

УДК 338.46

Козлова Ксения Александровна,

старший преподаватель кафедры «Экономика, маркетинг и психология управления»,
ФГБОУ ВО «Ангарский государственный технический университет»,
тел.: +7(3955) 56-13-16, e-mail: kozlova_k09@mail.ru

СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ УПРАВЛЕНИЯ ФИНАНСОВЫМИ РЕЗУЛЬТАТАМИ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ РЕКЛАМНОГО АГЕНТСТВА

Kozlova K.A.

IMPROVING THE MANAGEMENT OF FINANCIAL RESULTS ACTIVITIES OF AN ADVERTISING AGENCY

Аннотация. В статье рассмотрено содержание понятия «финансовый результат» и его значение в деятельности коммерческой организации. На основе проведенного анализа финансовых результатов ООО «А-Фабрика Идей» выявлены проблемы и предложен комплекс мероприятий по совершенствованию управления ими.

Ключевые слова: финансовый результат, прибыль, доходы, себестоимость, рекламная деятельность, продуктовый портфель, баннер.

Abstract. The article considers the essence of the concept «financial result» and its importance in the activity of the commercial organization. On the basis of the conducted analysis of financial result of «A-Factory of Ideas» the problems are identified and a set of measures to improve their management are proposed.

Keywords: financial result, profit, income, cost, advertising activity, product portfolio, banner.

Финансовый результат деятельности организации является одним из важнейших элементов современной рыночной экономики. Он является итогом деловой активности организации и конкурентоспособности, выпускаемой ею продукции и предоставляемых услуг.

Роль прибыли компании сложно переоценить. Во-первых, она выступает источником пополнения финансовых ресурсов организации. Во-вторых, именно прибыль формирует финансовую основу для осуществления расширенного воспроизводства компании, а также для удовлетворения социальных и материальных потребностей учредителей и сотрудников. В-третьих, посредством прибыли выполняются обязательства компании перед бюджетом, кредитными организациями, иными учреждениями.

В современной экономической литературе существует множество различных толкований понятия «финансовый результат». Рассмотрим некоторые из них.

Согласно Г.В. Савицкой, финансовые результаты хозяйственной деятельности организации описываются не только суммой полученной прибыли, но и уровнем рентабельности или, иными словами, частью добавленной стоимости, которую получают организации после реализации продукции как

вознаграждение за вложенный капитал [1].

Н.В. Колчина отмечает, что главное предназначение прибыли в условиях рынка – отражение эффективности производственно-сбытовой деятельности предприятия. Это обусловлено тем, что в величине прибыли должно находить отражение соответствие индивидуальных затрат предприятия, связанных с производством и реализацией своей продукции и выступающих в форме себестоимости, общественно необходимым затратам, косвенным выражением которых должна явиться цена изделия [2].

По мнению В.Я. Позднякова прибыль – это разницу между доходом, уменьшенным на величину расходов. В частности, это разница между выручкой от реализации, без НДС, акциза и полной себестоимостью [3].

Применительно к субъектам малого предпринимательства наиболее точным и полным можно считать определение «финансового результата» под авторством С.Н. Поленова. Согласно его мнению, прибыль напрямую зависит от запросов рынка, то есть представляет собой реакцию рынка в виде экономической выгоды для субъекта малого предпринимательства [4].

В рамках настоящего исследования был проведен детальный анализ финансовой деятельности организации рекламного агент-

ства ООО «А-Фабрика Идей», в результате которого было выявлено, что за отчетный период сумма чистой прибыли организации снизилась на 7,37% и составила 88 тыс. руб., а также наблюдается отрицательная тенденция изменения всех значимых показателей рентабельности.

С целью совершенствования управления финансовыми результатами в ООО «А-Фабрика Идей» предлагается комплекс мероприятий по повышению прибыли деятельности организации. Рассмотрим каждое из них более детально.

Диверсификация продуктового портфеля организации. Представляет собой включение в ассортиментную линейку новой продукции. В целом данное мероприятие позволит с одной стороны удовлетворить самый изысканный спрос потребителей, представляющих новый сегмент рынка. С другой стороны, позволит увеличить объем продаж.

Одним из приоритетных направлений относительно стратегического развития коммерческой деятельности ООО «А-Фабрика Идей» является изготовление вывесок наружной и интерьерной рекламы.

Вывеска – это такой рекламный носитель, который находится в непосредственной близости от рекламируемого объекта. И главная задача вывески – привлечь внимание непосредственно к этому объекту.

