. Эффективными способами взаимодействия названы облачные сервисы, видеоконференции и корпоративные ресурсы с общим доступом.

Лидерские позиции в бизнес-среде специалисты отводят концепции Agile. Agile - это совокупность подходов по гибкой разработки проектов. В «гибкой» методологии разработки после каждой итерации заказчик может наблюдать результат и понимать, удовлетворяет он его или нет.

6. Интернет вещей и виртуальной реальность (VR) сама по себе концепция Интернета вещей также признается мейстримом ближайшего будущего. Особый успех предрекают виртуальной реальности (Virtual Reality, VR). Исследование, организованное Институтом современных медиа, определило самые востребованные направления использования виртуальной реальности конечными пользователями. Это виртуальный туризм, познавательный контент о природе/науке/технике и обучающие приложения. Видео формата 360VR признают одним востребованных способов хранения данных, наряду с IoT и Big Data. Виртуальная реальность находит применение в искусстве, в частности, популяризируются VR-кинозалы, и в игровых сервисах. Однако многие специалисты отмечают, что рынок VR в

России в 2016 году показал меньший рост, чем ожидали. Это связывают с дороговизной VR-оборудования и малым количеством VR-приложений. Следующим этапом станет появление решений «смешанной реальности».

7. Индустриальный Интернет вещей (IIoT) где специалисты отмечают, что в России IIoT развивается медленнее, чем в мире. Это вызвано рядом причин. Например, низким спросом со стороны конечных потребителей. Они не уверены в эффективности подобных решений и их безопасности. Специалисты отмечают, что решения IIoT способны оптимизировать операционные расходы на 15-20%. Еще одним серьезным препятствием является отсутствие единых стандартов и неуверенность в их безопасности. Кроме того, подобные проекты требуют значительных инвестиций и со стороны разработчиков, и со стороны потенциальных заказчиков. Одни, не видя спроса, другие, не имея достаточного количества примеров эффективного использования IIoT, не готовы рисковать.

В настоящее время чаще всего технологии Индустриального Интернета вещей используют для оптимизации процессов управления производством, в интеллектуальных транспортных системах и энергосистемах.

Таким образом, изучение теоретических основ формирования прибыли в целях применения их в прикладных исследованиях на примере Группы компаний телекоммуникационной отрасли позволили, на наш взгляд, использовать теории производственных акционерных предприятий (организаций) и адаптировать их с учетом общих функций, принципов выделив при этом специфику сферы деятельности ИКТ. Однако, необходимо учесть тот факт, что в теории корпоративных финансов слабо освещены вопросы особенностей финансов Группы компаний телекоммуникационной отрасли. Особо актуально на сегодня - это развитие финансового сервиса для юридических и физических лиц и безопасность платежей.

ГЛАВА 2. ПРАКТИКА ФОРМИРОВАНИЯ ПРИБЫЛИ ГРУППЫ КОМПАНИЙ (НА ПРИМЕРЕ ПАО «МТС»)

2.1. Организационно-экономическая характеристика

Публичное акционерное общество «Мобильные ТелеСистемы» (ПАО «МТС» или «Компания») учреждено согласно законодательству Российской Федерации 1 марта 2000 года в результате слияния ЗАО «МТС» со своим 100% дочерним предприятием ЗАО «Росико». ЗАО «МТС» начало свою деятельность в 1994 году с предоставления услуг связи на территории г. Москвы и Московской области, а затем началась его экспансия в регионы России и страны СНГ. Мажоритарным акционером ПАО «МТС» является Публичное акционерное общество «Акционерная финансовая корпорация «Система» (АКФ «Система»), бенефициарным владельцем которого является Владимир Петрович Евтушенков. Группа предоставляет широкий спектр телекоммуникационных услуг, включая голосовую мобильную связь и передачу данных, доступ в интернет, платное кабельное телевидение, различные дополнительные услуги беспроводной и фиксированной связи, интеграторские услуги, а также реализует оборудование и аксессуары. Основная деятельность группы осуществляется на территории России, Украины, Туркменистана и Армении.

С 2009 года Группа развивает собственную розничную сеть через ЗАО «Русская телефонная компания» («РТК»), 100% дочернее предприятие ПАО «МТС».

ПАО «МТС» ведущий телекоммуникационный оператор в России и странах СНГ. ПАО «МТС» помогает людям общаться и получать информацию во всех регионах России, а также в Украине, Республике Беларусь, Туркменистане и Армении. ПАО «МТС» успешно реализует

задачи по укреплению лидерства и поддержанию высокой эффективности бизнеса. В 2014 году ПАО «МТС» представил новую стратегию развития компании на 2014-2016 годы, которая основана на трех ключевых направлениях: «данные», «дифференциация» и «дивиденды».

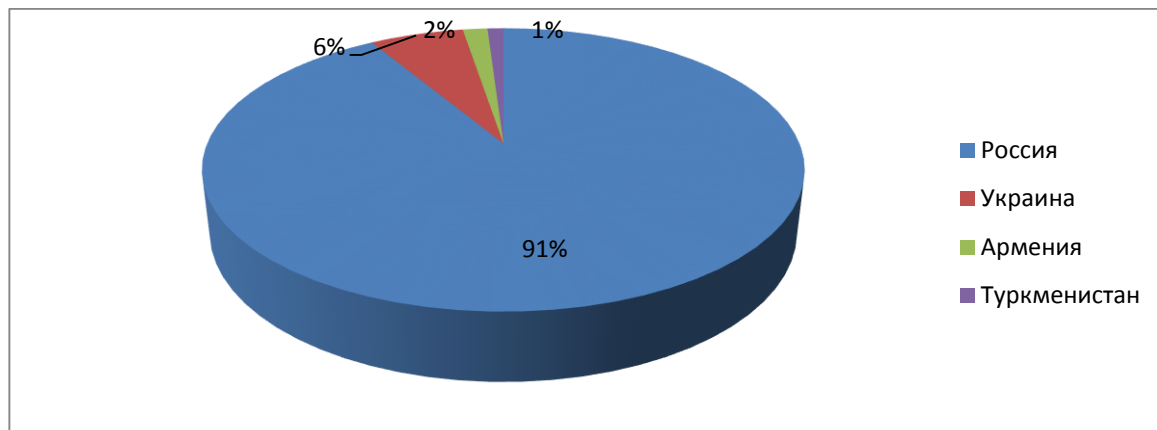


Рис.2.1. Структура Группы по выручке от продаж за 2016 год.

Публичное акционерное общество «Мобильные ТелеСистемы» (ПАО «МТС») – ведущая компания в России и странах СНГ по предоставлению услуг мобильной и фиксированной связи, доступа в интернет, кабельного и спутникового ТВ-вещания, цифровых сервисов и мобильных приложений, финансовых услуг и сервисов электронной коммерции, а также конвергентных ИТ-решений в сфере системной интеграции, интернета вещей, мониторинга, обработки данных и облачных вычислений. Предоставляя инновационные услуги и решения, МТС вносит значимый вклад в экономический рост и улучшение качества жизни десятков миллионов людей в странах присутствия.

В России, Украине, Беларуси, Армении и Туркменистане услугами мобильной связи Группы МТС пользуются около 110 миллионов абонентов. На российском рынке мобильного бизнеса МТС – традиционный лидер по количеству абонентов, выручке и рентабельности бизнеса. ПАО «МТС» с дочерними компаниями обслуживает в России 80 миллионов абонентов; ПАО «МТС Украина» в Украине – около 21 миллиона; СООО «Мобильные ТелеСистемы» в Беларуси – 5,2 миллиона; ЗАО «К-Телеком» (ВиваСелл-

МТС) в Армении – 2,1 миллиона; ХО «МТС-Туркменистан» в Туркменистане – 1,7 миллиона абонентов. В России, Беларуси и Армении группа компаний МТС оказывает услуги мобильной связи в стандартах GSM, UMTS и LTE, в Украине – GSM, UMTS и CDMA-450, в Туркменистане – GSM и UMTS.

МТС предоставляет услуги фиксированной телефонии, широкополосного доступа в Интернет и цифрового кабельного телевидения в более чем 200 городах во всех федеральных округах РФ. Всего фиксированными услугами в России охвачено свыше десяти миллионов домохозяйств. Крупнейшим оператором фиксированной связи Группы МТС является ПАО «Московская городская телефонная сеть» (МГТС), обслуживающая более четырех миллионов домохозяйств по технологии GPON со скоростью передачи данных до одного Гбит/с.

МТС через свою 100% дочернюю компанию АО «РТК» располагает крупнейшей в России непродовольственной розничной сетью из 5 700 салонов связи по обслуживанию клиентов, продаже мобильных устройств, предоставлению финансовых и банковских услуг.

Стратегия развития Группы МТС «3Д» («Данные, Диджитализация, Дивиденды») направлена на укрепление лидерства на российском телекоммуникационном и ИТ-рынке за счет роста проникновения услуг передачи данных и мобильного интернета, продвижения инновационных цифровых и конвергентных решений для широкого круга пользователей, повышения операционной эффективности и инвестиционной привлекательности компании для акционеров.

Реализуя стратегию «3Д», МТС строит мультидиапазонные и технейтральные сети мобильной связи стандарта LTE и LTE-Advanced с пиковыми скоростями передачи данных до 187 Мбит/с. В 2015 году МТС первым среди российских операторов связи запустил сети LTE во всех 83 регионах присутствия, а в 2016 году - первую в России сеть LTE Advanced Pro со скоростью передачи данных до 700 Мбит/сек. МТС развивает

собственную транспортную инфраструктуру, обладая в России сетью волоконно-оптических линий связи протяженностью 213 тысяч километров.

МТС предлагает частным абонентам разнообразные тарифы с акцентом на потребление мобильного интернета; оптимизирующие опции, позволяющие экономить на связи в роуминге; инновационные мобильные сервисы и приложения, расширяющие возможности пользователей; услуги фиксированного интернета, кабельного и спутникового ТВ. Через собственную розничную сеть, а также участвуя в капитале OZON Holdings, крупного игрока российского рынка онлайн-торговли, МТС предлагает широкий выбор абонентских устройств для доступа в интернет, а также собственную брендированную линейку доступных смартфонов [34.с.3].

Обладая сильной экспертизой в ИТ, МТС расширяет пользовательскую цифровую экосистему ОТТ, IP и облачных сервисов: сегодня свыше 7,3 миллиона абонентов пользуются мобильными брендированными приложениями МТС. МТС активно диверсифицирует бизнес, осваивая новые направления. В партнерстве с МТС Банком компания предоставляет банковские и финансовые услуги в салонах связи, а также финансовые сервисы и приложения на мобильных устройствах. Сейчас около 16 миллионов человек или 20% абонентов МТС в России пользуются финансовыми услугами под брендом МТС.

МТС - лидер в сегменте межмашинных соединений (M2M) в России с наибольшей 40%-ной долей рынка по количеству SIM-карт. С приобретением в 2015 году АО «Энвижн Групп» МТС оказывает услуги системной интеграции для удовлетворения запроса корпоративного и государственного секторов на комплексные телеком - и ИТ-решения. Трансформируясь в ИТ-компанию, МТС наряду с организацией сетей связи и ШПД поставляет клиентам различные решения в сфере интернета вещей, автоматизированного управления и облачных вычислений, сбора, обработки и хранения данных, мониторинга, навигации, охраны, информационной безопасности, электронного документооборота.

Для исследования перспективных направлений и ускорения запуска новых продуктов и услуг в компании работает Центр инноваций, объединяющий специалистов Группы МТС. Компания тесно сотрудничает с ведущими мировыми производителями телекоммуникационного оборудования и ПО, тестируя новые технологии сверхскоростной передачи данных 5G и IoT.

МТС – один из крупнейших российских работодателей в России. В компаниях Группы на рынках присутствия работают свыше 69 тысячи человек, в МТС в России – около 29 тысяч человек. Компания традиционно входит в топ-5 рейтинга наиболее привлекательных российских работодателей.

Компания активно участвует в социальных программах и благотворительных проектах, направленных на поддержку незащищённых слоев населения, лечение больных детей, развитие детского творчества. Ежегодно проектами благотворительности и корпоративной социальной ответственности МТС охвачено свыше 10 млн. человек.

МТС является одной из компаний – «голубых фишек» российского рынка акций и входит в число крупнейших мобильных операторов мира по размеру абонентской базы. С июня 2000 года акции МТС котируются на Нью-йоркской фондовой бирже под кодом MBT.

Таблица 2.1

Рыночная капитализация ПАО «МТС» за 2011- 2016 годы

Показатели	2011 г.	2012 г.	2013 г.	2014 г.	2015 г.	2016г.
Стоимость обыкновенной акции, руб.	182	245,7	327,6	171,7	210,9	238,5
Объем выпуска, млрд. штук	2,066	2,066	2,066	2,066	2,066	2,066
Капитализация, млрд. руб.	375,984	507,780	676,854	354,803	435,807	492,840

Крупнейшим акционером ПАО «МТС» является ПАО АФК «Система», которое с учетом косвенного участия через подконтрольные компании владеет 51,11% акций оператора, остальные 48,88% акций находятся в свободном обращении, динамика с 2011 года по 2017 год представлена в таблице 2.1.

На основе синергии с фиксированным ШПД клиентом МТС доступно цифровое кабельное телевидение (IPTV и DVB-C), видео-сервисы, комплексные решения для офисов, объединяющие фиксированную и мобильную связь. Совместно с АФК «Система» МТС запустила мультимедийный развлекательный OTT-портал Stream.ru - универсальный интерактивный магазин с широким выбором лицензионного видео-контента. У МТС самая большая абонентская база пользователей сотовой связи в России от Камчатки до Калининграда. Проникновение мобильного Интернета достигло порядка 50%, при этом LTE-трафик в общем объеме трафика передачи данных в сети МТС в России вырос в 2016 г. до 26% по сравнению с 17% в 2015 г. благодаря активному развитию LTE-сети в каждом из 83 регионов России.

Таблица 2.2

Сравнительные финансовые и операционные показатели МТС за 2016г.

Оператор	Количество абонентов, чел.	Доля на рынке по количеству абонентов, %	Выручка от продажи товаров, продукции, работ, услуг, тыс. руб.	Доля на российском рынке по выручке от продаж, %	Чистая прибыль, тыс. руб.	Рентабельность деятельности, %	Выручка на одного абонента, тыс. руб.
<i>Федеральные операторы сотовой связи</i>							
МТС	77 300 000	30,69	315 594 803	29,15	6 688 188	2,12	4,083
Мегафон	74 776 502	29,69	289 287 000	26,72	45 063 000	15,58	3,869
ВымпелКом	59 777 183	23,73	375 238 000	34,66	39 071 000	10,41	6,277
Tele2	37 300 000	14,81	94 641 000	8,74	-7 582 000	-8,01	2,537
<i>Региональные операторы сотовой связи</i>							
МОТИВ	2 479 183	0,98	7 002 000	0,65	67 000	0,96	2,824
Таттелеком	169 500	0,07	745 732	0,07	74 259	9,96	4,400
СМАРТС	57 890	0,02	2 169	0,0002	0	0,00	0,037
<i>ИТОГО</i>	<i>251 860 258</i>	<i>100,00</i>	<i>1 082 510 704</i>	<i>100,00</i>	<i>-</i>	<i>-</i>	<i>-</i>

В фиксированном бизнесе выручка МТС незначительно снизилась — на 0,7% до 61,2 млрд. руб. из-за снижения на 3,7% количества абонентов

фиксированной телефонии. В то же время выручка от услуг фиксированного ШПД и платного ТВ в сегменте В2С продолжила расти. Доли рынка в Москве выросли как в сегменте домашнего ШПД (на 3 п.п. до 33%), так и в сегменте платного ТВ на 4,6% до 29,6%. Как ведущая группа телекоммуникационных компаний, находящихся на быстроразвивающихся рынках, ПАО «МТС» в первую очередь стремится сохранять достаточный объем ресурсов и иметь необходимую гибкость, чтобы отвечать финансовым и операционным требованиям. В то же время Компания постоянно ищет пути создания акционерной стоимости как с помощью своей коммерческой и финансовой стратегии, включая органическое и неорганическое развитие, так и путем управления капиталом Компании и структурой активов (табл.2.2).

Таблица 2.2

Динамика активов ПАО «МТС», млн. руб.

