

СТАТИСТИЧЕСКИЙ АНАЛИЗ РЕЗУЛЬТАТИВНЫХ ПОКАЗАТЕЛЕЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПАО «МегаФон»

Меркушова Нина Ивановна,

кандидат экономических наук, доцент кафедры статистики

Моткова Анна Игоревна,

студентка 3-го курса

E-mail: statistikka@mail.ru

Самарский государственный экономический университет

г. Самара

В статье исследована динамика натуральных и стоимостных показателей деятельности компании. Выполнен анализ структуры выручки и ее изменения за счет отдельных элементов. Исследовано изменение величины OIBDA под влиянием различных факторов. Выполненные расчеты могут быть полезными при разработке управленческих решений по развитию компании.

Ключевые слова: абоненты, темпы роста и прироста, структура выручки, индекс Рябцева, OIBDA, мультипликативная и аддитивная модели.

Объектом исследования в данной статье выступает ПАО «МегаФон» – российская телекоммуникационная компания, предоставляющая социально значимые услуги сотовой, местной телефонной связи, широкополосного доступа в Интернет, кабельного телевидения и ряд сопутствующих услуг. Источники информации – данные годовых отчетов и официального сайта компании.

Услугами компании пользуется как население, так и организации, занятые различными видами экономической деятельности. Исходя из этого, комплексное статистическое исследование производственных и финансовых показателей является актуальным.

ПАО «МегаФон» работает в клиентских сегментах, которые включают:

- частных клиентов,
- корпоративных клиентов,
- государственный сектор,
- операторский сегмент, к которому относятся юридические лица,

имеющие лицензию на оказание услуг связи и пользующиеся ресурсами и сервисами МегаФона для предоставления услуг связи другим пользователям.

Структурная группировка основных поставщиков мобильной связи на российском рынке, распределенных по доле абонентов, свидетельствует о том, что на долю анализируемой компании приходится 29% абонентов. [1, с.33]. Это второе место после МТС (рис. 1).

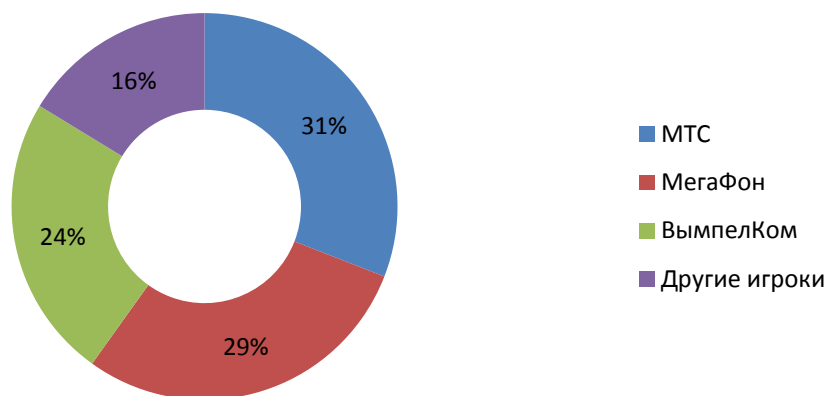


Рисунок 1 – Основные поставщики мобильной связи на российском рынке, распределенные по доле абонентов

Анализ динамики числа абонентов ПАО «МегаФон» позволяет сделать вывод о тенденции роста показателей. Количество абонентов в 2014 г. по сравнению с 2010 г. увеличилось на 13,1 млн. чел. или на 23,1%. Наибольший прирост пользователей наблюдался в 2011 г., что связано с внедрением новых выгодных тарифов и развитием программы лояльности «МегаФон-Бонус» (табл.1).

**Таблица 1
Статистические показатели динамики количества абонентов
ПАО «МегаФон» за 2010-2014гг.**

| Год | Количество абонентов, млн. чел. | Абсолютный прирост, млн. чел. | | Темп роста, % | | Темп прироста, % | | Абсолютное значение 1% прироста, тыс. чел. |
|-------|---------------------------------|-------------------------------|--------|---------------|--------|------------------|--------|--|
| | | Базисный | Цепной | Базисный | Цепной | Базисный | Цепной | |
| 2010 | 56,6 | - | - | - | - | - | - | - |
| 2011 | 62,8 | 6,2 | 6,2 | 111,0 | 111,0 | 11,0 | 11,0 | 566 |
| 2012 | 64,6 | 8,0 | 1,8 | 114,1 | 102,9 | 14,1 | 2,9 | 628 |
| 2013 | 68,1 | 11,5 | 3,5 | 120,3 | 105,4 | 20,3 | 5,4 | 646 |
| 2014 | 69,7 | 13,1 | 1,6 | 123,1 | 102,4 | 23,1 | 2,4 | 681 |
| Всего | 321,8 | - | 13,1 | - | - | - | - | - |

В последующие годы отмечено как замедление, так и нарастание темпов роста и прироста показателя. При этом, если в 2011 г. каждый процент прироста был равен 566 тыс. чел., то в 2014 г. его величина возросла до 681 тыс. чел. Среднегодовой абсолютный прирост за период составил 3275 тыс. чел., а среднегодовой темп прироста – 5,3%.

