

УО «Алматы Менеджмент Университет»



ALMA
ALMATY MANAGEMENT
UNIVERSITY

УПРАВЛЯТЬ СОБОЙ – УПРАВЛЯТЬ БИЗНЕСОМ – УПРАВЛЯТЬ ВРЕМЕНЕМ

Сборник статей магистрантов
Магистранттарының мақалаларының жинағы
Collection of articles by Master Program students

Выпуск 6

Алматы, 2016

УО «Алматы Менеджмент Университет»

УПРАВЛЯТЬ СОБОЙ – УПРАВЛЯТЬ БИЗНЕСОМ – УПРАВЛЯТЬ ВРЕМЕНЕМ

Сборник статей магистрантов

Магистранттарының мақалаларының жинағы

Collection of articles by Master Program students

Выпуск 6

Алматы, 2016

УДК 005
ББК 65.290-2
У67

Редакционная коллегия

Исахова П.Б. - д.э.н.; профессор, заведующая кафедрой «Финансы, учет и аудит»

Никифорова Н.В. - д.э.н.; профессор кафедры «Менеджмент, предпринимательство и маркетинг»

Залученова О.М. - к.э.н.; заведующая кафедрой «Менеджмент, предпринимательство и маркетинг»

Габдулина А.С. - д.э.н.; заведующая кафедрой «Логистика и РДГБ»

Жанжигитова Г.А. – и.о. зам. декана по послевузовскому и дополнительному образованию

Шакирова С.М. – к. филос. н., директор Управления по науке

Управлять собой - управлять бизнесом - управлять временем: Сборник статей слушателей магистерских программ. Выпуск 6. – Алматы: Алматы Менеджмент Университет, 2016 – 116 с.

ISBN: 978-601-278-813-6

Все статьи прошли проверку в системе Антиплагиат.ру (уникальность текста не ниже 75%).

ISBN: 978-601-278-813-6

Содержание

№	Автор	Название статьи	Научный руководитель	Стр.
1	Алиева Л. С.	Финансовая модель предприятия	Косолапов Г.В., к.э.н., доцент	5
2	Ахмуллаев Н.И.	Управление проектами в условиях неопределенности и риска	Никифорова Н.В., д.э.н., профессор	9
3	Бердалиева Ж.М.	Глобализация международных финансовых рынков и ее влияние на экономику Казахстана	Исахова П.Б., д.э.н., профессор	14
4	Жалғас Л.Т.	Разработка и внедрение систем управления проектами на предприятии	Залученова О. М., к.э.н., доцент	16
5	Кайбалдиева Л.Б.	Особенности и механизмы управления экологическими проектами в Казахстане	Масакова С.С., к.э.н., доцент	19
6	Каримжан Е.Б.	Разработка и совершенствование электронного маркетинга на предприятии	Давлетова М.Т., к.э.н., доцент	23
7	Крылова Д.С.	Стратегический подход к финансовому пролированию в коммерческой организации	Чивазова А.З., к.э.н., доцент	26
8	Кузенбаева М.Д.	Теоретические оспекты выбора модели управления запасами в логистических процессах компании	Бодаубаева Г.А., к.э.н., доцент	30
9	Маженов Р.К.	Особенности становление и развития проектного управления в Казахстане	Исентаева Г.К., к.э.н., доцент	33
10	Нургалиева Б.С.	Развитие интернет - маркетинга: оценка перспектив и рисков компании	Закирова А.Т., к.э.н., доцент	38
11	Умерзакова Д.К.	Система управления рисками в логистике закупок	Ахмеджанова А.Х., к.э.н., доцент	41
12	Юсупов У.Н.	Методы эффективного управления изменения в организации	Залученова О. М., к.э.н., доцент	47
13	Abileva A.	Problems of project implentation managment	S. Masakova	49
14	Azhibayeva K.A	The WTO vs. the Customs Union	Davar Arash	52
15	Baltabayeva R.	Organization promotional activities of Mitsubishi Motors Company in Kazakhstan market for the period 2014-2015	Davar Arash	57
16	Diaz A.	Advances and challenges in Research Management in Higher Education. The case of Kazakhstan	S. Masakova	61
17	Dyussenova A.Z.	The role of decision making in the success of business	G. Isentayeva, Davar Arad	64

