

Malyarevskaya L.A., Prodanova N.A.

ANALYSIS OF THE EFFECTIVENESS OF ORGANIZATIONS IN THE FIELD OF RADIO BROADCASTING

Monograph

Маляревская Л.А., Проданова Н.А.

АНАЛИЗ РЕЗУЛЬТАТИВНОСТИ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ОРГАНИЗАЦИЙ В СФЕРЕ РАДИОВЕЩАНИЯ

Монография

УДК 657.6:654.19

ISBN 978-1-77192-662-1

DOI 10.29013/AOTE00ITFORB.MalyarevskayaL.A.ProdanovaN.A.92.2024

Рецензенты

Джолдошева Тамара Юлдашевна, проректор по евразийской интеграции, Директор Высшей школы магистратуры и PhD программ, д.э.н., профессор, профессор кафедры «Финансы и финансовые технологии» НИУ «Кыргызский экономический университет им. М. Рыскулбекова»

Абдуллаев Илёс Султанович, декан факультета социально-экономических наук Ургенчского государственного университета Республики Узбекистан, д.э.н., профессор.

Маляревская Л.А., Проданова Н.А.

М-21 Анализ результативности деятельности организаций в сфере радиовещания : Монография / Маляревская Л.А., Проданова Н.А. – Hamilton: Accent Graphics Publishing and Communication – 2024. – 92 с.

Настоящая монография посвящена вопросам развития теоретико-методической базы анализа результативности деятельности радиовещательных организаций, функционирующих в развлекательно-музыкальном формате, в части определения показателей результативности, разработки системы специфических отраслевых показателей, определяющих рентабельность радиовещательных организаций, построения детерминированных факторных моделей рентабельности эфирного времени и доходности эфирного времени и производительности труда основного персонала. Практическая значимость результатов исследования заключается в возможности их широкого применения для обоснования управленческих решений радиовещательных организаций различного формата и с учетом предусмотренного лицензией времени вещания в сутки.

Subscribe to print 15/10/2024. Format 60×90/16.

Offset Paper. Garinitura Minion Pro. Conv. Pec. liter. 11. Edition of 500 copies.

Typeset in Accent Graphics Publishing and Communication, Hamilton, Canada

Printed by Allegra Complex,

1290 Venables St #7, Vancouver, BC V6A 4B4, Canada

ISBN 978-1-77192-662-1

© Malyarevskaya L.A., Prodanova N.A., 2024.

© Accent Graphics Publishing and Communication, 2024.

Contents

Введение	4
Глава 1. КОНЦЕПТУАЛЬНЫЕ ОСНОВЫ АНАЛИЗА РЕЗУЛЬТАТИВНОСТИ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ОРГАНИЗАЦИИ.	8
1.1 Результативность: развитие научной мысли, понятийный аппарат	8
1.2 Отраслевые особенности анализа деятельности участников рынка радиовещания: особенности рынка и формирования показателей результативности	20
1.3 Информационное обеспечение анализа результативности бизнес-процессов.	27
Глава 2. МЕТОДИКА ОПЕРАЦИОННОГО АНАЛИЗА ДЕЯТЕЛЬНОСТИ РАДИОВЕЩАТЕЛЬНЫХ ОРГАНИЗАЦИЙ	40
2.1 Специфика операционного анализа деятельности радиовещательных организаций	40
2.2 Особенности формирования системы показателей результативности деятельности организации .	44
2.3 Моделирование показателей результативности деятельности радиовещательных организаций	54
Глава 3. ОПЕРАЦИОННЫЙ АНАЛИЗ РЕЗУЛЬТАТИВНОСТИ РАДИОВЕЩАТЕЛЬНЫХ ОРГАНИЗАЦИЙ	61
3.1 Анализ сезонности выручки от реализации услуг радиорекламы.	61
3.2 Факторное моделирование показателей результативности радиовещательных организаций	65
3.3 Разработка методики бюджетирования на основе маржинального анализа деятельности радиовещательных организаций	71
Заключение	76
Список литературы	79
Приложение А.	90

Введение

Современное радиовещание России насчитывает почти четверть века. Флагманом современного отечественного радио сегодня является Москва, в которой сосредоточено и самое большое количество радиостанций, и мощные финансовые потоки, и лучшие кадры, и самое передовое техническое оснащение. Столица особенно ярко демонстрирует основополагающую тенденцию развития СМИ в целом и радиовещания в частности – тенденцию к коммерциализации, концентрации капитала и медиаактивов, вступившей в решающую фазу, когда большая часть радиостанций входит в крупные медийные образования – холдинги.