Вывески по праву считаются одним из важнейших видов наружной рекламы. Без них невозможно представить себе городской ландшафт. В современном городе разнообразных вывесок так много, что порой разбегаются глаза. Привлечь внимание к конкретной вывеске и к объекту, который она рекламирует, в этих условиях очень непросто.

В результате проведенных маркетинговых исследований и сравнительных анализов было установлено, что рекламно-производственные организации Иркутской области, работающие в сегменте наружной рекламы, в большинстве своем предлагают достаточно стандартизованный набор услуг, изготавливаемых из однообразных материалов. Поэтому для привлечения клиентов и достижения конкурентных преимуществ требуется постоянное обновление и предложение чего-то нового, что сможет вызвать интерес у постоянных клиентов и поможет привлечь новых.

Для расширения ассортимента изготавливаемой продукции предлагается ввести

в ООО «А-Фабрика Идей» новый вид вывесок из металлических объемных букв из нержавеющей стали и жидкого акрила. Преимущества такого вида вывесок [5]:

1. Престижный вид наружной рекламы.
2. Используется как в интерьере, так и на улице.
3. Долговечность и прочность, устойчивость к различным внешним факторам – погода, вандализм, физическое воздействие.
4. Возможность окрашивания в любой цвет по желанию и техническому заданию клиента.
5. Презентабельный внешний вид.
6. Возможность резки тонких элементов позволяет изготавливать изящные буквы.
7. Возможность сделать светящейся лицевую часть.
8. Эксклюзивность, новизна и отсутствие у конкурентов.
9. Отсутствие специального отдельного оборудования для работы с данным материалом.
10. Современные материалы.

Нержавеющая сталь считается одним из самых эффективных видов изготовления вывесок. Поверхность букв из нержавеющей стали представлена в золотом, серебряном цвете или окрашена порошковым способом цветовой палитрой RAL. Хотя этот вид наружной рекламы несколько дороже, чем обычные буквы из ПВХ или акрила, но он полностью оправдывает себя гарантированно безупречным внешним видом и долговечностью. Такие буквы обычно не требуют ремонта очень долгое время. Единственное, что нужно делать, это очищать их от пыли и грязи по мере загрязнения. Стоимость ремонта и обслуживания данного вида вывесок определяется их размерами, высотой размещения и сроком эксплуатации.

Буквы из нержавеющей стали можно сочетать с подложкой из композитного материала, что придает таким вывескам еще большую привлекательность.

Объем вывеске из металла придают боковые части, приваренные лазером к лицевой стороне. В обычной среде металлические буквы не поддаются коррозии.

Лицевая сторона вывески из металла может быть световой. Световые элементы устанавливаются внутри вывески, а лицевая часть изготавливается из светоотражающего акрила. Такая опция считается дополнитель-

ной и стоит дороже. Производятся вывески из листа нержавеющей стали толщиной от 0,5 до 1,5 мм, что гарантирует прочность конструкции.

Путем проведения маркетингового исследования рынка г. Ангарска и Иркутской области можно сделать вывод, что при самом минимальном спросе в месяц в ООО «А-Фабрика Идей» будут заказывать 5 шт. стандартных вывесок из нержавеющей стали, что обеспечит дополнительную годовую выручку от продаж в размере 1620 тыс. руб. Детальный расчет совокупности затрат на изготовление букв для данного вида вывесок составит 1380 тыс. руб. в год. Таким образом можно сделать вывод, что прибыль до налогообложения вырастит на 240 тыс. руб. и составит 1040 тыс. руб.

Вторым мероприятием в комплексе мер по повышению финансового результата деятельности ООО «А-Фабрика Идей» является оптимизация затрат на изготовление продукции организации. Реклама повсеместно присутствует в жизни потребителя. Листовки с акционными предложениями, приглашения к покупке и масса другой информации заполонила жизненное пространство города, деревни, автомобильной трассы. Материалы, используемые для рекламных щитов, постоянно совершенствуются с целью повышения долговечности и сохранения изображения.

Одним из самых популярных видов услуг у рекламно-производственной организация ООО «А-Фабрика Идей» является печать баннеров на уличные рекламные щиты.

Баннер – рекламная продукция на полотне из синтетического текстиля представлена печатью изображений. Укрепленные конструкции размещают на улицах, фасадах зданий, рекламных щитах и внутри помещений.