18	<i>Goncharova I.Yu.</i>	Kazakhstani system of financial management: essentials for change	O. Zaluchyonova, A. Salimbayeva	67
19	<i>Goncharova I.Yu.</i>	Crisis financial management: Ways to survive	O. Zaluchyonova, A. Salimbayeva	70
20	<i>Kim A.</i>	Company's financial growth development strategy	A. Chivazova	73
21	<i>Kopbayeva L.</i>	Analysis and evaluation of the financial position of an economic entity	A. Karshalova	77
22	<i>Kozybagarov A.</i>	The rationale for the development of public-private partnership in the tourism sector		82
23	<i>Kunayeva A.</i>	Value-added tax and sales tax, their difference, pros and cons of the Replacement of one tax by another	Zh. Elubaeva	85
24	<i>Nazyrov R.</i>	Marketing in fashion retail. Start your own business using marketing strategy	O. Zaluchyonova K. Abdykhalykov	88
25	<i>Nurtazina M.</i>	Theoretical aspects of economic entities' sustainability analysis	A. Karshalova	95
26	<i>Otarbayeva A.</i>	Financial analyses of JSC "IC "Kommesk-Omir"	A. Karshalova	98
27	<i>Rakhimberdinova A.</i>	The Essence of Innovation Management	Davar Arad	102
28	<i>Sharshankulova Z.</i>	Talent Management: Main Recourse of Organizational Performance	O. Zaluchyonova	105
29	<i>Uvaliyeva D.</i>	Organizational Life-cycle	Davar Arad	109
30	<i>Zhanzakova Aigul</i>	Life-cycle in Innovative projects	O. Zaluchyonova, Davar Arad	112

ФИНАНСОВАЯ МОДЕЛЬ ПРЕДПРИЯТИЯ

Финансовое моделирование – это процесс построения абстрактного представления (финансовой модели) реальной или предполагаемой финансовой ситуации [1]. В ходе финансового моделирования могут быть исследованы все или некоторые вопросы развития компании, изменения стоимости ценных бумаг и иные активы и объекты, имеющие финансовую оценку. Термин «финансовое моделирование» широко применяется в сфере оценки инвестиционных проектов и в оценке бизнеса. В этом случае финансовые модели позволяют наглядно представить экономику проекта и оценить эффективность вложений в тот или иной актив. Само финансовое моделирование применяется намного чаще. По существу, любое экономическое обоснование управленческого решения является финансовой моделью, а его подготовка – финансовым моделированием. В основе финансового моделирования лежат методы математического, эконометрического и статистического моделирования.

Теоретически, финансовая модель представляет собой набор предположений о будущих условиях ведения бизнеса, которые диктуют прогнозы доходов, выручки, денежных потоков компании и балансовых счетов.

На практике, финансовая модель представляет собой электронную таблицу (как правило, в Microsoft Excel), которую аналитики используют для прогнозирования финансовых результатов компании на будущие периоды. Правильное проектирование прибыли и денежных потоков в будущем важно, так как стоимость акций во многом зависит от перспективы финансовой деятельности компании-эмитента.

Финансовая модель, как правило, выглядит как таблица финансовых данных, организованных по финансовым кварталам и/или годам. Каждый столбец таблицы представляет собой баланс, отчета о доходах и о движении денежных средств будущего квартала или года. Строки таблицы представляют все позиции финансовой отчетности компании, такие как доходы, расходы, количество акций, капитальные расходы и балансовые счета. Как и финансовую отчетность, есть способ прочтения финансовой модели по вертикали, или анализ поступлений за счет прибыли и денежных потоков [2].