Показатели	Годы			Абсолютное отклонение, млн.руб.	
	2014	2015	2016	2015/ 2014	2016/ 2014
I. Внеоборотные активы, всего	401401,5	406910,9	439412,4	5509,4	38010,9
Нематериальные активы	5329,2	9702,1	12586,1	4372,9	7256,9
Неисключительные права на использование активов	29057,4	32519,8	37391,9	3462,4	4872,1
Основные средства	168093,3	180645,5	173143,3	12552,2	5050,0
Незавершенные капитальные вложения	32174,3	17444,1	11690,8	-14730,2	-20483,5
Финансовые вложения	156301,7	159732,4	192673,8	3430,7	36372,1
Прочие внеоборотные активы	10445,6	6866,7	11926,5	-3578,9	1480,9
II. Оборотные активы	90588,3	129898,2	47024,8	39309,9	-43563,5
Запасы	1308,5	758,5	504,5	-550,0	-804
НДС по приобретенным ценностям	4956,2	4741,9	3710,8	-214,3	-1245,4
Дебиторская задолженность	43134,7	42735,9	28956,5	-398,8	-14178,2
Финансовые вложения	13735,1	67223,1	9794,0	53488,0	-3941,1
Денежные средства и денежные эквиваленты	27324,1	14318,9	3943,9	-13005,2	-23380,2
Прочие оборотные активы	129,7	120,8	115,1	-8,9	-14,6
Баланс	491989,8	536809,1	486437,2	44819,3	-5552,6

Активы по состоянию на 31.12.2016 характеризуются большой долей (90,3%) внеоборотных средств и незначительным процентом оборотных (текущих) активов. Активы за анализируемый период уменьшились на 5552,6 млн. руб., или на 1,13%. Хотя имело место уменьшение активов, собственный капитал также уменьшился, что говорит об ухудшении имущественного положения организации.

Уменьшение величины активов Группы связано, в первую очередь, с уменьшением следующих позиций актива бухгалтерского баланса на:

- незавершенные капитальные вложения – 20483,5 млн. руб.;
- дебиторская задолженность – 14178,2 млн. руб.;
- денежные средства и денежные эквиваленты – 23380,2 млн. руб.

На диаграмме ниже наглядно представлено соотношение основных групп активов организации (рис.2.2):

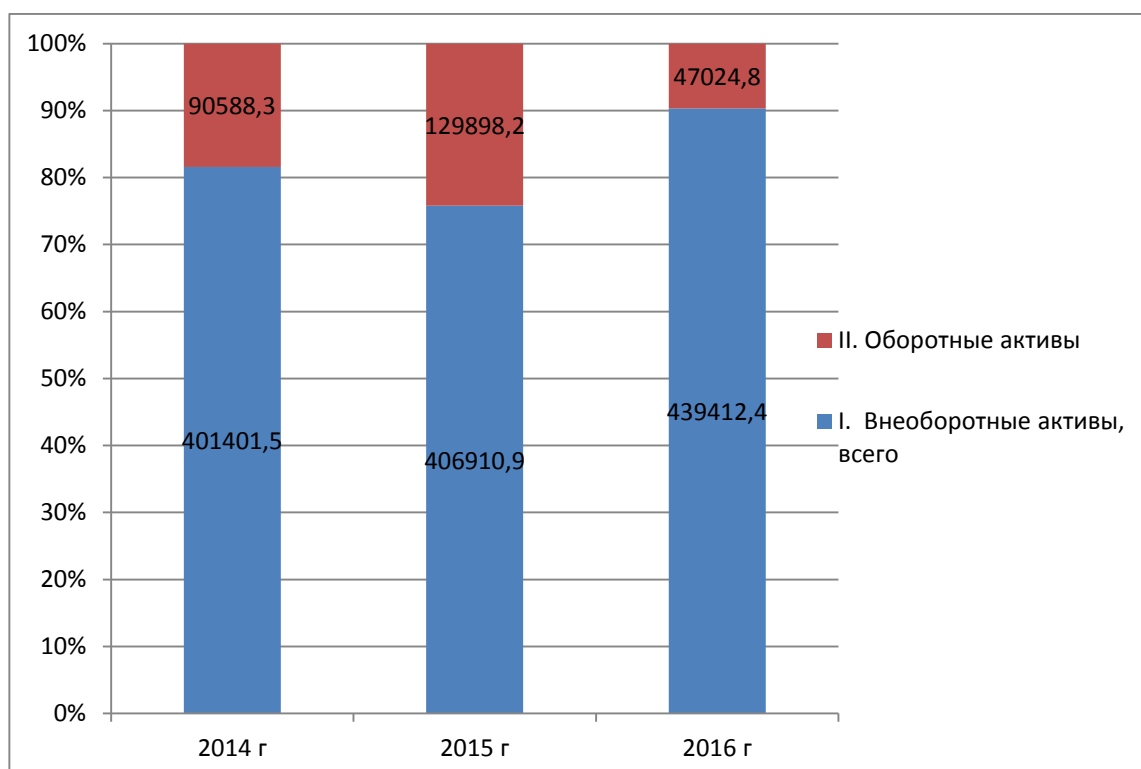


Рис.2.2. Структура внеоборотных и оборотных активов за 2014-2016 годы

На диаграмме 2.2. наглядно представлено изменение соотношения внеоборотных и оборотных активов, где с 2015 года по 2016 год оборотные уменьшились почти на 15%.

При этом основная доля приходится на внеоборотные, состав которых представлен на рисунке 2.3.

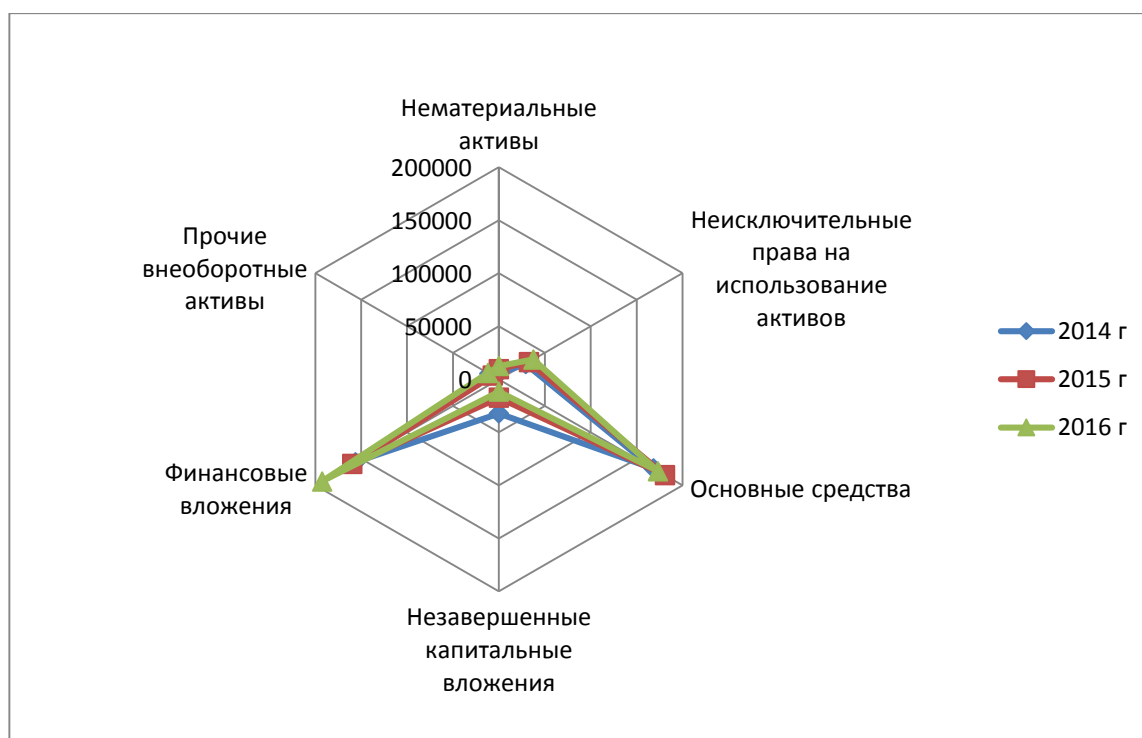


Рис.2.3. Состав внеоборотных активов Группы за 2014-2016 годы

Среди положительно изменившихся статей баланса можно выделить "дебиторская задолженность" в активе и "нераспределенная прибыль" в пассиве. На 31.12.2016 собственный капитал организации составил 35 025 597,0 тыс. руб. За анализируемый период с 31 декабря 2014 г. по 31 декабря 2016 г. уменьшение доли собственного капитала в структуру пассивов составило 9,23%, при этом тенденцию на падение собственного капитала также показывает усредненный тренд.

Для того, чтобы лучше проанализировать изменение пассивов ПАО «МТС», необходимо провести структурный анализ пассивов баланса Группы, т.е. вертикальный анализ, который покажет какую часть тот или иной пассив занимает в общей сумме пассивов (табл.2.3).

Таблица 2. 3

Изменение структуры пассивов ПАО «МТС» за 2014-2016 годы

Показатели	2014 г.		2015 г.		2016 г.		Измен. %, +,-	
	Млн. руб.	%	Млн. руб.	%	Млн. руб.	%	2015г. к 2014г.	2016г. к 2015г.
III. Капитал и резервы	81134,368	16,478	35812,135	6,643	35025,597	7,20	-9,836	0,557
Уставной капитал	206,641	0,042	206,641	0,038	199,838	0,041	-0,004	0,003
Собственные акции, выкупленные у акционеров	2,066	0,000	5933	1,100	-	-	1,100	-1,100
Добавочный капитал	7362,768	1,495	7367,087	1,366	35,542	0,007	-0,129	-1,373
Резервный капитал	30,996	0,006	30,996	0,006	30,996	0,006	-0,001	-
Нераспределенная прибыль (непокрытый убыток)	73536,029	14,935	28213,344	5,233	34759,221	7,146	-9,702	1,913
IV. Долгосрочные обязательства	283138,766	57,505	351331,310	65,166	325526,814	66,92	7,660	1,76
Заемные средства	268044,615	54,440	331916,957	61,565	305894,794	62,88	7,125	1,315
Отложенные налоговые обязательства	10693,990	2,172	12903,768	2,393	14297,948	2,939	0,221	0,546
Оценочные обязательства	1539,316	0,313	1397,165	0,259	1092,202	0,224	-0,053	-0,035
Кредиторская задолженность	2430,971	0,494	4797,747	0,890	4036,334	0,829	0,396	-0,061
Доходы будущих периодов	429,874	0,087	315,673	0,059	205,536	0,042	-0,029	-0,017
V. Краткосрочные обязательства	128096,538	26,016	151992,536	28,192	125884,752	25,87	2,176	-2,322
Заемные средства	47087,958	9,564	64044,251	11,879	63454,237	13,04	2,316	1,161
Кредиторская задолженность	70731,846	14,366	81730,293	15,159	56899,786	11,69	0,794	-3,469
Доходы будущих периодов	2641,998	0,537	2072,553	0,384	2207,057	0,453	-0,152	0,069
Оценочные обязательства	7634,736	1,551	4145,439	0,769	3323,672	0,683	-0,782	-0,086
Баланс	492369,672	100	539135,981	100	486437,163	100	0	0

Одновременно, в пассиве баланса наибольшие изменения структуры только за год наблюдается по строкам:

- долгосрочные заемные средства 1,31%;

- нераспределенная прибыль 1,91%;
- краткосрочные заемные средства 1,16%;
- кредиторская задолженность – 3,45%.

Анализируя состав, структуру и динамику пассивов можно отметить, что доля собственного капитала в составе пассивов организации в 2015 году снизилась по сравнению с 2014 годом и по объему, и по структуре. В 2016 году также наблюдается уменьшение данной статьи пассивов. Это является негативным фактором и свидетельствует о росте неустойчивости собственного капитала предприятия. Данное уменьшение капитала произошло за счет уменьшения нераспределенной прибыли особенно в 2015 году.

Изменение отложенных налоговых активов, отраженное в форме №2 (стр. 2450) за последний отчетный период, не соответствует изменению данных по строке 1180 "Отложенные налоговые активы" Баланса. Подобная проблема имеет место и с показателем отложенных налоговых обязательств – данные формы №2 расходятся с соответствующим показателем формы №1. Выявленную неточность подтверждает и то, что даже в сальдированном виде отложенные налоговые активы и обязательства в форме №1 и форме №2 за последний отчетный период не совпадают.

Наглядно изменение чистых активов представлено на следующем графике 2.4.

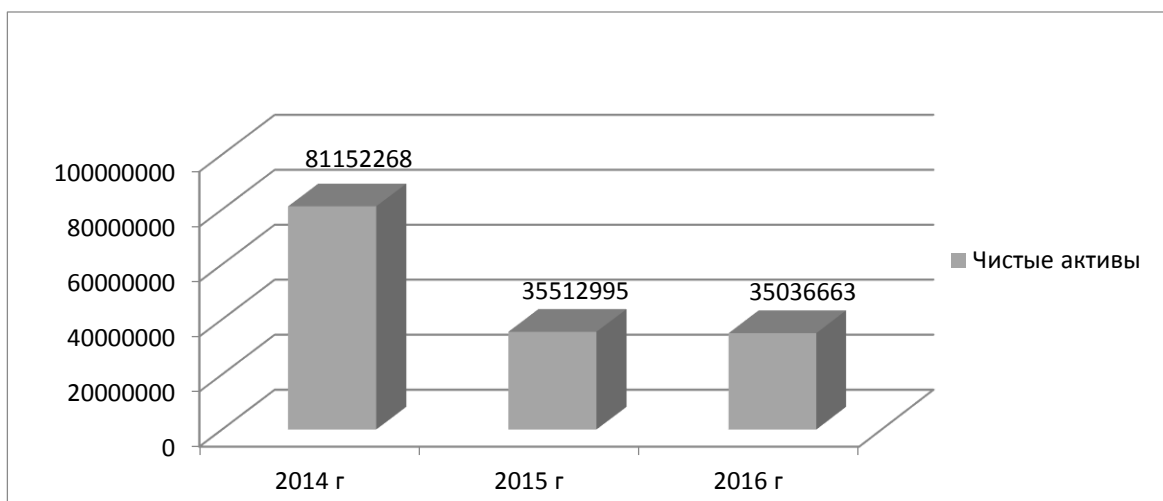


Рис.2.4. Чистые активы ПАО «МТС» за 2014-2016 годы

Чистые активы организации по состоянию на 31.12.2016 в 175,3 раза превышают уставный капитал. Это положительно характеризует финансовое положение, полностью удовлетворяя требованиям нормативных актов к величине чистых активов организации. Однако следует отметить снижение чистых активов на 56,8% за 3 года. Несмотря на нормальную относительно уставного капитала величину чистых активов, их дальнейшее снижение может привести к ухудшению данного соотношения.

Относительные показатели, характеризующие ликвидность баланса и платежеспособность представим графически (рис.2.5).

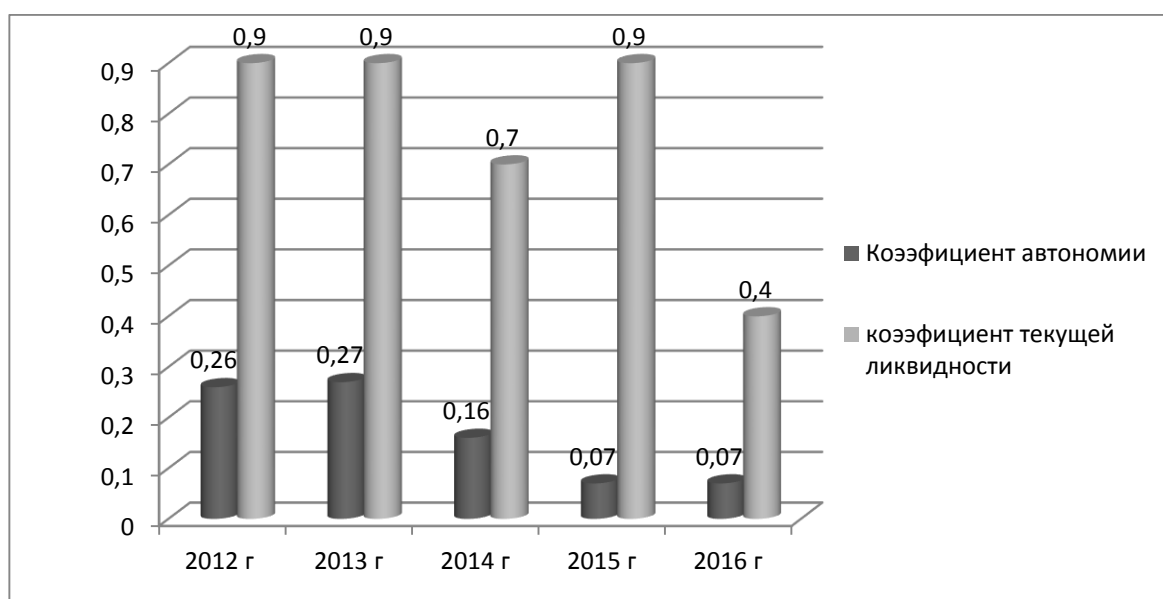


Рис. 2.5. Коэффициенты текущей ликвидности и автономии за 2012-2016 годы

По состоянию на 31.12.2016 значение коэффициента текущей ликвидности 0,4 не соответствует норме. Более того следует отметить отрицательную динамику показателя – за 5 последних лет коэффициент снизился на 0,5. В течение рассматриваемого периода коэффициент текущей ликвидности изменялся разнонаправленно; значения показателя находились в диапазоне от 0,9 до 0,4.