Радио, являясь средством массовой информации и обладая возможностью охвата большой аудитории, выполняет значительную социальную роль, донося до радиослушателей новости, информацию о важных для государства проектах и социально значимых явлениях, формируя у слушателей ответственное отношение к своим гражданским обязанностям и мотивируя интересоваться и участвовать в событиях мира и страны. Радио является инструментом социального управления обществом, позволяет регулировать общественное поведение и воздействовать на глубинные процессы развития общества, которые способствуют стабилизации государства.

Таким образом, социальная роль радиовещательных организаций, их вклад в социальную жизнь государства и экономику Российской Федерации играют важную роль в развитии средства массовой информации, поддержке и доступности информационного обеспечения населения, формировании активной гражданской позиции и обеспечении качества жизни населения. В то же время радиовещательные компании, являясь средствами массовой информации и коммерческими организациями, нацелены на зарабатывание прибыли своим акционерам.

При этом деятельность радиовещательной компании является крайне чувствительной к изменению конъюнктуры рынка и обострению кризисных явлений, что обусловлено ее бизнес-процессами, особенностями и структурой бизнеса. Кроме того, современная экономическая ситуация в России и в мире характеризуется наличием

признаков нестабильности, в связи с чем широкое развитие получил вопрос обеспечения устойчивого развития организаций.

В свете необходимости устойчивого развития организации особую актуальность приобрел вопрос согласования интересов и удовлетворения требований ключевых заинтересованных сторон (stakeholders) радиовещательных организаций. Ключевыми заинтересованными сторонами (stakeholders) в радиовещании являются рекламодатели и слушатели радиостанции, поставщики услуг, регулирующие органы и сотрудники радиостанции. В целях обеспечения устойчивого развития радиостанции, увеличения доли рынка, роста аудиторных показателей, расширения точек присутствия, деятельность организации, в первую очередь, нацелена на удовлетворение потребностей своей целевой аудитории в предоставлении качественного и интересного контента, актуальной информации, бесперебойного вещания. Деятельность рекламодателей нацелена на увеличении объема и качества рекламной информации, размещенной в рекламных блоках радиостанции, в наиболее популярное время суток, повышение ликвидности, что соответствует задачам устойчивого развития. Поставщики услуг заинтересованы в стабильных деловых отношениях, увеличении объема услуг, расширении их спецификации, улучшении оборачиваемости и ликвидности и также заинтересованы в устойчивом развитии. В данных условиях приходится согласовывать требования слушателей относительно качественного и бесперебойного контента эфира, что предполагает минимально возможный объем рекламы, заинтересованность рекламодателей в увеличении объема рекламы и самой радиостанции в росте доходов, и цели поставщиков в увеличении объема и состава услуг. Совокупность выше указанных требований обуславливает актуальность в определении системы показателей результативности в отношении объема размещенной рекламной информации, ценовой и маркетинговой политики, рентабельности радиостанции, учитывающих запросы заинтересованных сторон и обеспечивающих эффективность деятельности радиовещательной организации.

Расширение цифровизации деятельности, увеличение объема операционной информации, рост скорости принятия решения обуславливают потребность в своевременном и репрезентативной аналитическом аппарате в качестве аргументированного обоснования принятия управленческих решений в отношении утверждения уровня цен на услуги и возможности применения скидок, планирования

продаж, структуры и уровня затрат определяют актуальность выбранной темы исследования.