Не менее важным абсолютным показателем результатов операционной

деятельности является число пользователей мобильного интернета (рис.2).

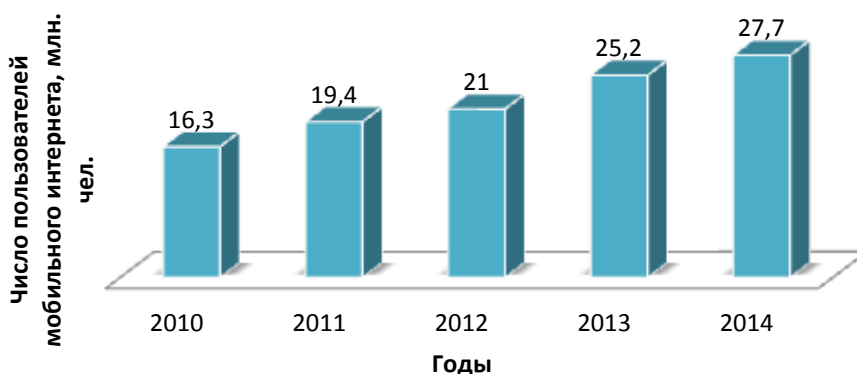


Рисунок 2 – Динамика числа пользователей мобильного интернета

График отражает положительную динамику показателя. В 2014 году по сравнению с 2010 число пользователей мобильного интернета возросло на 11,4 млн. чел. Наибольшее увеличение отмечено в 2013 году – 4,2 млн. чел. Основным фактором, повлиявшим на это, стало инвестирование в расширение существующих сетей 3G а также развитие сети 4G самым главным преимуществом которой является значительное увеличение скорости соединения и качества сигнала связи, его стабильности. Растущая доступность смартфонов также стимулировала рост клиентской базы.

Среди абсолютных стоимостных показателей, характеризующих эффект деятельности ПАО «МегаФон» в рамках данной статьи исследовались выручка от продаж и прибыль.

Как свидетельствуют выполненные расчеты, выручка в 2014 году по сравнению с 2010 увеличилась на 99,2 млрд. руб. или на 46%. Рост разными темпами отмечен по всем составным элементам, что отразилось на структуре выручки и её изменении (табл.2).

Таблица 2

Динамика объема и структуры выручки ПАО "МегаФон" за 2010-2014гг.

| Состав выручки | Выручка, млрд. руб. | | Изменение выручки | | Структура выручки, % | | Изменение доли | | Влияние структуры на прирост выручки, % |
|---------------------|---------------------|-------|-------------------|-------|----------------------|------|----------------|-------|---|
| | 2010 | 2014 | Млрд. руб. | % | 2010 | 2014 | % | п.п. | |
| Голосовые услуги | 157,6 | 164,9 | 7,3 | 4,6 | 73,1 | 52,4 | -28,3 | -20,7 | 3,4 |
| Передача данных | 20,0 | 67,2 | 47,2 | 236,6 | 9,3 | 21,4 | 130,1 | 12,1 | 21,9 |
| VAS-услуги | 25,6 | 37,3 | 11,7 | 45,7 | 11,9 | 11,9 | 0,0 | 0,0 | 5,4 |
| Фиксированная связь | 7,1 | 22,2 | 15,1 | 211,1 | 3,3 | 7,0 | 112,1 | 3,7 | 7,0 |

| | | | | | | | | | |
|-----------------------------------|-------|-------|------|-------|-------|-------|-------|-----|------|
| Мобильные устройства и аксессуары | 5,2 | 23,1 | 17,9 | 345,8 | 2,4 | 7,3 | 204,2 | 4,9 | 8,3 |
| Итого | 215,5 | 314,7 | 99,2 | 46,0 | 100,0 | 100,0 | - | 0,0 | 46,0 |

Для оценки структурных изменений в целом и существенности структурных различий был вычислен индекс Рябцева:

$$I_R = 0,187$$

В соответствии со шкалой оценки меры существенности данная величина находится в четвертой группе интервалов значений и свидетельствует о существенном уровне различий за исследуемый временной период [3, с. 72-73].