Это свидетельствует о недостатке ликвидных активов, то есть наличности и других активов, которые можно легко обратить в денежные

средства для погашения краткосрочной кредиторской задолженности. В течение всего рассматриваемого периода коэффициент быстрой ликвидности сохранял значение, не соответствующее ниже нормативного. Коэффициент абсолютной ликвидности, как и два другие, имеет значение ниже нормы. При этом нужно обратить внимание на имевшее место за весь анализируемый период негативное изменение – коэффициент абсолютной ликвидности постоянно снижался.

Коэффициент автономии на крайне низком уровне менее 0,5, что также свидетельствует о негативной тенденции, требующей крайних мер по устранению данной динамики.

Однако, основные финансовые показатели МТС свидетельствуют, что это бесспорный лидер на российском рынке мобильной связи по абсолютным значениям выручки, OIBDA, маржи OIBDA - в 2016 году эти показатели составили соответственно 103,8 миллиарда рублей, 41,0 миллиарда рублей и 39,6%. Консолидированная выручка Группы МТС выросла в 2016 году на 2,1% до 435,7 миллиарда рублей, опередив динамику ключевых рынков присутствия, а скорректированный показатель OIBDA составил 169,3 миллиарда рублей.

Таблица 2.4

Основные финансовые показатели ПАО «МТС» за 2013-2016 годы

Показатели	2013 г.	2014 г.	2015 г.	2016 г.	Изменения 2016 г. к 2013г., %, +,-
Выручка, млн. руб.	398443	410780	431232	435721	109,4
Операционная прибыль, млн. руб.	101758	104106	93073	87144	85,6
Маржа операционной прибыли, %	25,5	25,3	21,6	20,0	-5,5
Чистая прибыль, млн. руб.	79839	51307	49489	48537	60,8
Маржа чистой прибыли, %	20,0	12,5	11,5	11,1	-8,9

Несмотря на длительную макроэкономическую нестабильность и усиление конкуренции на ключевых рынках скорректированный показатель OIBDA в 2016 году снизился незначительно и составил 169,3 миллиарда

рублей. Дополнительные расходы на развитие розничной сети, а также макроэкономические факторы оказали негативное влияние на рентабельность в России, при этом укрепление рубля ограничило вклад зарубежных дочерних компаний. Тем не менее, стабилизация макроэкономической среды и стратегический подход к повышению эффективности способствуют тому, что общее улучшение ситуации на российском рынке положительно сказывается на бизнесе МТС в целом.

2.2. Особенности формирования прибыли Компании

Основным источником доходов Компании является выручка от реализации следующих услуг:

- услуги сотовой радиотелефонной связи;
- предоставление в аренду каналов связи;
- предоставление услуг фиксированной городской, междугородной и международной связи;
- предоставление услуг телематических служб;
- прочие источники.

Доходы компании в зависимости от их характера, условий получения и направлений деятельности подразделяется на (рис.2.6):

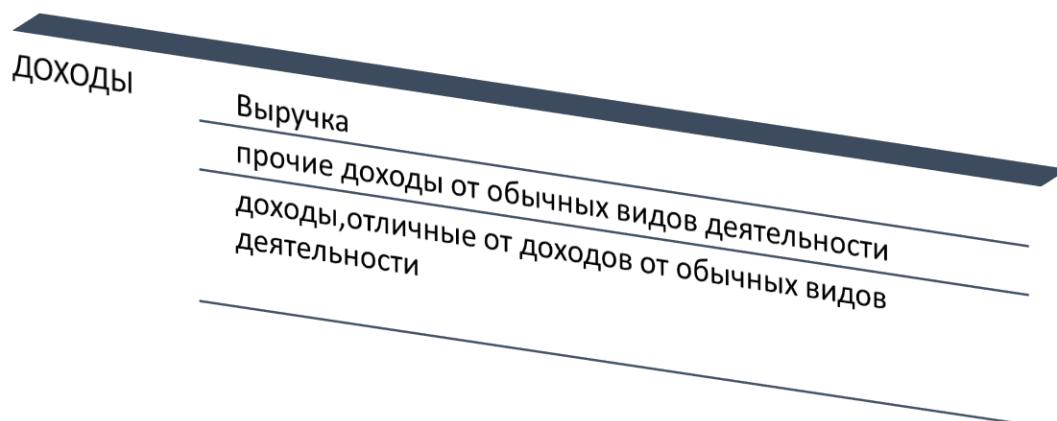


Рис. 2.6. Классификация доходов, принятая в ПАО «МТС»

К выручке (доходу от обычных видов деятельности) относятся доходы от:

- оказания услуг связи и плата за подключение, в том числе: абонентской и повременной платы; реализация эфирного времени; услуг фиксированной городской, междугородней и международной связи; услуг передачи данных; услуг платного телевидения; дополнительных услуг; предоставления услуг роуминга; услуг подключения к сети; услуг межсетевого взаимодействия; услуг сервис-провайдера; услуг аренды каналов связи; прочих услуг связи;

- торговой и посреднической деятельности;

- оказания услуг по сдаче имущества в аренду.

К прочим доходам от обычных видов деятельности относятся:

- доходы от продажи основных средств, нематериальных активов и иного имущества;

- доходы от восстановления ранее признанного резерва под обесценивание активов;

- доходы, связанные с отражением результатов инвентаризации;

- доходы, связанные с возмещением причиненных Компании убытков, суммы штрафов, пеней, причитающихся к получению;

- прочие доходы.

К прочим доходам относятся:

- доходы в виде процентов по договорам займа и иным аналогичным договорам (иным долговым обязательствам, включая ценные бумаги);

- доходы от участия в уставных капиталах других организаций;

- прибыль от операций со свопами;

- положительные курсовые разницы;

- прочие доходы.

Выручка от продажи услуг связи определяется на основании данных биллинговой системы об объеме и видах оказанных услуг за отчетный

период и утвержденных тарифов на услуги связи с учетом скидок, предусмотренных маркетинговой политикой Компании.

На основе отчета о финансовых результатах деятельности за 2014-2016 годы исследуем показатели размера прибыли ПАО «МТС» (табл.2.5).

Таблица 2.5

Динамика прибыли по видам ПАО «МТС» за 2014-2016 годы, тыс. руб.

Показатели	2014 г.	2015 г.	2016 г.	Изм.2016 г к 2014 г., %
Валовая прибыль	150368668	148355078	148855198	98,9
Прибыль от продаж	74377911	72852006	70778305	95,2
Прибыль до налогообложения	35249495	14405195	61984528	175,8
Чистая прибыль	28372745	6688188	50658757	178,5

Основным источником формирования валовой прибыли является выручка, которая на 1,1% уменьшилась за анализируемый период, что повлияло и на снижение прибыли от продаж.

Прибыль до налогообложения при этом увеличилась на 75,8% за счет доходов от участия в других организациях, процентов к получению и прочих доходов. Чистая прибыль также увеличилась значительно на 78,5%. Но здесь надо учесть тот факт, что данные показатели еще корректируются с учетом курсовых разниц, что значительно снижает полученный результат. Рассмотрим изменение выручки Компании по сегментам (табл.2.5)

Таблица 2.5

Изменение выручки по сегментам ПАО МТС за 2014-2016 годы,

млрд. руб.

Показатели	2014 г.	2015 г.	2016 г.	Изм.2016 г к 2014 г., +/-
Выручка всего	400,2	391,2	400,6	0,4
в том числе:				
Мобильные услуги	296,9	296,2	295,0	-1,9
Фиксированные услуги	61,8	61,6	61,2	-0,6
Системная интеграция	0,8	1,1	5,6	4,8
Продажи товаров	40,7	40,3	49,6	8,9
OIBDA	164,3	165,1	162,5	-1,8
Маржа,%	40,2	42,2	40,6	0,4
Чистая прибыль	53,4	53,1	53,9	0,5
Маржа, %	13,4	13,6	13,5	0,1

Выручка Группы выросла в 2016 году на 0,4%, что стало результатом реализации стратегии 3D: данные, дифференциация и дивиденды. Устойчивый рост пользования услугами передачи данных на ключевых рынках в сочетании с увеличением продаж мобильных телефонов в России компенсировал отрицательное влияние макроэкономических факторов в таких сегментах, как услуги для корпоративных клиентов и роуминговые сервисы, в то время как эффект укрепления рубля привел к сокращению вклада в общие результаты выручки от деятельности зарубежных дочерних компаний. В целом, динамика выручки опережала рынок в ключевых регионах присутствия МТС.

Чистая прибыль с учетом корректировки Группы за год незначительно сократилась до 48,5 миллиарда рублей, в целом повторяя динамику OIBDA. Постепенное укрепление рубля в течение года в сочетании с улучшением финансовых результатов дочерних и ассоциированных компаний, включая МТС Банк, компенсировало разовые убытки, в том числе от продажи UMS.

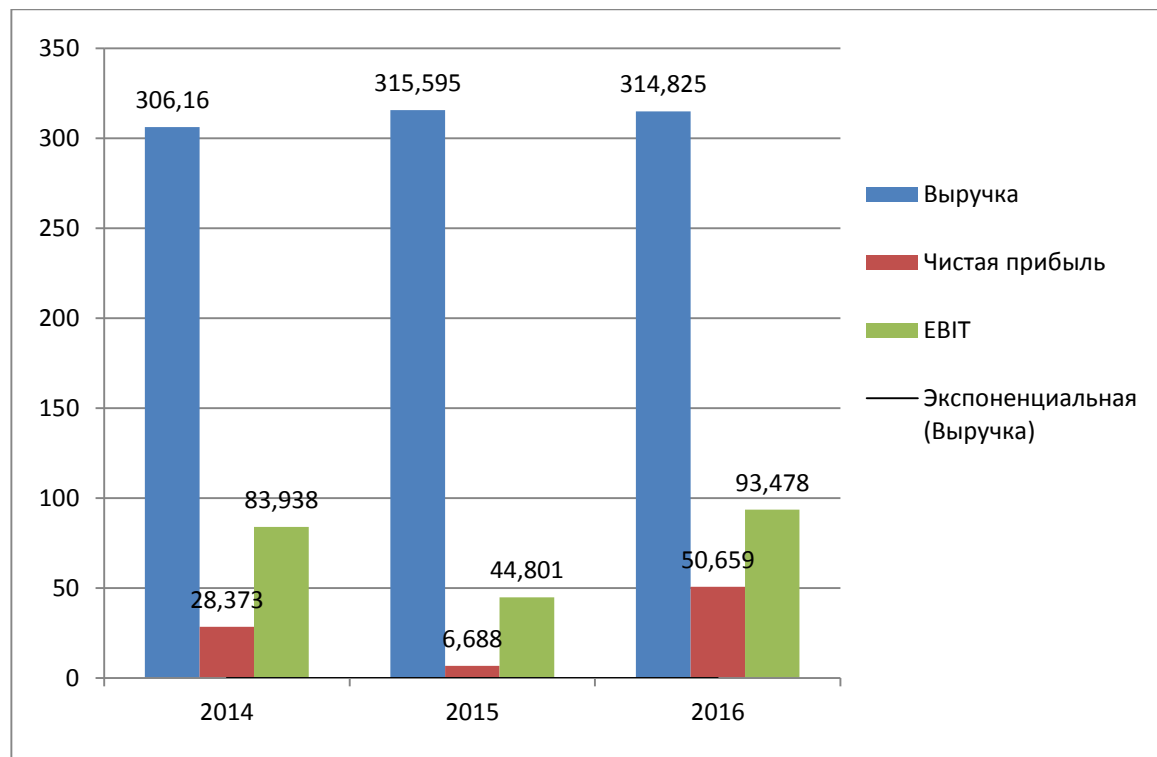


Рис. 2.7. Динамика выручки, OIBDA и чистой прибыли за 2014-2016 годы

За 2016 год годовая выручка составила 314 825 млн. руб. В течение анализируемого периода с 31 декабря 2014г. по 31 декабря 2016 г. годовая выручка явно выросла на 2,8%, кроме того, на рост выручки также указывает и усредненный тренд. Увеличение выручки наблюдалось в течение всего периода.

За анализируемый период чистая прибыль выросла на 78,5%. За весь рассматриваемый период финансовый результат от продаж слабо снизился, хотя в среднем за период линейный тренд отсутствует, т.е. нет заметного роста или снижения.

Рассчитываемый нами показатель OIBDA широко используется инвесторами, аналитиками и рейтинговыми агентствами для сравнения и оценки текущих и будущих операционных показателей, а также стоимости телекоммуникационных компаний. Показатель OIBDA позволяет инвесторам получить дополнительную информацию, так как отражает состояние бизнеса и прочие инвестиции, а также способность компании привлекать и обслуживать свои долговые обязательства, представляет собой текущую часть не денежных расходов, относящихся к приобретенным или созданным долгосрочным активам.

Капитальные затраты МТС в 2016 году составили 83,6 миллиарда рублей, что на 13,1% меньше, чем в 2015 году, и немного ниже прогнозируемых ранее 85,0 миллиардов рублей. В конце 2016 года МТС завершила программу развития оптико-волоконной сети и запустила сети с поддержкой LTE во всех регионах присутствия в России. В 2016 году МТС дополнительно построила 6200 базовых станций LTE, чтобы расширить высококачественную мобильную сеть для клиентов и сохранить лидирующие позиции на рынке. Продолжая инвестировать в развитие инфраструктуры, компания видит возможность постепенного сокращения своих капитальных затрат с одновременным сохранением качества предоставляемых сервисов и увеличением денежных потоков.

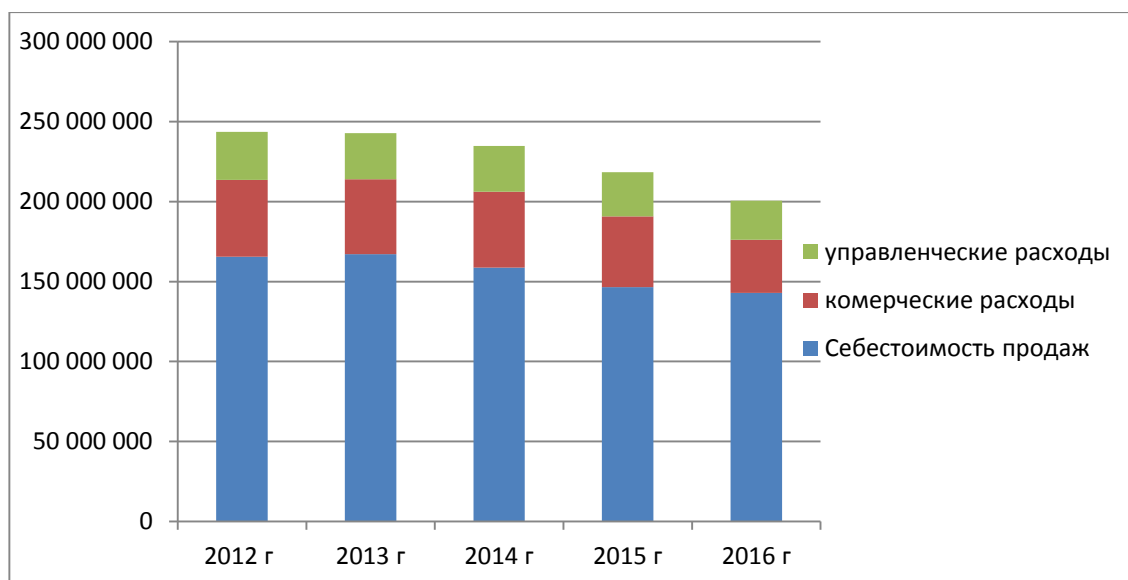


Рис. 2.8. Динамика затрат ПАО «МТС» за 2012-2016 годы

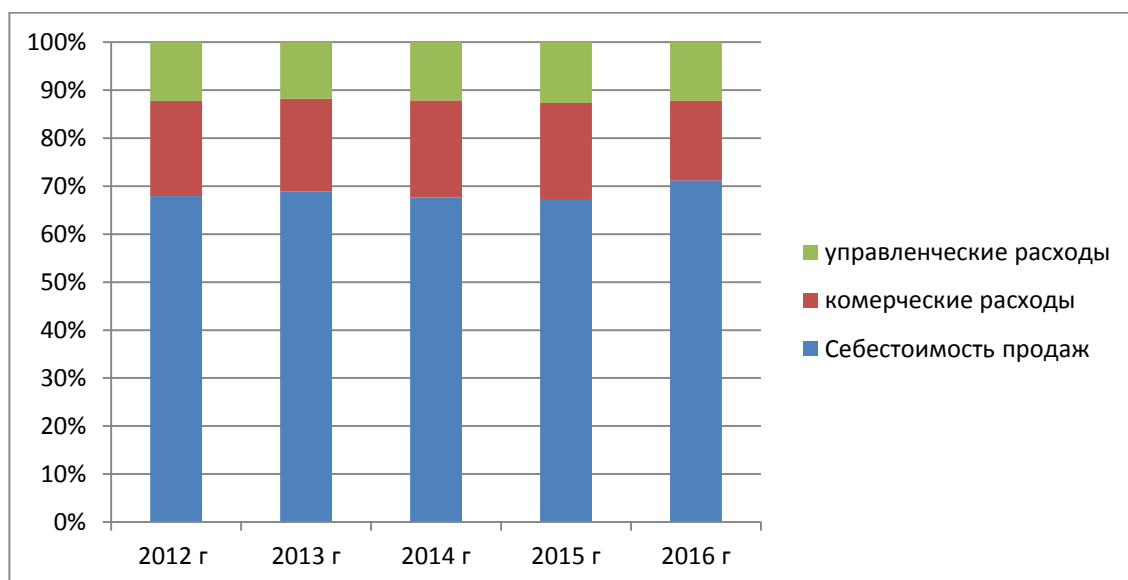


Рис.2.9. Структура затрат ПАО «МТС» за 2012-2016 годы

Расходы являются одним из ключевых показателей, определяющих размер прибыли. Наблюдается положительная тенденция снижения затрат. Также положительно снижение доли коммерческих расходов и оптимальный размер управленческих.