По своему назначению баннер схож с листовкой, призывающей к определенному действию, обозначенному в рекламном объявлении. Привлечение внимания потребителя достигается яркой типографией. Качество синтетического материала оценили на производстве, общественных организациях и в частных владениях. Текстильное виниловое полотно искусственного происхождения используется для оформления информационных стендов, ограждения фасада здания, навесов, палаток. Это рекламные инструменты с доказанной эффективностью. Их преимуще-

ства:

- оперативное изготовление;
- качество и детализация картинки достигаются за счет полноцветной печати и малозаметности швов на спаянном текстиле;
- широкий охват аудитории – при хорошей проходимости места размещения баннера можно достичь 20-30 тысяч визуальных контактов в сутки;
- срок эксплуатации – 3-7 лет, материалы отличаются износоустойчивостью, прочностью, пожаро- и влагоустойчивостью;
- простой монтаж и легкая транспортировка.

Одним из основных показателей, формирующих себестоимость баннера, является материал – баннерное полотно, используемое при печати. Качественные характеристики материала для баннеров:

- устойчивость к разрыву – ценится при изготовлении тентов, павильонов, надувных конструкций;
- эластичность – достигается смягчением состава специальными добавками и усилением плетения армирующей сетки;
- устойчивость к деформации;
- повышенная прочность ткани;
- отсутствие разрушения вдоль волокон благодаря плотному плетению за счет дополнительных нитей основы;
- устойчивость к температурным перепадам и атмосферным осадкам;
- качественное окрашивание гладкой поверхности;
- устойчивость к ультрафиолету.

На качество печати существенно влияет состав материала, количество содержащегося винила, нанесенного на поверхность баннера. По виду изготовления баннерное полотно делят на литое и ламинированное.

Литой способ производства представляет собой процесс, при котором сетку заливают пластической массой и пропускают через специальное оборудование для образования гладкой поверхности. Этот вид материала для печати баннеров качественный и более дорогой. Предпочтение данному полотну отдают заказчики с расчетом на длительный период. Литые ткани в несколько раз прочнее, чем ламинированные. Показатели на силу разрыва превышают в 2-3 раза. Этот фактор влияет на выбор ПВХ баннерной ткани, для размещения баннера на улице. В зависимости от места эксплуатации и назначения

изделия делают выбор материала.

Срок службы рекламной ткани зависит от способа изготовления полотна. Литая баннерная ткань эксплуатируется до 7 лет без возникновения процессов разрушения волокон.

Ламинированная баннерная ткань предполагает спаивание двух слоев материала, что обеспечивает гибкость и прочность готового изделия. Поверхностная пленка придает материалу глянцевый или матовый эффект. Недорогая синтетическая ткань пользуется большим спросом у рекламных компаний. Именно из нее чаще изготавливают баннеры для краткосрочной рекламы.

Ламинированный материал прослужит 2-3 года и используется чаще в помещении, чем на улице. Маленький период службы и низкая стоимость ткани могут пригодиться для изготовления изделия на короткий период. Эластичность баннерной ткани не рассчитана на изгиб. Используется материал в развернутых на плоскости статичных баннерах.

Технические характеристики и возможности литой и ламинированной баннерных тканей представлены в таблице 1.

Таблица 1 – Сравнение литой и ламинированной баннерной ткани

Технические характеристики	Ламинированная	Литая
Вес (гр./кв.м.)	340	380
Плотность сечения (Денье)	200Dx200D	300Dx200D
Плотность плетения (нитей/дюйм)	18×12	18×12
Температура использования (°C)	от -20С до+70С	от -20С до+70С

Согласно данным таблицы 1 видно, что рассматриваемые виды баннерной ткани по своим техническим характеристикам имеют незначительные отличия.

На сегодняшний момент ООО «А-Фабрика Идей» использует для изготовления баннеров литую ткань, но она довольно дорогая. С целью оптимизации затрат предлагается ввести на производство и полностью заменить материал для изготовления баннеров с литой на ламинированную ткань. Мониторинг заказов ООО «А-Фабрика Идей» за ана-

лизируемый период свидетельствует о том, что большинство клиентов заказывают баннера на срок до 1 года. Такая ситуация характеризуется современными темпами ведения бизнеса и рекламы. С точки зрения маркетинга больше года баннер не используется, в связи с устаревшей информацией и потерей эффективности, так как изображение на нем приелось и перестало быть заметным.

Подсчитаем планируемый экономический эффект от внедрения нового вида материалов для печати баннеров. Важным моментом для определения эффективности предлагаемого мероприятия является размер самой конструкции.

Размер носителя влияет на восприятие рекламы целевой аудиторией. Чем он больше, тем с большего расстояния виден потенциальному покупателю. При выборе размера конструкции учитывают сегментацию потребителей, например, рекламный носитель, ориентированный на автомобилистов, не всегда эффективен в отношении пешеходов.