Одной из задач статистики при анализе структуры является расчет влияния отклонений по объему выручки отдельных составных элементов на прирост в целом. Существуют разные способы расчетов [4, с. 89]. В данном исследовании процент влияния определялся как произведение темпа прироста выручки по данному элементу на его удельный вес в базисном периоде.

Наибольший удельный вес в составе выручки занимали голосовые услуги, хотя из-за насыщения рынка их объем увеличился всего на 4,6%, в результате чего доля элемента снизилась на 28,3% или на 20,7 п. п. и прирост общего объема выручки за счет данной составляющей был наименьшим – 3,4%.

В тоже время наибольший прирост выручки (21,9%) произошел за счет увеличения передачи данных. Достаточно весомым был вклад других составных элементов, среди которых розничная торговля мобильными устройствами и аксессуарами и VAS-услуги (дополнительные услуги для индивидуальных и корпоративных клиентов: мобильный интернет, отправка и прием текстовых и мультимедийных сообщений, услуги по замене стандартных гудков мелодиями, Гео-сервисы и др.).

Выручка от продаж характеризует величину систематических, регулярных доходов от основной деятельности. Большое значение при оценке результатов финансовой деятельности имеют показатели прибыли, которые предполагают сравнение доходов с расходами.

Для исследования прибыльности организации в рамках данной статьи был выбран аналитический показатель OIBDA и уровень рентабельности, рассчитанный на его основе. OIBDA означает операционную прибыль до вычета амортизации основных средств и нематериальных активов. Он не включает в себя прочие доходы, которые, являются нерегулярными и не подвержен влиянию единовременных начислений, связанных с курсовыми разницеми, доходами по ценным бумагам и др.

Согласно диаграмме (рис. 3), четко прослеживается тенденция роста абсолютного показателя прибыли за 2010-2014гг.

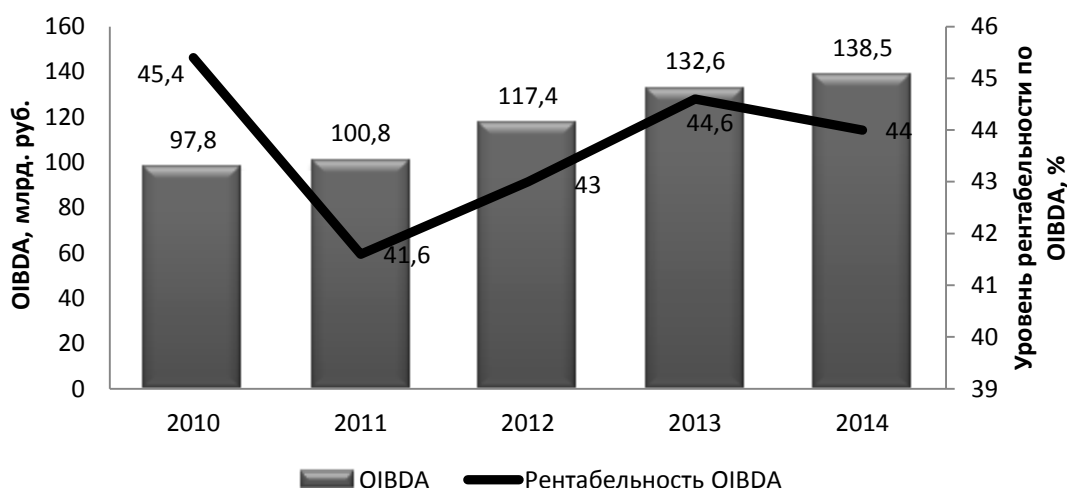


Рисунок 3 – Динамика OIBDA и рентабельности по OIBDA ПАО «МегаФон» за 2010-2014гг.

Прирост OIBDA в 2011 г. составил 3,1%. Цепной темп прироста в 2012 году был самым существенным – 16,4%, затем наблюдается замедление роста: в 2013 – 12,9%, в 2014 – 4,4%. В целом за период увеличение прибыли составило 41,6%, что несколько ниже, чем прирост выручки от продаж (46%).

Уровень рентабельности по OIBDA является достаточно высоким, но поведение показателя за изучаемый период было разнонаправленным. Снижение в 2011 г. обусловлено развитием менее доходного в сравнении с мобильным бизнесом фиксированного сегмента, а также увеличением косвенных затрат, связанных с приобретением новых активов. Реализация стратегии, нацеленной на повышение эффективности операционной деятельности и контроль над затратами обеспечили повышение показателя в 2012 и 2013 гг.

Снижение уровня рентабельности на 0,6 п. п. в 2014 г. было вызвано ростом доли продаж менее маржинальных телефонов и выручки от услуг фиксированной связи, а также повышением общих и административных расходов, связанных с расширением сети.