Обратив внимание на строку 2220 формы №2 можно отметить, что организация учитывала общехозяйственные (управленческие) расходы в

качестве условно-постоянных, относя их по итогам отчетного периода на реализованные товары (работы, услуги).

По состоянию на конец года, общая задолженность составляла 274,8 миллиарда рублей (за вычетом расходов по лизингу и расходов на привлечение займов) (рис.2.10).

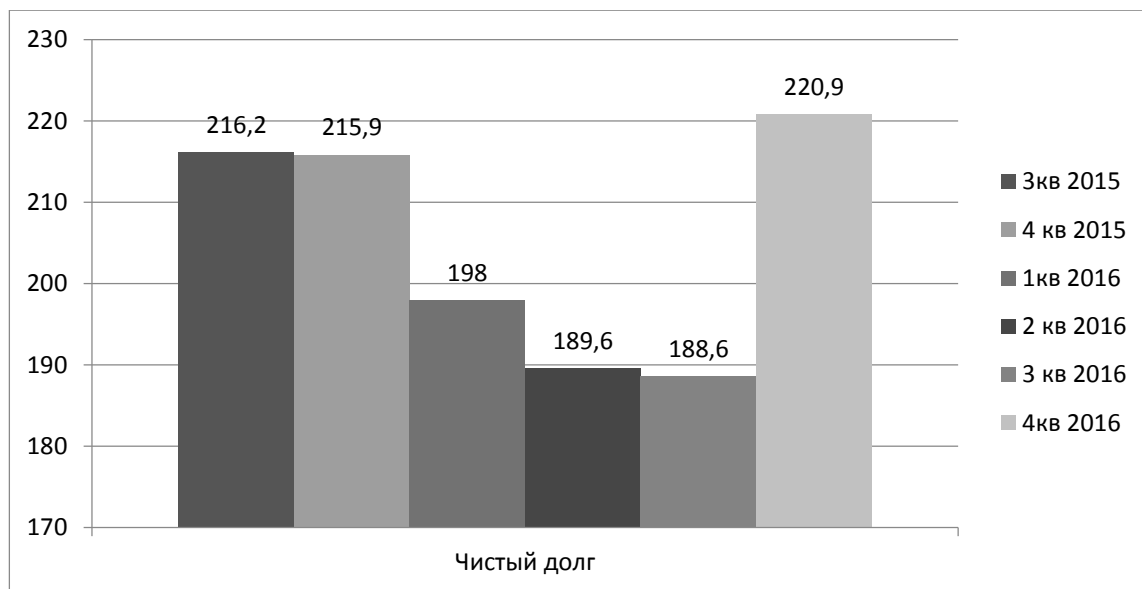


Рис.2.10. Задолженность ПАО МТС поквартально в 2016 году

Этот показатель снижается вследствие стабилизации курсов валют, а также погашения различных долговых инструментов. В частности, в июне, воспользовавшись благоприятной рыночной ситуацией и высокой ликвидностью бумаг, МТС выкупила собственные еврооблигации на 267 миллионов долларов США, с целью хеджировать будущие валютные риски и колебания балансовой стоимости долга. Общий долг (без учета лизинговых обязательств и расходов на привлечение займов) = 274.8 миллиарда рублей.

Все три показателя рентабельности за последний год, приведенные в таблице, имеют положительные значения, поскольку организацией получена как прибыль от продаж, так и в целом прибыль от финансово-хозяйственной деятельности за данный период.

Прибыль от продаж в анализируемом периоде составляет 22,5% от полученной выручки. Однако имеет место отрицательная динамика рентабельности по сравнению с данным показателем за 2013 год.

Показатель рентабельности, рассчитанный как отношение прибыли до процентов к уплате и налогообложения (ЕВИТ) к выручке организации, за последний год составил 19,7%. То есть в каждом рубле выручки организации содержалось 19,7 коп. прибыли до налогообложения и процентов к уплате.

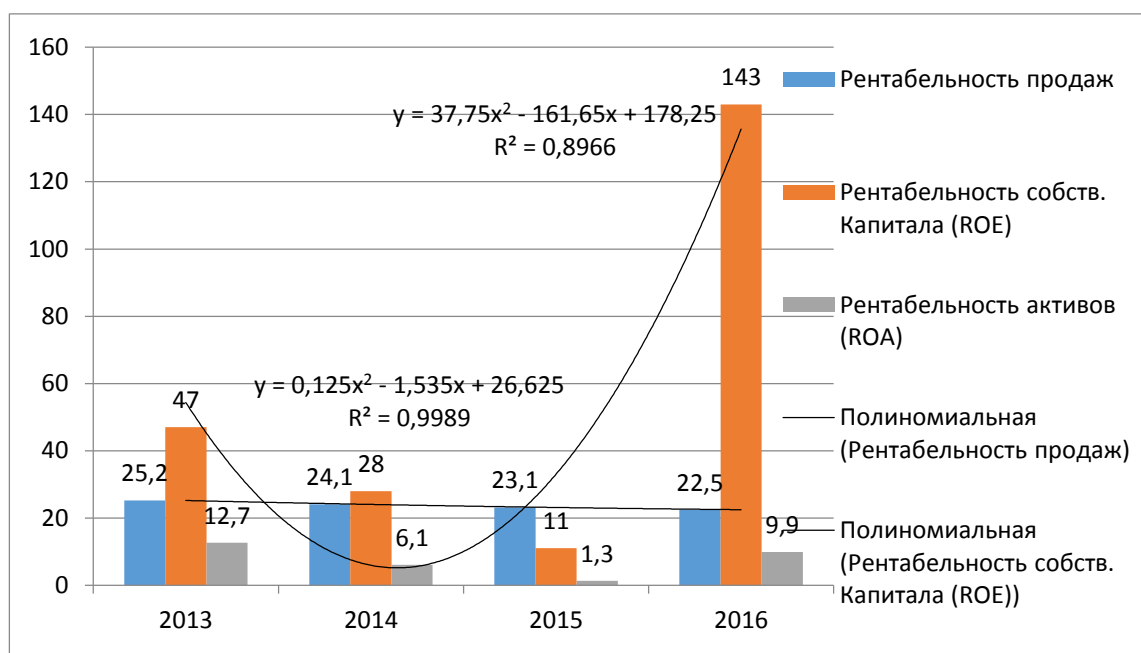


Рис. 2.11. Показатели рентабельности ПАО «МТС» за 2013-2016 годы

За последний год каждый рубль собственного капитала организации обеспечил 143 руб. чистой прибыли. Рентабельность собственного капитала за весь анализируемый период возросла в 3 раза, более того, тенденцию на рост подтверждает и линейный тренд. За 2016 год значение рентабельности собственного капитала можно характеризовать как полностью укладывающееся в норму.

За период с 01.01.2016 по 31.12.2016 рентабельность активов равнялась 9,9%. За анализируемый период с 31 декабря 2013 г. по 31 декабря 2016 г. отмечено значительное падение рентабельности активов – на 2,8%. В течение

анализируемого периода рентабельность активов принимала как позитивные значения, так и значения, не соответствующие установленному нормативу.

Систему факторов, влияющих на формирование прибыли, и ее размер исследуем детально в разделе 2.3.

2.3. Оценка факторов, влияющих на формирование прибыли ПАО «МТС»

Проводимые исследования нацелены на выявление и группировку факторов, как положительно влияющих на финансовый результат, так и отрицательно.

В мобильном сегменте выручка снизилась на 0,4% до 295,0 миллиарда рублей. Ключевые факторы, в том числе снижение объема голосового трафика в бизнес-сегменте и использования голосовых услуг в роуминге в массовом сегменте, во многом обусловлены макроэкономическими изменениями. Система факторов в количественном измерение представлена на рисунке 2.12.

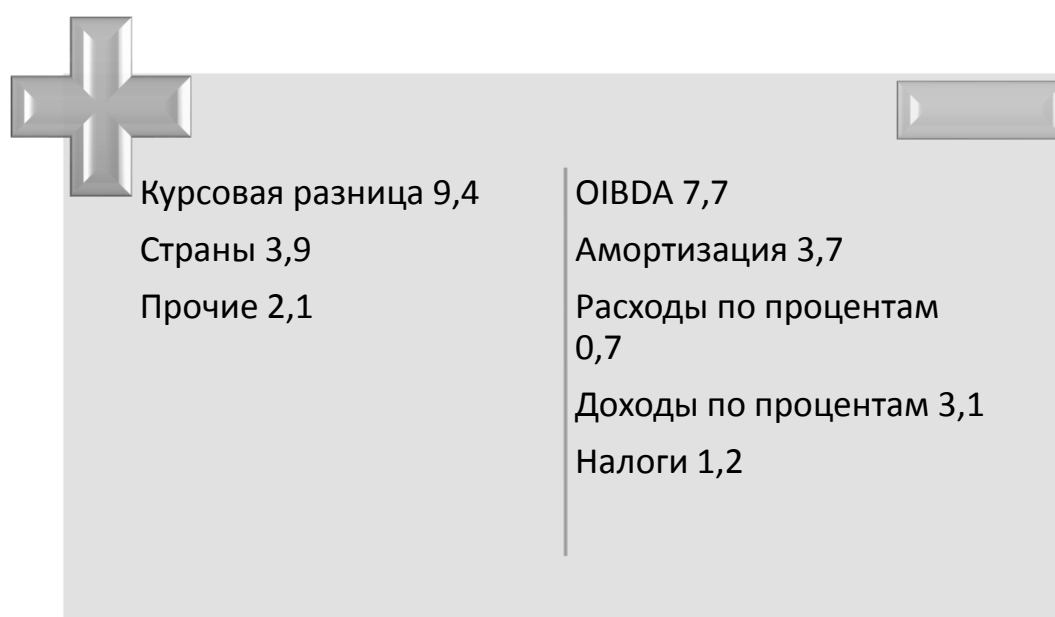


Рис. 2.12. Факторы, влияющие на чистую прибыль МТС в 2016 году

Остановимся на негативных факторах, влияющих на прибыль. В ходе своей обычной деятельности Группа становится участником судебных, налоговых и таможенных споров, также против нее предъявляются различные иски и претензии. Некоторые из них характерны для стран с развивающейся экономикой, меняющимся фискальным режимом и условиями регулирования, в которых осуществляет свою деятельность МТС. Ответственность Группы по всем судебным и иным разбирательствам оказывает не существенное влияние на финансовое положение, результаты деятельности и ликвидность Группы.

Возможные негативные последствия экономической нестабильности и санкций усилившиеся с 2014 года, направленные на отдельные сектора российской экономики, сохраняются в отношении характера и сроков дальнейшего действия. Влияние данных факторов привело к увеличению стоимости капитала, повышению инфляции и неопределенности относительно дальнейшего экономического роста, что может в будущем также негативно воздействовать на деятельность группы, в том числе на возможность привлекать финансирование на приемлемых условиях. При этом руководство группой предпринимает комплекс мер поддержания финансовой устойчивости Группы в текущих условиях. Реализуется политика хеджирования валютных рисков, которая частично смягчила влияние колебаний денежных выплат, номинированных в иностранных валютах.

Фактор политической и экономической ситуации на Украине приводит к значительным потерям прибыли в результате ухудшения экономической ситуации сопровождающейся дальнейшим спадом производства, снижением кредитных рейтингов и ослаблением национальной валюты. Национальный банк Украины также ввел запрет на выплату дивидендов иностранным инвесторам, который неоднократно продлевался, и в соответствии с редакцией, действующей по состоянию на 31 декабря 2016, выплаты дивидендов подпадают под определенные ограничения. Этот фактор может

оказать дальнейшее негативное влияние на конечные результаты деятельности Группы и ее финансовое положение.

Указанные риски в особенной степени применимы в отношении денежных средств, размещенных на счетах и депозитах в банках Украины, ликвидность и платежеспособность которых существенно ограничена в условиях экономического спада.

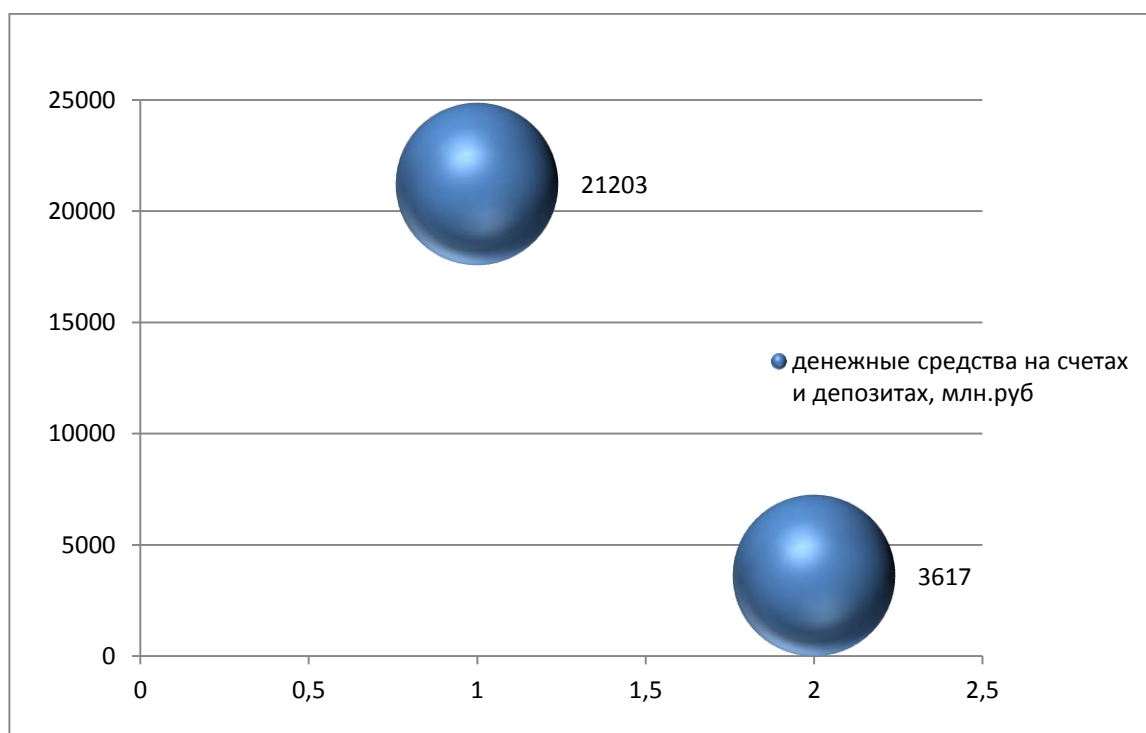


Рис. 2.13. Денежные средства на счетах и депозитах в банках Украины в 2014 и 2016 годах

По состоянию на 31 декабря 2014 года сумма денежных средств на текущих и депозитных счетах в банках Украины составляла 21203 млн. руб.. По состоянию 31 декабря 2016 года этот показатель уменьшился в 5,8 раза и составил 3617 млн. руб. Основная мера, которая обеспечила снижение денежных средств в банках Украины это то, что Группа начислила дополнительные резервы в размере 1698 млн. руб. под финансовые вложения в банках Украины, признанных неплатежеспособными (рис. 2.14).