Каждый квартал включает в себя набор прогнозов на этот период, как и темпы роста выручки, валовой прибыли и прогнозы ожидаемой ставки налога. Такие прогнозы, диктующие конечный результат финансовой модели – в целом, прибыль и показатели денежных потоков, которые используются для оценки компании или помощи в принятии решении о финансировании компании.

При попытке спрогнозировать будущее, неплохо начать с прошлого. Таким образом, правильно сделать первый шаг в построении модели с полного анализа набора исторических прогнозов финансовых данных со ссылкой на исторические данные в качестве основы для модели. Если компания сформировала валовую прибыль в диапазоне от 40% до 45% за последние десять лет, то может быть приемлемым предположение, что, при прочих равных условиях, маржа сохранится устойчиво на этом уровне и в будущем.

Следовательно, исторические данные о валовой прибыли могут стать своего рода основой для будущего проектирования доходов. Аналитики изучают и анализируют исторические тенденции в росте доходов, расходов, капитальных затрат и других финансовых показателей, прежде чем пытаться проецировать финансовые результаты на будущее. По этой причине, финансовая модель обычно включает набор исторических финансовых данных и связанных с ними аналитических мероприятий, из которых вытекают предположения и прогнозы.

Допустимый темп роста выручки может быть одним из самых важных прогнозов в финансовой модели. Небольшие отклонения в росте выручки могут означать большую разницу в прибыли на акцию и денежных потоков и, следовательно, оценки запасов. По этой причине, аналитики должны уделять больше внимания прогнозированию выручки. Отправной точкой может стать анализ исторических данных о доходности. Возможно, доход был стабильным из года в год. Возможно, он чувствителен к изменениям в ВВП или других экономических переменных. Возможно, рост ускорился, или, может быть, наоборот. Важно найти то, что повлияло на доходы в прошлом для того, чтобы сделать прогноз на будущее.

При анализе исторического тренда, в том числе данных за последние отчетные кварталы, будет правильным решением проверить, предоставляло ли руководство собственное видение будущего. И, исходя из этих данных, провести анализ того, сформирован ли прогноз оптимистично или консервативно, основываясь на тщательном исследовании бизнеса.

Формула, наиболее часто используемая при прогнозировании квартальной прибыли:
 $R1 = R0 * (1+g)$, где g - рост в процентах, $R1$ - будущий доход, $R0$ - текущие доходы.

И снова, сложившийся в прошлом тренд – отправная точка при прогнозировании расходов. Принимая во внимание большие различия между размерами переменных и постоянных затрат, понесенных бизнесом, аналитики рассматривают затраты и в денежном выражении, и их долю в общем объеме выручки. Если общие затраты, затраты на реализацию и административные расходы (SG&A) колеблются между 8% и 10% от выручки за последние десять лет, то, скорее всего, попадут в этот диапазон и в будущем. Это может стать основой для проекции – скорректированной планами руководства и перспективами для бизнеса в целом. Если состояние бизнеса быстро улучшается, имея отражение в прогнозе роста выручки, то, возможно, постоянные издержки будут распространяться на большую доходную базу и удельный вес расходов SG&A пропорционально будет меньше в следующем году, чем в текущем. Это означает, что прибыль, скорее всего, возрастет, что может быть хорошим сигналом для фондовых инвесторов [3].

Прогнозные графики расходов часто отражаются в процентах от выручки, и как правило, при расчетах используется формула:

$E1 = R1 \times p$, где $E1$ – расходы, $R1$ – доход за период, p – расходы в процентах от выручки за период.

Для промышленного предприятия, неоперационные расходы – это, в первую очередь, процентные расходы и налог на прибыль.