Вопросами понятия «результативности» и понятия «эффективности» деятельности, анализу рентабельности посвящены работы следующих российских и зарубежных ученых: М. Альберт, С. Б. Барнгольц, В. В. Бердникова, А. В. Бондаренко, Е. И. Бородиной, С. А. Бороненковой, Л. В. Брянцевой, М. А. Вахрушиной, О. Н. Волковой, Г. Н. Герасименко, И. Э. Гимади, Т. А. Головиной, В. В. Добродей, Э. Дж. Долан, Л. В. Донцовой, П. Друкер, В. В. Ковалева, М. В. Мельник, М. Х. Мескон, Н. А. Никифоровой, Ю. В. Перевалова, Н. С. Пласковой, Р. С. Сайфулина, Д. Хан, Ф. Хедоури, А. Д. Шеремет.

Значительный вклад в развитие операционного анализа, анализа бизнес-процессов как источника информации для анализа и как фактора эффективного функционирования организации, внесли М. И. Баканов, С. А. Бороненкова, И. И. Каракоз, Н. А. Казакова, Н. А. Никифорова, В. В. Осмоловский, В. Ф. Паля, В. И. Стражев, М. Хаммер, А. Д. Шеремет, Д. Чампи и др.

Бизнес-анализу и вопросам анализа и управления заинтересованными группами (Stakeholder Analysis) посвящены работы В. И. Бариленко, Д. Волкер, Е. Б. Герасимовой, О. Менделоу, М. В. Сорокиной, И. Фримана, У. Юри, Р. А. Луговского и других ученых.

Проведенное исследование в данной области выявило различия в подходах, трактовках понятия «результативности», а также смешение понятия «результативности» с понятием «эффективности». Представленный на сегодняшний день методический аналитический аппарат в качестве индикаторов результативности организаций предполагает использование системы показателей рентабельности и оборачиваемости как примера факторов рыночной стоимости компании, определяемых по данным бухгалтерской (финансовой) отчетности. Однако, применительно к специфике вида деятельности организаций радиовещания, развивающихся не только как СМИ, но и как канал рекламы, существующие статистические показатели вещательной деятельности представляют усеченные данные для анализа результативности деятельности и не позволяют анализировать доходность деятельности, с учетом требований ключевых заинтересованных сторон и сезонности продаж, основываясь преимущественно на данных бухгалтерского учета.

Необходимость учета специфики деятельности, требований ключевых заинтересованных сторон организаций радиовещания

и возможности использования показателей результативности в качестве основы планирования как одной из функций управления деятельностью организации, определения финансовых целей организации и предоставления аргументации для принятия эффективных решений подтверждают актуальность выбранной темы и определяет цель, задачи и содержание научно-квалификационной работы.

Цель исследования состоит в разработке методики формирования показателей результативности радиовещательных организаций и практических рекомендаций применения данных показателей в основе методологии анализа и бюджетирования деятельности радиовещательных организаций.

Реализация указанной цели определила постановку и решение следующих задач: уточнить аналитическое содержание понятия «результативности» деятельности; разработать систему специфических для отрасли показателей анализа результативности деятельности радиовещательных организаций, обеспечивающих коммерческую деятельность за счет оказания рекламных услуг; сформировать методологический инструментарий определения областей рентабельности деятельности радиовещательных организаций, с целью выявления факторов роста и лимитирующих факторов рентабельности; разработать методику бюджетирования деятельности на основании целевых показателей результативности и маржинального анализа деятельности организаций в сфере радиовещания.

Объектом исследования послужили радиовещательные организации. Предметом исследования является совокупность теоретических и методических подходов и инструментария анализа результативности деятельности радиовещательных организаций.

В основе аргументов и выводов данного исследования лежат общие законы логики, формализации, постановки и проверки гипотез. Исследование основано на фундаментальных положениях экономического, управленческого анализа, научно-методологических подходах, диссертациях и работах российских и зарубежных ученых в данной области.

Логика исследования основана на поэтапном движении от обоснования теоретико-концептуального фундамента к разработке конкретных приемов анализа, что позволило обеспечить формулирование и описание методики, позволяющей реализовать эти приемы на практике.