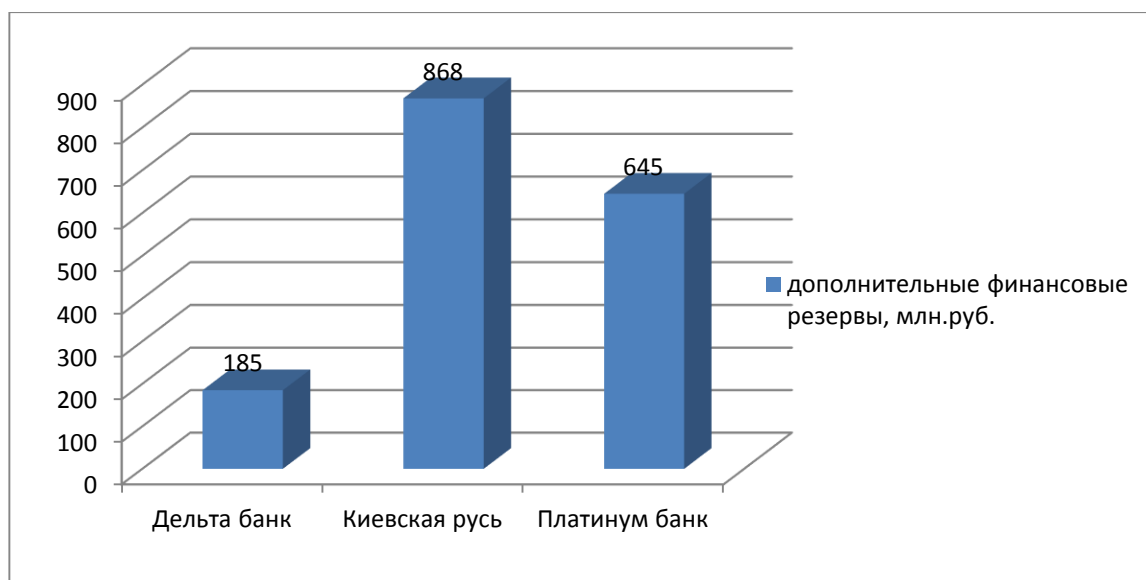


Рис. 2.14. Дополнительные резервы под финансовые вложения в банках Украины по состоянию на 31 декабря 2015 года.

Дополнительные резервы были включены в состав операционных расходов консолидированного отчета о прибылях и убытках.

Антитеррористический пакет законов, который был подписан Президентом РФ 7 июля 2016 года, предусматривает обязательное хранение телекоммуникационными операторами записей телефонных звонков, текстовых сообщений пользователей, изображений, звуков, видео и иных сообщений в течение определенного периода времени. Данные требования вступают в силу с 1 июля 2018 года. Для соблюдения этого закона потребуется строительство дополнительных центров хранения, обработки и индексации данных и значительное увеличение капитальных расходов Группы, что может оказать негативное влияние на финансовые показатели, в частности, на свободный денежный поток.

Негативным фактором является расследования в отношении прекращенной деятельности в Узбекистане. В марте 2014 года Группа получила запрос от Комиссии по ценным бумагам и биржам Соединенных Штатов Америки и Министерства юстиции Соединенных Штатов Америки на представление информации в отношении расследования деятельности

бывшего дочернего предприятия Группы в Узбекистане. В 2015 году деятельность бывшего дочернего предприятия в Узбекистане была упомянута в исках о конфискации активов, поданными Министерством юстиции Соединенных Штатов Америки в окружной суд Южного округа Нью-Йорка (Манхэттен). В Исках, среди прочего, содержится заявление о том, что МТС и ряд иных лиц якобы совершали коррупционные платежи в адрес неназванного узбекского представителя власти для целей получения его содействия в выходе и работе на телекоммуникационном рынке Узбекистана. Иски направлены исключительно на активы, принадлежащие этому неназванному узбекскому представителю власти, и не затрагивают ни одного из активов МТС.

Компания добросовестно сотрудничает по вопросам, связанным с проводимыми расследованиями. Компания не может предсказать исход расследований, включая возможность наложения каких-либо штрафов, которые могут быть существенными, влияющими на доходность.

Вышеперечисленные негативные факторы значительно влияют на финансовый результат деятельности. При этом все больше в оценке своей деятельности Компании используют метод денежного потока и стремятся к его положительному значению. Особенно для крупных Компаний это актуально потому, что они, стремясь увеличить стоимость Компании, используют финансовые инструменты, стоимость которых зависит от денежных поступлений или выплат, генерируемых данным финансовым инструментом в будущем. Одинаковые по величине денежные суммы, поступающие в распоряжение экономического субъекта в разные моменты времени, различаются для него по своей ценности.

Свободный денежный поток составил 47,0 миллиардов рублей в 2016 году. Произошло небольшое снижение по сравнению с 2015 годом, что в значительной степени связано с разовыми операциями, такими как инвестиции в МТС Банк в размере 4,1 миллиарда рублей и более высокие процентные платежи в результате выкупа в июне 2016 года еврооблигаций

МТС со сроком погашения в 2020 году. Кроме того, рост курса рубля увеличил налоговую базу компании (табл.2.6).

Таблица 2.6

Свободный денежный поток ПАО МТС за 2014-2016 годы, млрд. руб.

Свободный денежный поток	2014 г.	2015 г.	2016 г.	2015 г к 2016 г., +,-
Чистое поступление денежных средств от основной деятельности	159,5	144,1	130,6	-13,5
Минус:				
Приобретение основных средств	-74,2	-76,7	-55,5	-21,2
Приобретение нематериальных активов	-18,4	-19,4	-28,0	8,6
Поступления от продажи основных средств	0,6	3,0	4,0	1,0
Инвестиции в ассоциированные компании	7,8	-	-4,1	-4,1
Свободный денежный поток	57,0	51,0	47,0	-10,0

Общая выручка МТС в России выросла за год до 400,6 миллиарда рублей. Незначительное снижение выручки от мобильного и фиксированного бизнесов компенсируется годовым ростом выручки от продаж товаров на 23%. Кроме того, обеспечить высокие результаты компании позволил рост выручки от услуг системной интеграции.

При этом в четвертом квартале 2016 года относительно аналогичного периода 2015 года компания зафиксировала рост в 0,3%, что отражает общее улучшение бизнес-климата в России. Кроме того, абонентская база МТС в России увеличилась за год на 3,5%, что отражает лояльность бренду МТС, лидерство в ключевых сегментах, таких как услуги для бизнеса и активно растущий M2M-рынок, и общую результативность стратегии в отношении монобрендовой розничной сети.

Таким образом, финансовое состояние ПАО «МТС» в целом можно охарактеризовать как нестабильное, о чем свидетельствует несбалансированная структура активов и пассивов, уменьшение активов, значительную долю основных средств, низкие темпы роста прибыли на фоне макроэкономической нестабильности.

ГЛАВА 3. НАПРАВЛЕНИЯ РАЗВИТИЯ И РОСТА ПРИБЫЛИ КОМПАНИИ

3.1. Прогноз формирования прибыли Компании

Применим операционный анализ с целью определения точки безубыточности и определим выручку в млн. руб. по двум вариантам (рис.3. 1., 3.2).

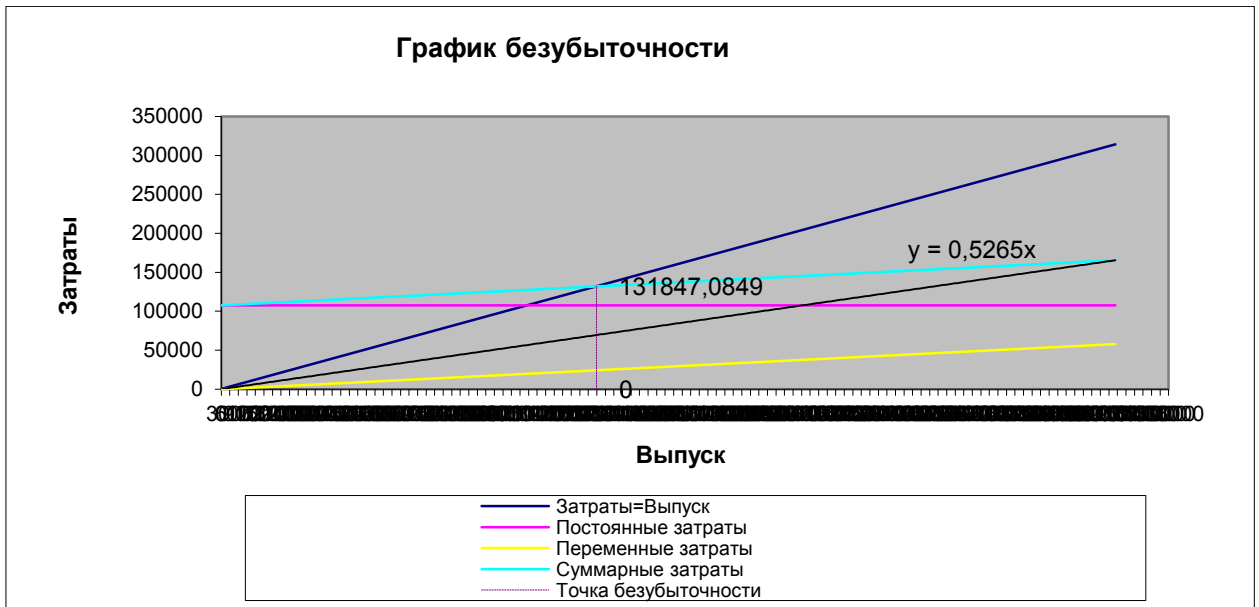


Рис. 3.1. Расчет точки безубыточности доля постоянных затрат 35%

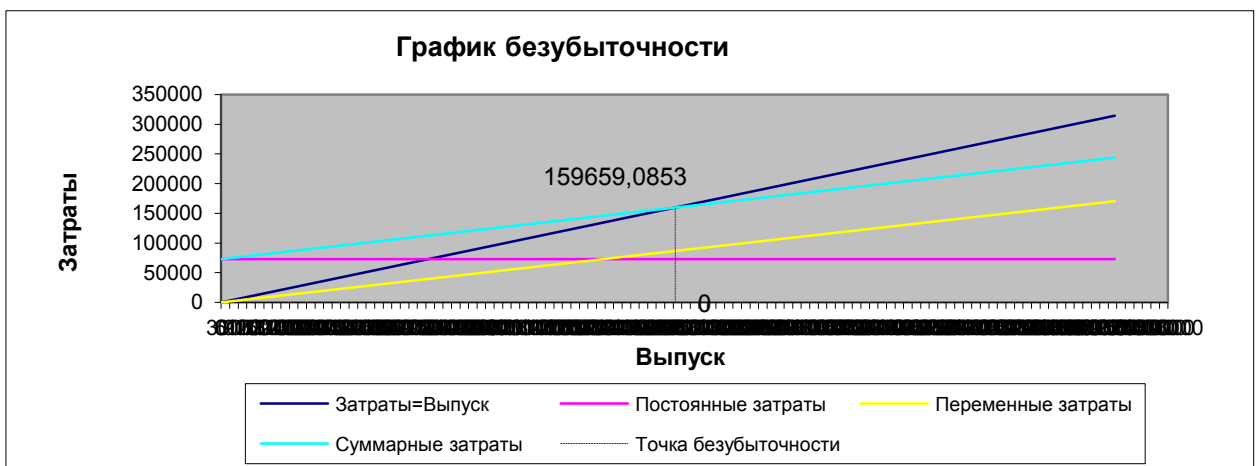


Рис. 3.2. Расчет точки безубыточности при доле постоянных затрат 30%

Доля постоянных затрат по фактическим данным 2016 года составляет около 20%, что приближено к структуре производственных фондоемких отраслей. Мы увеличили долю до 30% и графическим способом получили 159659,09 млн. руб. что на 50% меньше фактически полученной выручки за 2016 год.

Проведенный анализ показал неудовлетворительную структуру баланса и мы выделим факторы, включим их в расчетную модель Альтмана и определим возможную вероятность банкротства. Применительно к ПАО "МТС" взята 4-факторная модель для частных непроизводственных компаний:

Одним из показателей вероятности скорого банкротства организации является Z-счет Альтмана, который рассчитывается по следующей формуле $Z\text{-счет} = 6,56T_1 + 3,26T_2 + 6,72T_3 + 1,05T_4$, где (табл.3.1).

Таблица 3.1

Четырехфакторная модель Z-счет Альтмана ПАО «МТС»

Коэф-т	Расчет	Значение на 31.12.2016	Множитель	Произведение (гр. 3 x гр. 4)
1	2	3	4	5
T ₁	Отношение оборотного капитала к величине всех активов	-0,16	6,56	-1,06
T ₂	Отношение нераспределенной прибыли к величине всех активов	0,07	3,26	0,23
T ₃	Отношение ЕВІТ к величине всех активов	0,19	6,72	1,29
T ₄	Отношение собственного капитала к заемному	0,08	1,05	0,08
Z-счет Альтмана:				0,54

Предполагаемая вероятность банкротства в зависимости от значения Z-счета Альтмана составляет:

- 1,1 и менее – высокая вероятность банкротства;
- от 1,1 до 2,6 – средняя вероятность банкротства;
- от 2,6 и выше – низкая вероятность банкротства.

По результатам расчетов для ПАО "МТС" значение Z-счета по состоянию на 31.12.2016 составило 0,54. Такое значение показателя говорит о высокой вероятности банкротства ПАО "МТС". Несмотря на полученный результат, следует отметить, что Z-счет Альтмана позволяет очень условно оценить вероятность банкротства организации, и окончательный вывод следует делать по результатам более глубокого анализа.

Проведенные расчеты свидетельствуют о необходимости кардинальных мер по оздоровлению ПАО «МТС». Группа планирует мероприятия по стабилизации и улучшению финансового состояния (рис. 3.3):

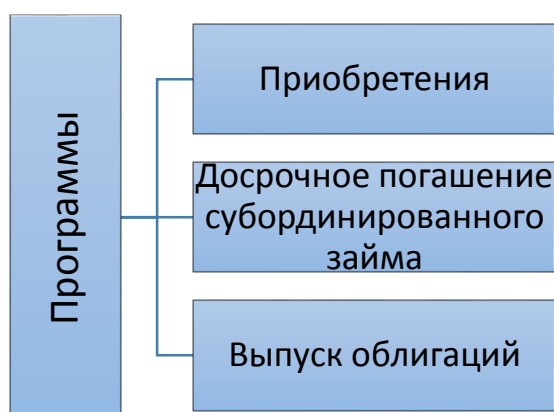


Рис. 3.3. Программы стабилизации и улучшения финансового состояния Группы на перспективу

Программа приобретения предназначена для выкупа 16 022 364 обыкновенных акций Группы, в том числе в форме АДА по цене 290 руб. за одну обыкновенную акцию на сумму до 4 647 млн. руб.

Досрочное погашение субординированного займа, выданного зависимому предприятию группы «МТС-банк» в сентябре 2012 года на срок 10 лет в размере 2100 млн. руб. позволит уменьшить долю заемных средств.

Выпуск облигаций планируется в два этапа на суммы 10 000 млн. руб. каждый.

Первый этап со сроком погашения в 2022 году, ставкой купона 9%.

Второй этап размещение рублевых облигаций серии 001P-02 с погашением через четыре года. По облигациям предусмотрен полугодовой купон, ставка которого составляет 8,85% годовых.

Также одним из способов повышения ликвидности предприятия является финансовая стабилизация. Достигнуть этого можно с помощью анализа активов для их более рационального распределения. Для финансовой стабилизации необходим определенный грамотный план, целью которого будет уменьшение ежемесячных расходов. При реализации данного подхода нежелательно сокращать заработную плату работников. Существует много других возможностей экономии денежных средств предприятий Группы.

Для достижения сбалансированности дефицитного денежного потока в краткосрочном периоде разрабатывают мероприятия по ускорению привлечения денежных средств и замедлению их выплат. К мероприятиям по ускорению привлечения денежных средств относят:

- обеспечение полной или частичной предоплаты за услуги, пользующуюся большим спросом на рынке;
- сокращение сроков предоставления кредита покупателям;
- увеличение размеров ценовых скидок при реализации за наличный расчет;
- ускорение инкассации просроченной дебиторской задолженности;
- использование современных форм реинвестирования дебиторской задолженности (учет векселей, факторинг и тому подобное).

К мероприятиям по замедлению выплат денежных средств относят:

- увеличение по согласованию с поставщиками сроков предоставления предприятию кредита;
- замедление инкассации собственных платежных документов;

- приобретение долгосрочных активов на условиях лизинга;
- реструктуризация полученных кредитов путем перевода краткосрочных в долгосрочные.