На следующем этапе исследования выполнен анализ влияния отдельных факторов на абсолютное отклонение OIBDA (результативный показатель – y) с использованием четырехфакторной мультипликативной и аддитивной моделей. В состав факторов были включены: уровень рентабельности по OIBDA (a), коэффициент оборачиваемости активов (b), финансовый рычаг (c) и собственный капитал (d). Уравнение мультипликативной модели результативного показателя в формализованном виде имеет вид:

$$y = a \times b \times c \times d$$

или

$$OIBDA = \frac{OIBDA}{Выручка} \times \frac{Выручка}{Активы} \times \frac{Активы}{Собственный капитал} \times \text{Собственный капитал}$$

Влияние изменения включенных в модель факторов:

$$\Delta y_a = (a_1 - a_0)b_1c_1d_1 = - 4,4 \text{ млрд. руб.}$$

$$\Delta y_b = a_0(b_1 - b_0)c_1d_1 = - 11,6 \text{ млрд. руб.}$$

$$\Delta y_c = a_0b_0(c_1 - c_0)d_1 = 85 \text{ млрд. руб.}$$

$$\Delta y_d = a_0b_0c_0(d_1 - d_0) = - 28,3 \text{ млрд. руб.}$$

Общая аддитивная факторная модель выручки от продаж за счет влияния отдельных факторов имеет вид:

$$\Delta y = \Delta y_a + \Delta y_b + \Delta y_c + \Delta y_d$$

$$\Delta y = - 4,4 - 11,6 + 85 - 28,3 = 40,7 \text{ млрд. руб.}$$

Снижение уровня рентабельности по OIBDA в 2014 г. по сравнению с 2010 г. на 3,1% привело к потере прибыли на 4,4 млрд. руб. Отрицательное влияние оказали еще два фактора. Из-за снижения коэффициента оборачиваемости активов на 7,5% недополучено прибыли 11,6 млрд. руб., а уменьшение величины собственного капитала на 29% привело к тому, недополучено прибыли в размере 28,3 млрд. руб.

За этот же период финансовый рычаг увеличился более чем в 2,2 раза, в результате чего прирост OIBDA составил 85 млрд. руб. Это свидетельствует о том, что компания разумно использует эффект финансового рычага, привлекая заемный капитал по выгодным ставкам, которые ниже уровня рентабельности капитала. Необходимо, чтобы финансовые менеджеры следили за соотношением показателей, поскольку существует риск потерь, связанный с экономической нестабильностью в России, ростом конкуренции.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЕ ССЫЛКИ

1. ГОДОВОЙ ОТЧЕТ ПАО «МЕГАФОН» ЗА 2014 Г. LUR:HTTP://CORP.MEGAFON RU/INVESTORS/SHAREHOLDER/YEAR_REPORT/2014/.

2. ГОДОВОЙ ОТЧЕТ ОАО «МЕГАФОН» ЗА 2010 Г. LUR:HTTP://CORP.MEGAFON RU/INVESTORS/SHAREHOLDER/YEAR_REPORT/2010/.

3. РЕГИОНАЛЬНАЯ СТАТИСТИКА: УЧЕБНИК/ПОД РЕД. Е. В. ЗАРОВОЙ, Г.И. ЧУДИЛИНА. – М.: ФИНАНСЫ И СТАТИСТИКА, 2006. – 624 С.

4. СТАТИСТИКА ПРЕДПРИЯТИЙ: УЧЕБ. ПОСОБИЕ. / МЕРКУШОВА Н.И. – САМАРА: ИЗД-ВО САМАР. ГОС. ЭКОН. УН-ТА., 2011.

5. ТЕОРИЯ СТАТИСТИКИ: УЧЕБНИК / Р.А. ШМОЙЛОВА И ДР.; ПОД РЕД. Р.А. ШМОЙЛОВОЙ.– М.: ФИНАНСЫ И СТАТИСТИКА, 2008. – 656 С.

STATISTICAL ANALYSIS OF PRODUCTIVE INDICATORS OF ACTIVITY OF PJSC «MegaFon»

Merkushova N. I.,

Candidate of Economic Sciences,

Associate Professor at the Department of Statistics

Motkova A. I.,

Student

Samara state University of Economics

E-mail: statistikka@mail.ru

Samara state University of Economics, Samara

The article investigates the dynamics of natural and value indicators of the company's activities. The analysis of the structure of revenue and its changes through the individual elements has been done. The change is investigated in OIBDA under the influence of various factors. The calculations can be useful in the development of managerial decisions on development of the company.

Keywords: subscribers, rate of growth and increase, revenue structure, the index of Ryabtsev, OIBDA, multiplicative and additive models.