Баннеры малых размеров не позволяют использовать все возможности широкоформатной печати. В то же время они эффективны при размещении над входами в коммерческие здания в качестве рекламы парикмахерских, аптек, суши-баров и т.п. Баннеры больших размеров хорошо воспринимаются водителями, движущимися на высоких скоростях, поэтому их устанавливают вдоль автомагистралей. В Иркутской области широкое распространение получили баннерные полотна стандартного размера 3 м × 6 м. По данным мониторинга количества заказов и их видов в ООО «А-Фабрика Идей» за последние два года отчетливо видно, что в среднем ежемесячно изготавливаются и устанавливаются организацией 30 баннерных полотен. Таким образом, принимая во внимание данную информацию и стоимость баннерной ткани у ведущих поставщиков, годовая экономия ООО «А-Фабрика Идей» при переходе с литой на ламинированную ткань составит 796,560 тыс. руб.

Предложенный комплекс мероприятий по повышению финансового результата рекламно-производственной деятельности ООО «А-Фабрика Идей» позволит не только укрепить положение организации на рынке в краткосрочном периоде, но и способствовать росту её инвестиционной привлекательности и деловой активности в стратегической перспективе.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. **Савицкая, Г.В.** Анализ хозяйственной деятельности предприятия: учебное пособие / Г. В. Савицкая. – М.: ИНФРА-М, 2019. – 336 с. – Текст: непосредственный.
2. **Колчина, Н.В.** Финансы предприятий: учебник / Н. В. Колчина. – 2-е изд., перераб. и доп. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2019. – 447 с. – Текст: непосредственный.
3. **Попова, Л.В.** Управленческий учет и анализ: учебное пособие / Л. В. Попова. – М.: Дело и сервис, 2018. – 224 с. – Текст: непосредственный.
4. **Поленова, С.Н.** Бухгалтерское дело: учебник / С. Н. Поленова Н. А. Миславская. – М.: Дашков и К, 2020. – 383 с. – Текст: непосредственный.
5. Рекламно-производственная компания АРПК: официальный сайт – 2023. – URL: <https://arpk.pro/> (дата обращения: 27.10.2023). – Текст: электронный.

УДК 321.01

Марсадола Виталий Андреевич,
студент кафедры «Технология электрохимических производств»,
ФГБОУ ВО «Ангарский государственный технический университет»,
e-mail: vitaliymarsadola@yandex.ru

Сорокина Анна Ивановна,
к.э.н., доцент кафедры «Экономика, маркетинг и психология управления»,
ФГБОУ ВО «Ангарский государственный технический университет»,
e-mail: annasorokina_07@mail.ru

ФАКТОРЫ РАЗВИТИЯ РОССИЙСКОЙ ГОСУДАРСТВЕННОСТИ

Marsadola V.A., Sorokina A.I.

FACTORS OF DEVELOPMENT OF THE RUSSIAN STATE

Аннотация. В статье рассмотрены наиболее значимые внешние и внутренние факторы, воздействующие на процесс укрепления Российского государства, охарактеризованы последствия их влияния. Выявлено единство в подходах к классификации факторов. Раскрыто значение исследования влияния факторов в части выявления особенностей развития государственности страны.

Ключевые слова: государственность, Российская государственность, факторы развития государственности.

Abstract. The article examines the most significant external and internal factors affecting the process of strengthening the Russian state, and characterizes the consequences of their influence. The unity in approaches to the classification of factors has been revealed. The importance of studying the influence of factors in terms of identifying the peculiarities of the development of the country's statehood is revealed.

Keywords: statehood, Russian statehood, factors of development of statehood.

История, настоящее и будущее любой страны определяются множеством факторов: географическими, историческими, демографическими. Они влияют на тип социально-экономического государственного устройства страны и её форму. При постановке проблемы и принятии решений относительно укрепления в настоящее время государственности Российской Федерации представляет интерес вопрос о классификации и векторе влияния данных факторов.

Система факторов может быть представлена набором внутренних и внешних взаимосвязанных обстоятельств. Каждую из

этих групп следует рассматривать как сложную структуру.

И.Л. Бачило отмечает, что государственность, как форма выражения организованной властной воли людей к созданию и обеспечению современных форм общежития и совместной деятельности в рамках определенных границ территории, состава населения, соблюдения суверенности своего и других народов, должна формироваться с учетом факторов, складывающихся как внутри определенного гражданского общества, так и с учетом внешних факторов, формирующихся в планетарном масштабе жизни земной ци-