Так как данные мероприятия, повышая уровень абсолютной платежеспособности предприятия в краткосрочном периоде, способны создать проблемы дефицитности денежных потоков в будущем, то одновременно должны быть разработаны мероприятия по сбалансированности дефицитного денежного потока в долгосрочном периоде.

К мероприятиям по увеличению положительного денежного потока относят:

- дополнительный выпуск акций и облигаций;
- привлечение долгосрочных кредитов, продажа или сдача в аренду неиспользуемых видов основных средств;
- продажа части долгосрочных финансовых вложений.

К мероприятиям по сокращению отрицательного денежного потока можно отнести:

- снижение суммы постоянных издержек Группы;
- сокращение объема реальных инвестиций;
- передача в муниципальную собственность объектов соцкультбыта.

Последний этап оптимизации включает в себя обеспечение условий максимизации чистого денежного потока, рост которого обеспечивает повышение уровня самофинансирования, снижает зависимость от внешних источников финансирования.

Повышение суммы чистого денежного потока может быть обеспечено за счет:

- снижения суммы постоянных издержек;
- снижения уровня переменных издержек;

- проведения эффективной налоговой политики;
- использования метода ускоренной амортизации;
- продажи неиспользуемых видов основных средств, нематериальных активов и запасов;
- усиления претензионной работы с целью полного и своевременного взыскания штрафных санкций и дебиторской задолженности.

Результаты оптимизации денежных потоков должны находить отражение при составлении финансового плана Группы.

Также еще одним способом повышения ликвидности и платежеспособности является составление платежного календаря. Он предназначен для оперативного внутреннего анализа ликвидности и платежеспособности, ежедневного контроля за поступлением средств от всех видов деятельности, погашения дебиторской задолженности, а также служит средством контроля за выполнением платежных обязательств перед поставщиками и прочими кредиторами целесообразно составлять платежный календарь. В платежном календаре подсчитываются наличные и ожидаемые платежные средства, а также платежные обязательства за этот же период (1,5, 10 дней, 1 месяц). Информацию можно получать из отчетов о реализации услуг; по закупке сырья, материалов, комплектующих изделий, оборудования; по выплате зарплаты, авансов, командировочных; из выписок со счетов в банке. При этом текущая ликвидность и платежеспособность может быть оценена на основании сравнения платежных средств и платежных обязательств на одну и ту же дату.

Таким образом, Группа может воспользоваться любым из перечисленных способов повышения деловой активности, что является важным в повышении финансовых результатов деятельности. Все эти меры должны способствовать поддержанию финансовой устойчивости и бизнеса в существующих условиях продолжающейся экономической нестабильности.

3. 2. Направления развития МТС и финансовых сервисов на основе инноваций

Рынок услуг сотовой связи в России и странах СНГ развивался очень высокими темпами, что было обусловлено постоянным снижением уровня цен, как на услуги сотовых операторов, так и на абонентское оборудование.

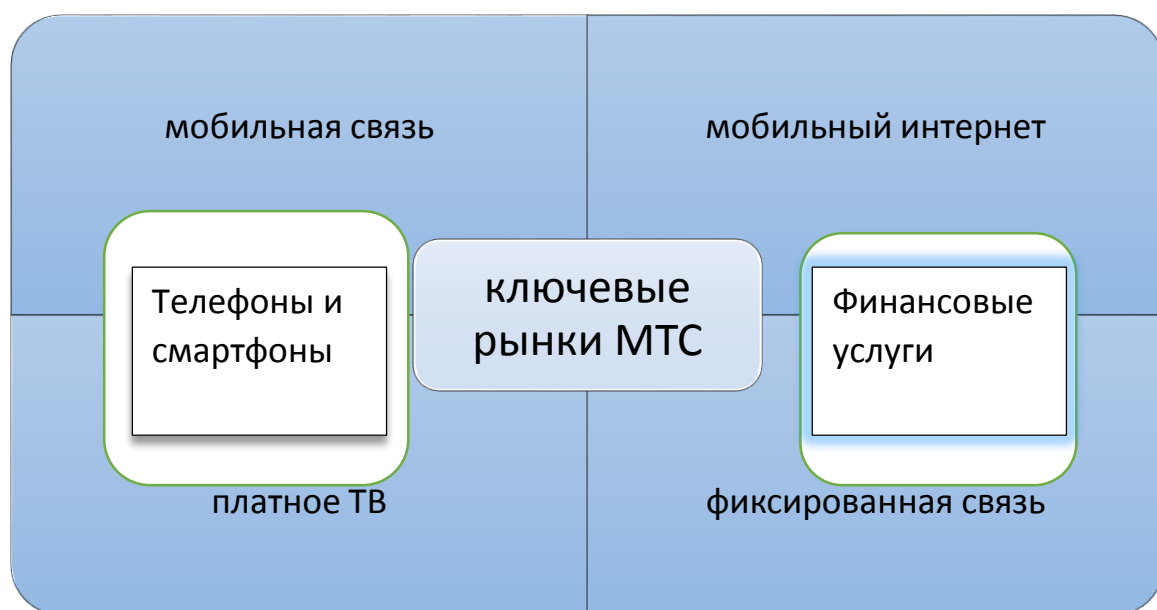


Рис.3. 4. Ключевые рынки развития ПАО МТС

Следствием этого стал рост проникновения сотовой связи во все более широкие слои населения. В России услуги сотовой связи оказывают четыре федеральных оператора: ПАО «МТС», ПАО «МегаФон», ПАО «ВымпелКом» и ЗАО «РТ-Мобайл» (Т2РТК Холдинг — совместное предприятие ПАО «Ростелеком» с Tele2), а также региональные телекоммуникационные компании, работающие в различных стандартах сотовой связи, — GSM, NMT 450 и CDMA-1x, UMTS (3G).

Бизнес МТС на рынке системной интеграции, на который компания вышла с приобретением «Энвижн Групп», продемонстрировал в 2016 г. высокие показатели эффективности. Продажи ПО «Энвижн Групп» выросли в квартальном исчислении на 17,7%, что также повлияло на динамику общей

выручки МТС. Телекоммуникационный оператор «Мобильные ТелеСистемы» объявил о подписании обязывающих соглашений о приобретении в два этапа до конца 2015 г. через свои 100% дочерние компании у дочерних компаний АФК «Система» 100% акций АО «Энвижн Груп», владельца и разработчика биллинга МТС, одного из крупнейших в России системных интеграторов и поставщиков комплексных ИТ-решений, за сумму до 15 млрд. руб., включая долговые обязательства.

МТС также сообщает, что в рамках первого этапа сделки приобрела у «Энвижн Груп» ряд компаний, включая 100% акций ЗАО «Ситроникс Телеком Солюшнс» и NVision Czech Republic a.s. Закрывая сделку в рамках первого этапа, МТС получает полный контроль над собственным биллингом, а также возможность оптимизации внутренних ИТ-затрат.

«Приобретение „Энвижн Груп“ входит в долгосрочную стратегию „3Д“ МТС, направленную на диверсификацию бизнеса и развитие инноваций. Уникальные компетенции „Энвижн Груп“ позволят нам достичь трех основных целей: улучшить обслуживание нашей абонентской базы за счет инвестиций в модернизацию биллинга, получить экономию на ИТ-затратах благодаря интеграции и эффекту масштаба, а также усилить позиции на корпоративном рынке — в ближайшем будущем МТС сможет предложить клиентам комплексные решения в виде полного спектра ИТ-сервисов, телекоммуникационных услуг и услуг системной интеграции». В МТС рассчитывают, что выход на перспективные и комплементарные рынки ИТ-услуг, ИТ-консалтинга и системной интеграции «...окажет положительное влияние на бизнес компании, так как сегодня в России и в мире объемы рынков ИТ-решений больше, а темпы их роста выше по сравнению с традиционными телеком-рынками B2B-сегмента» [28.с.4].

«Энвижн Груп» способна выполнять «под ключ» и обслуживать проекты любой сложности для широкого пула заказчиков, обеспечивая построение ИТ-инфраструктуры, внедрение систем управления, реинжиниринг и автоматизацию бизнес-процессов, создание комплексной

ИТ-безопасности, а также предоставление узкоспециализированных сервисов по облачной модели. Интеграция этих активов и компетенций в структуру Группы МТС позволит предложить клиентам полноценную линейку продуктов для информатизации бизнеса. Напомним, что по итогам 2014 г. по версии IDC «Энвижн Груп» попала в тройку лидеров в четырех из 13 базовых секторов российского рынка ИТ-услуг.

Первый этап сделки одобрен Федеральной антимонопольной службой (ФАС) России, антимонопольными ведомствами Узбекистана и Пакистана, где работают дочерние компании «Энвижн Груп». До закрытия второго этапа сделки МТС подаст ходатайства в антимонопольные ведомства в других юрисдикциях по месту нахождения других дочерних компаний «Энвижн Груп». Сделка получила одобрение Совета директоров МТС после того, как была рассмотрена и рекомендована к одобрению Специальным комитетом независимых директоров при Совете директоров МТС. Финансовым советником Специального комитета при Совете директоров МТС выступил Merrill Lynch International, предоставив заключение о справедливости цены сделки. Консультантами по сделке также выступили компании Cleary Gottlieb Steen & Hamilton LLP, КПМГ и «Линия права».

Ключевые направления развития МТС:

— запущен новый сервис «Кошелек МТС Деньги», который обеспечивает доступ «в один клик» к финансовым сервисам МТС. Сервис объединяет все платежные инструменты — счет электронного кошелька МТС, лицевой счет абонента, банковские карты — для доступа к широкому спектру финансовых услуг МТС.

— стартовал пилотный проект по применению технологий анализа Big Data для оптимизации монобрендовой розничной сети МТС.

— открыт Центр инноваций — подразделение, формирующее в компании новый подход к исследованию перспективных направлений развития бизнеса.

— приобретены у Группы компаний «СМАРТС» 100% акций регионального оператора связи АО «СМАРТС-Йошкар-Ола» с целью расширить присутствие в Республике Марий Эл и получить дополнительную полосу частот шириной 14,8 МГц в диапазоне 1800 МГц для развития сетей LTE.

— подписан меморандум о намерениях совместной разработки телеком-технологий нового поколения с компанией Samsung Electronics. В рамках стратегического партнерства компании будут развивать инновации для внедрения сети LTE-Advanced Pro, разработки стандартов и развертывания сети 5G в регионах России.

— заключено соглашение о партнерстве с компанией Huawei, предусматривающее поставки широкого ассортимента смартфонов и другой бытовой электроники для продажи через розничную сеть МТС.

— ликвидирован бизнес в Узбекистане. МТС продала 50,01% акций телекоммуникационного оператора Universal Mobile Systems (UMS) Государственному унитарному предприятию «Центр радиосвязи, радиовещания и телевидения» Министерства развития информационных технологий и связи Республики Узбекистан.

— МТС вышла на рынок аренды башенной инфраструктуры и создала новое направление бизнеса для управления существующей инфраструктурой. Первоначально МТС предлагала к аренде более 5500 башен и антенных опорных конструкций в различных регионах России, впоследствии расширила программу, включив в нее большую часть своих башен и площадок для их размещения.

Телекоммуникационный оператор МТС объявил о создании Центра инноваций — подразделения, формирующего в компании новый подход к исследованию перспективных направлений развития бизнеса и последующему запуску продуктов и услуг.

Работа Центра инноваций МТС предполагает итеративную разработку сервисов, динамическое формирование требований и их выполнение командой экспертов различного профиля (рис. 3.5.).



Рис. 3.5. Агрегированные направления развития Центра инноваций МТС

Под каждый проект создается группа из числа сотрудников разных подразделений МТС, которые от начала исследований до коммерческого запуска продукта 100% рабочего времени посвящают только конкретному проекту. При этом Центр инноваций объединит экспертизу всей Группы МТС — в рабочие группы войдут специалисты МТС, «Энвижн Груп», МГТС и других дочерних компаний. Для сокращения срока вывода услуг на рынок в МТС также упрощены ключевые бизнес-процессы, задействованные в подготовке новых сервисов.

Первыми проектами Центра инноваций станут разработки в области «облачных» решений и мобильного здоровья (e-Health) [15.с.3].

Руководителем нового подразделения назначен Владимир Хренков, ранее занимавший должность директора департамента МТС по развитию и интеграции бизнеса. Структурно Центр инноваций находится в Корпоративном центре Группы МТС, в прямом подчинении Президенту Группы МТС.

МТС перестала быть только телекоммуникационным оператором. Сегодня Группа успешно работает в смежных областях — например, в сфере информационных технологий. Уже сейчас МТС предлагает корпоративным

клиентам широкий пул собственных мобильных приложений и предоставляет сервисы на стыке ИТ и телекома. Такая трансформация предусматривает необходимость повышения скорости реакции на изменения динамично развивающихся рынков, на которых работает компания. Открывая собственный Центр инноваций, «...мы формируем уникальный для нашей страны подход к разработке сервисов: объединяем экспертизу, опыт и профессионализм сотрудников лидирующей телеком-компании страны с простотой бизнес-процессов стартапов, и за счет такого подхода мы в перспективе сможем в три-четыре раза сократить срок запуска новых продуктов» [15.с.7].

МТС (ПАО «Мобильные Телесистемы») объявили о проведенном тестировании сетей пятого поколения (5G). Это первые подобные испытания в России. Скорость передачи информации достигла 4,5 Гбит/с в диапазоне 200 МГц. На сегодняшний день ПАО «Мобильные Телесистемы» - первый оператор мобильной связи в России, который имеет реальные результаты по разработке сети 5G.

Для испытаний использовалось оборудование одного из партнера МТС в области развития и распространения технологии 5G в нашей стране - компании Nokia. Официальное сотрудничество между МТС и Nokia в РФ началось несколько месяцев назад, когда в мае 2016 г. между ними было подписано соглашение с целью развития сетей пятого поколения. Устройствам Nokia AirFame и AirScale, которые выполняли роль базовой станции и мобильного терминала, удалось передать сигнал в диапазоне 4,65-4,85 ГГц по двум агрегированным радиоканалам шириной 100 МГц.

Наработки и полученные в процессе тестирования результаты помогут смоделировать различные ситуации использования сети, выявить её недостатки и продолжить работу по разработке 5G для снижения рисков возникновения технических неполадок к моменту ввода технологии в массовую эксплуатацию.

В планах деловых партнеров, МТС и Nokia, вывести сеть 5G на рынок в тестовом режиме уже менее чем через 3 года. А именно: к чемпионату мира по футболу в России в 2018 г., чтобы абоненты смогли испытать технологические возможности мобильной связи нового поколения самостоятельно. Однако уточняется, что на данный момент высокоскоростное решение находится на стадии стандартизации, последовательно формируется её инфраструктура. Ожидать коммерческую эксплуатацию сети пятого поколения следует не ранее 2020 г.

Проведенное испытание является лишь началом целой серии тестов. МТС предполагает реализовать функцию LTE-Advanced Pro в области расширенной агрегации несущих частот и мультимедийного вещания LTE Broadcast, расширить покрытия и увеличить емкости с использованием нелицензируемого частотного диапазона на основе технологий LTE-Unlicensed (LTE-U) и Licensed Assisted Access (LAA), а также осуществить проекты в области IoT с использованием технологий Narrow Band Internet of Things (NB-IoT), LTE-Machine (LTE-M) и Extended Coverage GSM [13.с.8].

Вторым партнером МТС по вопросу разработки и внедрения 5G в России является шведская компания Ericsson, специализирующаяся на производстве телекоммуникационного оборудования. Компании положили начало сотрудничеству в декабре 2015 г. МТС также планирует провести тестирования разработок Ericsson уже в этом году и создать на их основе демонстрационную зону возможностей 5G на чемпионате мира по футболу в России. Компания изучает потенциал сотрудничества в сфере развития сетей 5G с другими вендорами мирового рынка.

В 2016 году интеграция МТС и МТС Банка получила энергичный виток развития, что привело к оптимизации существующих сервисов, а также к появлению финансовых продуктов, уникальных для российского рынка. В июне 2016 года была выпущена банковская карта «МТС Smart Деньги». Ключевая опция карты — бесплатная связь для абонентов МТС на тарифных

планах линейки Smart или использующих тарифную опцию МТС Планшет при выполнении условий договора.

Для эффективной и быстрой реализации проектов была сформирована единая команда МТС, МТС Банка и розничной сети МТС. Ключевым проектом команды стал флагманский финансовый продукт «Кошелёк МТС Деньги». Проект был разработан всего за 6 месяцев и запущен в конце 2016 года (рис.3.6.).



Рис.3.6. Направления развития финансового сервиса

Перспективы развития предусматривают:

- Рост проникновения финансовых услуг в абонентскую базу МТС до 25%;
- 10 миллионов уникальных пользователей «Кошелька МТС Деньги».

Платежный сервис «Кошелёк МТС Деньги» позволяет осуществлять платежи внутри приложения «МТС Деньги», предоставляет услуги мобильного банкинга и возможность совершать переводы между пользователями кошелька по номеру телефона. Телефонный номер как единый идентификатор — это основное отличие нового сервиса «Кошелёк МТС Деньги».

Доступ реализован через мобильное приложение, сайт, по SMS и USSD, что позволяет воспользоваться сервисом независимо от того, какое у абонента устройство — кнопочный телефон, смартфон, планшет или компьютер. В дальнейшем подключиться к сервису сможет абонент любого мобильного оператора.

Особое внимание в развитии финансового сегмента услуг уделяется инновациям. Запущены проекты по оплате банковскими картами МТС Банка через Apple Pay/Samsung Pay и собственное облачное решение для бесконтактных платежей в приложении «МТС Деньги». Кроме того, МТС стала первой Компанией в России, которая реализовала оплату в традиционном ритейле с лицевого счета мобильного телефона.

3.3. Повышение доходности путем хеджирования финансовых рисков

В ходе деятельности Группа подвержена определенным видам финансовых рисков: рыночные риски, кредитные риски (риски контрагентов) и риски ликвидности. Операционная деятельность по управлению рисками проводится преимущественно на уровне головного офиса Группы сотрудниками финансовых подразделений и утверждается Советом директоров и Бюджетным комитетом.

Рыночный риск – это риск колебаний справедливой стоимости будущих денежных потоков по финансовым инструментам в связи с изменением рыночных цен. К рыночным рискам, которым преимущественно подвержена Группа, относятся: риски, связанные с колебаниями процентных ставок и курсов иностранных валют. Финансовые инструменты, подверженные влиянию рыночных рисков, включают: кредиты и займы, депозиты и производные финансовые инструменты.

Риск изменения процентных ставок – риск колебаний справедливой стоимости будущих денежных потоков по финансовым инструментам в связи с изменением рыночных процентных ставок. Группа управляет риском изменения процентных ставок, поддерживая сбалансированный портфель займов и кредитов с фиксированными и плавающими процентными ставками.

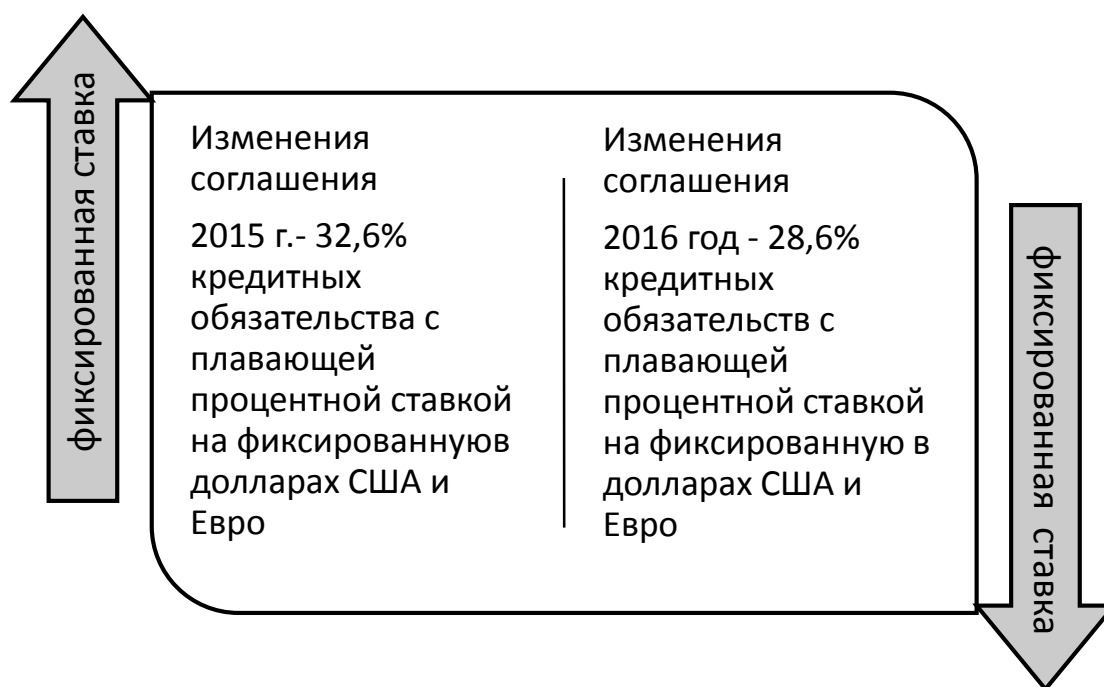


Рис. 3.7. Изменения соглашений по процентным ставкам Группы

Риск изменения плавающих процентных ставок связан в основном с кредитными обязательствами в долларах США и Евро, которые были получены под плавающий процент. При необходимости снижения влияния изменений плавающих процентных ставок по долговым обязательствам Группа заключает соглашения процентного свопа с изменением плавающей процентной ставки на фиксированную, так чтобы каждый процентный своп полностью совпадал по датам со страхуемым обязательством для высокоэффективного хеджирования денежного потока.

В совокупности для снижения влияния изменений плавающих процентных ставок Группа заключила соглашения процентного свопа с

плавающей на фиксированную ставку. Так на рисунке показан размер перезаключенных соглашений в отношении кредитных обязательств Группы.

Также необходимо выделить риск изменения фиксированных процентных ставок. Обязательства Группы по облигациям и банковским кредитам номинированные в рублях получены преимущественно по фиксированным процентным ставкам.

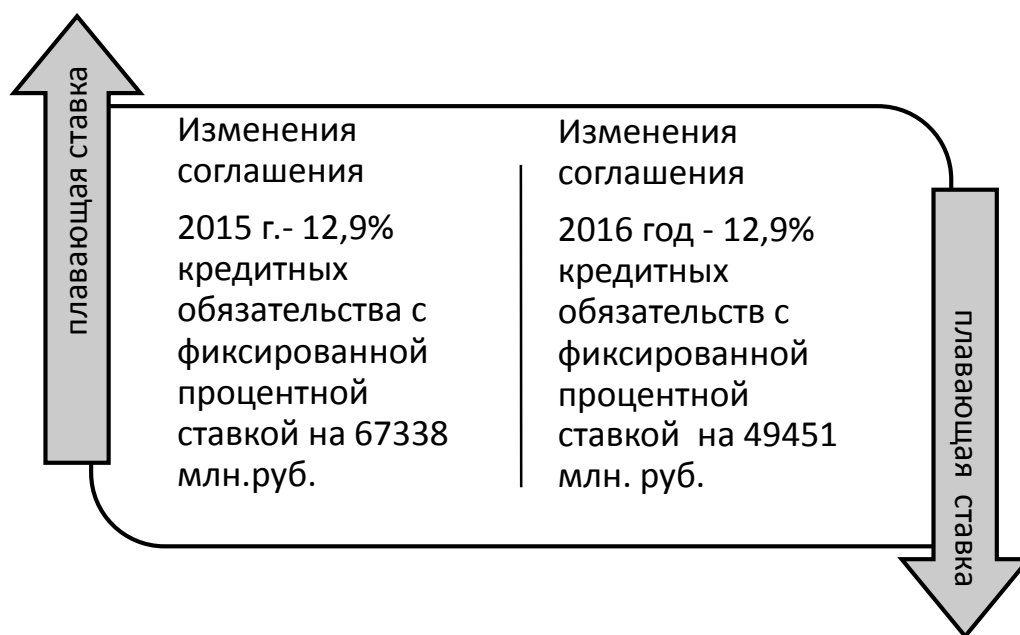


Рис. 3.8. Изменения соглашений по процентным ставкам Группы

Для снижения влияния изменений справедливой стоимости обязательств по займам Группа заключила соглашения процентного свопа с изменением фиксированной ставки на плавающую. В совокупности для снижения влияния изменений плавающих процентных ставок Группа заключает соглашения процентного свопа с фиксированной на плавающую ставку в отношении 12,9% кредитных обязательств Группы. Номинальная стоимость производных инструментов составила 67338 млн. руб. в 2015 году и 49451 млн. руб. в 2016 году соответственно.

Проводимый анализ чувствительности показывает, что такое же уменьшение краткосрочных процентных ставок приведет к снижению будущих процентных расходов Группы. При этом необходимо отметить, что

существенного влияния на капитал Группы изменение процентных ставок не окажет.

Обоснованно возможное увеличение краткосрочных процентных ставок на 100 базисных пунктов приведет к увеличению будущих процентных расходов Группы на (рис.3.9):



Рис. 3.9. Размер увеличения процентных расходов при увеличении процентной ставки на 100 базисных пункта в 2014-2016 г., млн. руб.

Анализ чувствительности к изменению процентных ставок был проведен, принимая допущение, что соотношение долговых обязательств с плавающими и фиксированными процентными ставками является постоянным.

Валютный риск – это риск колебаний справедливой стоимости будущих денежных потоков по финансовым инструментам в связи с изменением обменных курсов валют. Группа подвержена валютному риску преимущественно в отношении финансовой деятельности. Группа управляет валютным риском путем хеджирования будущих денежных потоков в иностранной валюте с помощью производных финансовых инструментов и инструментов денежного рынка.

Группа заключила несколько кросс-валютных процентных своп-соглашений. Данные соглашения хеджируют риск изменения, как процентной ставки, так и курса валюты и предусматривают периодический обмен основных сумм и процентных выплат из сумм, выраженных в российских рублях, на суммы, выраженные в долларах США и евро, по фиксированному курсу. Курс был определен на основе рыночного спот-курса на момент заключения соглашения. Срок действия кросс-валютных процентных своп-соглашений истекает в 2019-2020 годах.

Риск ликвидности определяется недостаточностью денежных средств. В соответствии с политикой Компании привлечение заемных средств осуществляется централизованно путем сочетания долгосрочных и краткосрочных кредитных инструментов. Данные заемные средства совместно с денежными средствами от операционной деятельности используются для удовлетворения ожидаемых потребностей в финансировании. Руководство Компании оценило риск по рефинансированию своей задолженности как низкий.

Управление риском ликвидности по долгосрочным долговым обязательствам реализуется путем поддержания портфеля займов и кредитов с различными сроками погашения и необходимым размером чистого долга, что позволяет минимизировать риск рефинансирования. Сроки погашения долгосрочных займов варьируют от одного года до семи лет. Доступ к достаточному объему ликвидности осуществляется за счет поступлений от операционной деятельности и кредитных линий.

Таким образом, ПАО «МТС» применяет стратегию хеджирования, которая частично снижает отток денежных средств, в том числе в результате изменения курса рубля при осуществлении выплат в иностранной валюте. Все это напрямую связано с доходностью, ростом прибыльности Компании. Анализ чувствительности к изменению процентных ставок был проведен путем хеджирования с плавающими и фиксированными процентными ставками.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

В рамках выполнения поставленных задач в настоящей выпускной квалификационной работе (магистерской диссертации) были решены задачи и сформулированы следующие основные выводы:

Повышение эффективности формирования и распределения прибыли достигается путем грамотного управления и планирования. Для этого руководство организации обязано подходить к принятию любого решения относительно финансового результата комплексно и обоснованно.

Каждая организационно-правовая форма предприятия имеет законодательно установленный механизм распределения средств, что остались в распоряжении субъекта. Его особенности зависят от внутреннего устройства, а также – специфики регулирования деятельности компании. Государство непосредственно не может влиять на то, как будет потрачена прибыль предприятия. Формирование, распределение и использование прибыли может быть только простимулировано благодаря определённым налоговым льготам. Так, чаще всего это инновации.

Группа предоставляет широкий спектр телекоммуникационных услуг, включая голосовую мобильную связь и передачу данных, доступ в интернет, платное кабельное телевидение, различные дополнительные услуги беспроводной и фиксированной связи, интеграторские услуги, а также реализует оборудование и аксессуары. Основная деятельность группы осуществляется на территории России, Украины, Туркменистана и Армении.

ПАО «МТС» представил новую стратегию развития компании. Завершены запланированные этапы интеграции, запущены необходимые процессы трансформации МТС для развития на рынках мобильного и фиксированного интернета, внедрены не только инновации в чистом виде, но и использовать инновационный подход к формированию тарифных предложений. Новая стратегия конкретизирует уже существующие

стратегические цели МТС и фокусируется на актуальных и принципиально важных для глобального телекоммуникационного игрока аспектах: увеличении проникновения услуг мобильного интернета, диверсификации услуг компании, повышении операционной эффективности компании и, как следствие, увеличении выплат акционерам.

В течение рассматриваемого периода коэффициент текущей ликвидности изменялся разнонаправлено; значения показателя находились в диапазоне от 0,9 до 0,4. Это свидетельствует о недостатке ликвидных активов, то есть наличности и других активов, которые можно легко обратить в денежные средства для погашения краткосрочной кредиторской задолженности. В течение всего рассматриваемого периода коэффициент быстрой ликвидности сохранял значение, не соответствующее ниже нормативного.

Коэффициент абсолютной ликвидности, как и два другие, имеет значение ниже нормы. При этом нужно обратить внимание на имевшее место за весь анализируемый период негативное изменение – коэффициент абсолютной ликвидности постоянно снижался.

Коэффициент автономии на крайне низком уровне менее 0,5, что также свидетельствует о негативной тенденции, требующей крайних мер по устранению данной динамики.

Компания постоянно ищет пути создания акционерной стоимости как с помощью своей коммерческой и финансовой стратегии, включая органическое и неорганическое развитие, так и путем управления капиталом Компании и структурой активов.

Основным источником формирования валовой прибыли является выручка, которая на 1,1% уменьшилась за анализируемый период, что повлияло и на снижение прибыли от продаж.

Прибыль до налогообложения при этом увеличилась на 75,8% за счет доходов от участия в других организациях, процентов к получению и прочих доходов. Чистая прибыль также увеличилась значительно на 78,5%. Но здесь

надо учесть тот факт, что данные показатели еще корректируются с учетом курсовых разниц, что значительно снижает полученный результат.

Проведенный анализ факторов, влияющих на развитие сферы услуг, показал, что из всего их множества, определяющее воздействие на уровень развития сферы услуг оказывает качество и разнообразие услуг, и возможности удовлетворения спроса - инвестиции. Для того, чтобы обеспечивать конкурентоспособность, предприятиям сотовой связи необходимо с одной стороны, постоянно совершенствовать технологии, расширять ассортимент предоставляемых услуг, изучать конкурентов, а с другой - оценивать и психологические особенности сферы услуг.

Фактор политической и экономической ситуации на Украине приводит к значительным потерям прибыли в результате ухудшения экономической ситуации сопровождающейся дальнейшим спадом производства, снижением кредитных рейтингов и ослаблением национальной валюты. Национальный банк Украины также ввел запрет на выплату дивидендов иностранным инвесторам, который неоднократно продлевался, и в соответствии с редакцией, действующей по состоянию на 31 декабря 2016, выплаты дивидендов подпадают под определенные ограничения. Этот фактор может оказать дальнейшее негативное влияние на конечные результаты деятельности Группы и ее финансовое положение.

Телекоммуникационный оператор МТС объявил о создании Центра инноваций — подразделения, формирующего в компании новый подход к исследованию перспективных направлений развития бизнеса и последующему запуску продуктов и услуг: итеративную разработку сервисов, динамическое формирование требований и их выполнение командой экспертов различного профиля. При этом Центр инноваций объединит экспертизу всей Группы МТС — в рабочие группы войдут специалисты МТС, «Энвижн Груп», МГТС и других дочерних компаний. Для сокращения срока вывода услуг на рынок в МТС также упрощены ключевые бизнес-процессы, задействованные в подготовке новых сервисов.

Платежный сервис «Кошелёк МТС Деньги» позволяет осуществлять платежи внутри приложения «МТС Деньги», предоставляет услуги мобильного банкинга и возможность совершать переводы между пользователями кошелька по номеру телефона. Телефонный номер как единый идентификатор — это основное отличие нового сервиса «Кошелёк МТС Деньги». Особое внимание в развитии финансового сегмента услуг уделяется инновациям. Запущены проекты по оплате банковскими картами МТС Банка через Apple Pay/Samsung Pay и собственное облачное решение для бесконтактных платежей в приложении «МТС Деньги». Кроме того, МТС стала первой Компанией в России, которая реализовала оплату в традиционном ритейле с лицевого счета мобильного телефона.

ПАО «МТС» применяет стратегию хеджирования, которая частично снижает отток денежных средств, в том числе в результате изменения курса рубля при осуществлении выплат в иностранной валюте. Все это напрямую связано с доходностью, ростом прибыльности Компании. Анализ чувствительности к изменению процентных ставок был проведен путем хеджирования с плавающими и фиксированными процентными ставками.

Группа заключила несколько кросс-валютных процентных своп-соглашений. Данные соглашения хеджируют риск изменения, как процентной ставки, так и курса валюты и предусматривают периодический обмен основных сумм и процентных выплат из сумм, выраженных в российских рублях, на суммы, выраженные в долларах США и евро, по фиксированному курсу. Курс был определен на основе рыночного спот-курса на момент заключения соглашения. Срок действия кросс-валютных процентных своп-соглашений истекает в 2019-2020 годах.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

1. Конституция Российской Федерации от 12 декабря 1993 г. с поправками от 30 декабря 2008 г. и 5 февраля 2014 г. [Текст]: офиц. текст // Собрание законодательства Российской Федерации. – 2014. - № 31. – Ст. 445.
1. Федерального закона от 22.04.1996 N 39-ФЗ "О рынке ценных бумаг" [Электронный ресурс]. Режим доступа: garant.ru.
2. Положение о лицензировании различных видов профессиональной деятельности на рынке ценных бумаг Российской Федерации от 23.ноября 1998 г. № 50 (утверждено ФКЦБ), 171. [Электронный ресурс]. Режим доступа: garant.ru.
3. Абалакина, Т.В. Финансовые взаимоотношения с собственниками капитала в условиях рыночной экономики [Текст] / Т.В. Абалакина, А.А. Абалакин // Интернет-журнал Науковедение. – 2014. – №3 (22). – С. 2.
4. Агентство консультаций и деловой активности. [Электронный ресурс]: Режим доступа: www.akdi.ru
5. Акинин, П.В., Акинина В.П., Алимова И.О. Совершенствование качества банковского сервиса. [Текст] / П.В. Акинин, В.П. Акинина, И.О. Алимова. Финансы и кредит.- 2016. -№ 6 (678).- С. 2-13.
6. Андреева А.В. Система маркетингового управления продвижением банковских продуктов на основе новых информационно-сетевых технологий. [Текст] / А.В. Андреева. Государственное и муниципальное управление. Ученые записки СКАГС.- 2016. -№ 3. -С. 107-114.
7. Беркутова, М.М. Развитие концепций управления предприятием и его конкурентоспособностью на примере компаний сотовой связи [Текст] / Экономика, предпринимательство и право. – 2014. – № 1. – С. 41-46. – url: <https://bgscience.ru/lib/10013/>.
8. Блатова, Т.А. Трансфер новых технологий – актуальная задача в управлении инновационным развитием отрасли телекоммуникаций. [Текст] /

Т.А. Блатова. Вестник ИНЖЭКОНа. Серия: Экономика. - № 1. -2012. - С. 413-416.

9. Бондаренко, О.В., Рудская, Е.Н. Роль телекоммуникационных компаний в развитии финансовых сервисов: новые форматы построения взаимоотношений с клиентами. [Текст] / О.В. Бондаренко, Е.Н. Рудская. Молодой ученый.-. № 7 (111). - 2016. - С. 783-793.

10. Ватолина, О.В., Данилов, С.А., Козаченко, А.В. Анализ международного и российского опыта использования смартфонов и мобильных операционных систем. [Текст] / О.В. Ватолина, С.А. Данилов, А.В. Козаченко. Ученые заметки ТОГУ. - 2014. - Т. 5. - № 4. - С. 1352-1356.

11. Галинурова, А.Е. Перспективы развития мировой телекоммуникационной отрасли. [Текст] / А.Е. Галинурова. В книге: Инновационная Евразия. Тезисы конкурсных работ финалистов Международной олимпиады научных работ молодежи. VII Евразийский экономический форум молодежи. Ответственные за выпуск Я.П. Силин, М.С. Марамыгин, Л.Ф. Шайбакова, Л.М. Капустина, В.П. Тимошенко. -2016.- С. 40-42.

12. Глызина, М.П., Мурадова, С.Ш. Показатели развития и содержание стратегии ПАО «Ростелеком» [Текст] / М.П. Глызина, С.Ш. Мурадова. Экономика и предпринимательство. -2016. -№ 10-3 (75-3).- С. 718-722.

13. Гусаков, Н.П., Коновалова, Ю.А. Состояние и перспективы Российско-Индийского сотрудничества в высокотехнологичной отрасли экономики. [Текст] / Н. П. Гусаков, Ю.А. Коновалова. Финансы и кредит. -2017. - Т. 23.- № 5 (725). - С. 292-308.

14. Догучаева, С.М. Механизм формирования и реализации инновационной политики облачных сервисов в социально-экономических исследованиях. [Текст] / С.М. Догучаева. Международный технико-экономический журнал. -2017. -№ 1. -С. 64-68.

15. Зубкова, Л.Д., Дьячков, С.М. Методология инвестиционного анализа в развитии отрасли телекоммуникаций. [Текст] / Л.Д. Зубкова, С.М. Дьячков С.М. Экономика. Бизнес. Банки. - 2017. - № 2 (19). - С. 55-72.
16. Ишдавлетова, Э.Т. Информационная инфраструктура – основа организации услуг почтовой связи посредством интернет-технологий. [Текст] / Э.Т. Ишдавлетова. В сборнике: Технологии информационного общества X Международная отраслевая научно-техническая конференция: сборник трудов. -2016.- С. 311-313.
17. Каминский, А.В., Лукашова, О.А. Формирование стратегии конкурентных преимуществ оператора сотовой связи как способ достижения конкурентоспособности на рынке [Текст] / Креативная экономика. – 2016. – № 4. – С. 451–460. – url: <https://bgscience.ru/lib/35060/>
18. Карлофф, Б. Деловая стратегия [Текст] / Б. Карлофф. - М.: Экономика, 2011. - 239 с.
19. Коняев, А.А. Мобильные платежные сервисы почты России как фактор повышения эффективности. [Текст] / А.А. Коняев. Банковское дело.- 2017. - № 2. -С. 64-65.
20. Коробейников, Д.А. Сценарии развития региональной платежной инфраструктуры в условиях цифровой экономики. [Текст] / Д.А. Коробейников. Теория и практика общественного развития.- №10.- 2017.- С.42-45.
21. Коробейникова, О.М. Актуализация концептуальной модели платежного рынка. В цифровой экономике. [Текст] / О.М. Коробейникова. Теория и практика общественного развития. -2017.- № 11. -С. 77-80.
22. Корпоративные финансы: Учебник для вузов / Под ред. М. В. Романовского, А. И. Вострокнутовой. Стандарт третьего поколения. — СПб.: Питер, 2014. — 592 с.
23. Костоварова, А.С. Изменение подходов к методике комплексного анализа банковского сервиса в современных экономических условиях. [Текст] / А.С. Костоварова.. Сервис plus. - № 3. - Т. 11. - 2017. - С. 39-46.

24. Куликов, Н.И., Кудрявцева, Ю.В. Банки уходят в сеть интернет. [Текст] / Н.И. Куликов, Ю.В. Кудрявцева. Финансы и кредит. -2016.- № 29 (701). -С. 2-10.
25. Кучина, Е.В., Галинурова, Э.Р. // Экономика и социум. – 2016. – № 6. – url: http://www.iupr.ru/domains_data/files/zurnal_25/Kuchina%20E.V.pdf
26. Макконнелл, К.Р. Экономикс: принципы, проблемы и политика [Текст]: учебник / К.Р. Макконнелл, С.Л. Брю. - М.: ИНФРА-М, 2004. - 972 с.
27. Матюшкина, Н.А., Пономарёва, Е.А. Стратегии операторов сотовой связи по продвижению услуг на российский рынок [Текст] / Научное периодическое издание «IN SITU». – 2016. – № 11. – С. 38-40. – url: <http://cyberleninka.ru/article/n/strategii-operatorov-sotovoy-svyazi-po-prodvizheniyu-uslug-na-rossiyskiy-rynok>.
28. Мезенцева, О.Е. Развитие высокотехнологичного производства в мире и России. [Текст] / О.Е. Мезенцева. Фундаментальные исследования. - 2015. - № 7-1. - С. 176-181.
29. Методы определения выручки. [Электронный ресурс]. URL: <https://businessman.ru/formirovanie-i-raspredelenie-pribyili-predpriyatiya-formula-pribyili.html> (дата обращения: 29.11.2017).
30. Мильнер, Б.З. Теория организации [Текст]: учебник / Б.З. Мильнер.- Изд. 7-е, перераб. и доп. - М.: ИНФРА-М, 2011. - 863 с.
31. Мобильный интернет в мире: Content Review. Content Review. [Электронный ресурс]. URL: <http://www.content-review.com> (дата обращения: 26.12.2017).
32. Молчан, А.С. Дивидендная политика компании как инструмент управления капитализацией. В сборнике: Модернизация экономики России и стран СНГ Материалы международного конгресса в 2-х частях [Текст]/ под ред. И.Е. Бельских. - Региональный центр социально-экономических и политических исследований "Общественное содействие", 2010. - С. 99-110.
33. МТС представила стратегию развития «3Д» http://www.company.mts.ru/comp/press-centre/press_release

34. Операторы сотовой связи потеряли 1,3 млн. абонентов за 1 квартал 2016 года. ProTarif.info. [Электронный ресурс]. URL: <http://mobile.protarif.info/news/new?id=958> (дата обращения: 26.12.2017)
35. Пенюгалова, А.В. Риски производственно-хозяйственной деятельности организаций телекоммуникационной отрасли. [Текст] / А.В. Пенюгалова, А.С.Митина. Финансы и кредит. №39 (375).-2009.- С. 25-29.
36. Погосян, А.М. Инновационный платежный сервис: понятие и компоненты. [Текст] / А.М. Погосян. Управление экономическими системами: электронный научный журнал. -2016. -№ 12 (94). -С. 22.
37. Полиди, А.А. Повышение эффективности системы оценки качества управления акционерным капиталом предприятий [Текст]/ А.А. Полиди, А.С. Молчан, Н.И. Кабанова //Политематический сетевой электронный научный журнал Кубанского государственного аграрного университета. - 2013. - № 91. - С. 1536-1547.
38. Портер, М.Е. Конкурентное преимущество: как достичь высокого результата и обеспечить его устойчивость: пер. с англ. Е. Калинина [Текст] / М.Е. Портер. - М.: Альпина Бизнес Букс, 2005. - 714 с.
39. Прудцких, Н.В. ИТ – инвестиции: баланс между экономической эффективностью и организационными реалиями. [Текст] / Н.В. Прудцких. В сборнике: Современные проблемы экономического развития. Сборник материалов. Омский государственный технический университет. -2016.- С. 100-103.
40. Райзберг, Б.А. Современный экономический словарь [Текст] / Б.А. Райзберг. - М.: ИНФРА-М, 2007. - 496 с.
41. Российский рынок слияний и поглощений: итоги 2016 года [Электронный ресурс]. - <http://www.stepconsulting.ru>.
42. Рынок: Бизнес. Коммерция. Экономика: Толковый терминологический словарь [Текст]. - М.: Инф.-внедр. Центр «Маркетинг», 2008.
43. Самые эффективные компании России [Электронный ресурс]. - <http://www.raexpert.ru>.

44. Сидоренко, Е.А., Власенко, Р.Д. Особенности конкуренции на российском рынке услуг мобильной связи // Молодой ученый. – 2016. – № 10(114). – С. 870-873. – url: <https://moluch.ru/archive/114/30250/> .
45. Сидорова, Т.В. Снижение рисков при внедрении дополнительных сервисных VAS услуг сотовой связи. [Текст] / Т.В. Сидорова. В сборнике: Технологии информационного общества X Международная отраслевая научно-техническая конференция: сборник трудов.- 2016. -С. 359.
46. Силаева, А.А., Игнатенков, Г.К. APPLE, SAMSUNG И ANDROID PAY: особенности бесконтактных мобильных платежных систем и перспективы их внедрения в России. [Текст] / А.А. Силаева, Г.К. Игнатенков. Сервис в России и за рубежом. -2017. -Т. 11. № 3 (73).- С. 126-135.
47. Ситников, С.Г. Стратегии управления в сфере телекоммуникаций [Текст] / С.Г. Ситников. - Новосибирск, 2013. 172 с.
48. Ситникова, Е.И. Оценка электронного банковского обслуживания на примере ПАО «Сбербанк». [Текст] / Е.И. Ситникова. Социально-экономические явления и процессы. -2017. -Т. 12. № 4. -С. 49-55.
49. Сотовые операторы берут курс на 5G. Коммерческие Вести. [Электронный ресурс]. URL: <http://kvnews.ru/gazeta/2016/yanvar/-1/sotovye-operator-berut-kurs-na-5g> (дата обращения: 06.12.2017).
50. Степутин, А.Н., Николаев, А.Д. Мобильная связь на пути к 6G. [Электронный ресурс]. URL: <http://xxiii.ru/>
51. Стратегия развития сотовых операторов до 2022. [Электронный ресурс]. URL: <http://fb.ru/article/273529/pribyil-predpriyatiya-raspredelenie-i-ispolzovanie-pribyili-formirovanie-i-uchet-pribyili> (дата обращения: 08.01.2018).
52. Студников, С.С. Учет событийного риска при расчете требуемой доходности собственного капитала компании [Текст] / С.С. Студников // Финансы и кредит. – 2012. – № 4. – С. 16-20.
53. Тарасова, О.Ю., Пахомова Ю.В. Влияние современных тенденций развития российского рынка телекоммуникаций на финансовый менеджмент

- предприятий сотовой связи. [Текст] / Тарасова О.Ю., Пахомова Ю.В. Социально-экономические явления и процессы. 2015. -Т. 10. -№ 8. - С. 124-130.
54. Терещенко, Б.Н. Совершенствование управления реформированием телекоммуникационных отраслей экономик. [Текст] Б.Н.Терещенко. Горизонты экономики. №5(17).-2014.-С.6—62.
55. Тиссен, И.В. Развитие платежных сервисов Центрального депозитария. [Текст] / И.В. Тиссен. Банковское дело.- 2016.- № 4. -С. 39-41.
56. Троянова, С.Э. Анализ истории, роли, и деятельности рынка телекоммуникационных услуг в России и Иркутской области. [Текст] / С.Э. Троянова. Academy. - 2017. - № 4 (19). - С. 47-49.
57. Улезлова, Л.В. Особенности инфраструктуры в телекоммуникационной отрасли как основной фактор развития. [Текст] / Л.В. Улезлова. *Economics*. № 7(16).-2016.- С. 16-19.
58. Управление экономическими системами электронный научный журнал. [Электронный ресурс]: Режим доступа: <http://uecs.mcnip.ru>
59. Фёдорова, Е.А., Медведева А.А., Фёдоров Ф.Ю. Влияние внешней среды на эффективность сделок слияний и поглощений в телекоммуникационной отрасли. [Текст] / Е.А. Фёдорова, А.А. Медведева, Ф.Ю. Фёдоров. Экономический анализ: теория и практика. - 2016. - № 1 (448). - С. 69-81.
60. Центр инноваций, новый центр, МТС, [Электронный ресурс]. URL: <http://www.iksmedia.ru/news/clouds/page12htm>
61. Шагалева, Г. Сходства и различия дивидендной политики компаний на развитых и развивающихся рынках капитала [Текст] / Г. Шагалева //Лизинг. - 2011. - № 6. - С. 65-72.
62. Chernogorskiy S.A., Shvetsov K.V., Khodyrev V.V. A GAME-THEORETIC MODEL FOR INVESTMENTS IN THE TELECOMMUNICATIONS INDUSTRY.Chernogorskiy S.A., Shvetsov K.V., Khodyrev V.V. Научно-технические ведомости Санкт-Петербургского

государственного политехнического университета. Экономические науки. - 2017. - Т. 10. - № 5. - С. 184-194.

63. Официальный сайт компании ИП «Велком»[Электронный ресурс]. – <http://www.velcom.by>.

64. Официальный сайт компании ПАО «МТС» [Электронный ресурс]. – <http://www.mts.ru>.

65. Официальный сайт Министерства Экономического Развития РФ. [Электронный ресурс]: Режим доступа: <http://www.economy.gov.ru/>

66. Официальный сайт ПАО «ВымпелКом». [Электронный ресурс]. URL: <http://beeline.ru> (дата обращения: 10.10.2017).

67. Официальный сайт ПАО «Мегафон». [Электронный ресурс]. URL: <http://megafon.ru> (дата обращения: 29.07.2017).

68. Официальный сайт ПАО «МТС». [Электронный ресурс]. URL: <http://www.mts.ru> (дата обращения: 5.08.2017).

69. Официальный сайт ПАО «ООО Т2 РТК Холдинг». [Электронный ресурс]. URL: <http://ru.tele2.ru> (дата обращения: 29.09.2017).

70. Официальный сайт Федеральной Службы Государственной Статистики. [Электронный ресурс]: Режим доступа: <http://www.gks.ru/>

ПРИЛОЖЕНИЯ