Важно помнить, проектируя расходы на выплату процентов, что пропорция долга явно не связана с потоками операционных доходов. Важным фактором является текущий уровень общей задолженности компании. Налоги, как правило, не связаны с доходами, а, скорее, прибыль до выплаты налогов. Размер налоговой ставки может изменяться под влиянием ряда факторов, например, количество стран, в которых компания осуществляет свою деятельность. Если компания работает только на внутреннем рынке, то можно использовать государственную ставку налога как инструмент при прогнозировании.

Прогнозируемый чистый доход для владельцев обыкновенных акций – это прогнозный доход минус планируемые расходы.

Доходы и прогнозные данные EPS (прогнозируемая цена акций), как правило, считаются первичными результатами финансовой модели, потому что они часто используются для оценки акции или формирования целевых цен на акции.

Для расчета целевой цены за акцию на один год, можно просто взглянуть на значения EPS в финансовой модели на будущие четыре квартала и умножить их на коэффициент P/E. Прогнозируемый доход от акций (за исключением дивидендов) – это разница в процентах от этой целевой цены к текущей цене:

Прогнозируемый оборот = $(T-P)/T$, где T – целевая цена, P – текущая цена.

Есть целый ряд различных методов, с помощью которых можно делать прогнозы. Все эти методы можно разделить на два подхода: качественный и количественный.

Качественные модели, как правило, используют для краткосрочных прогнозов, где объем прогнозирования ограничен. Качественные прогнозы могут рассматриваться как управляемые экспертами, в этом они зависят от знатоков рынка или рынка в целом, чтобы соответствовать информированному согласию. Качественные модели могут быть полезны для прогнозирования краткосрочного успеха компании, продукции и услуг, но встречаются ограничения, связанные с его опорой на мнение более измеримых данных. Качественные модели включают в себя:

1. Исследование рынка: Опрос большого количества людей по конкретному продукту или услуге, чтобы спрогнозировать, в каком объеме люди будут покупать или использовать его после запуска.

2. Delphi метод: Опрос экспертов в определенных отраслях для получения общего мнения, после чего формируется прогноз.

3. Количественные модели нивелируют экспертный фактор и исключают человеческий фактор из анализа. Количественные модели используются для определения роста продаж, валового внутреннего продукта, цен на жилье и т.д. в долгосрочной перспективе, несколько месяцев или лет. Количественные модели включают в себя:

4. Индикаторный подход: индикаторный подход зависит от соотношения между некоторыми показателями, например, ВВП и безработицы, оставаясь относительно неизменными в течение долгого времени. Следуя соотношениям и соответствующими показателям, возможно оценить производительность отстающих индикаторов, с помощью ведущих показателей.

5. Эконометрическое моделирование: Это математически строгая версия индикаторного подхода. Вместо предположения, что соотношения остаются такими же, эконометрическое моделирование тестирует внутреннюю совместимость наборов данных в течение долгого времени и степень взаимосвязи между наборами данных. Эконометрическое моделирование иногда используется для создания специальных индикаторов, которые могут быть использованы для более точного индикаторного подхода. Тем не менее, эконометрические модели чаще используются в научных областях для оценки экономической политики.

6. Метод временных рядов: Этот метод относится к целому ряду различных методик, которые используют исторические данные для прогнозирования. Разница между методологиями временных рядов, как правило, в мелких деталях, например, более поздние данные или дисконтирование определенных точек выброса. Отслеживая, что случилось в прошлом, аналитик надеется, что сможет дать более чем усредненный прогноз. Это наиболее распространенный тип бизнес-прогнозирования, потому что он недорогой, и на самом деле не лучше или хуже, чем другие методы [4].

Существует много вариаций на практическом уровне, когда дело доходит до бизнес-прогнозирования. Тем не менее, на концептуальном уровне, процесс прогнозирования проходит по одинаковой схеме.

1. Определяется проблема или отправная точка данных. Это может быть что-то вроде «будут ли потребители приобретать кофе высокого класса?», или «какими будут наши продажи в марте следующего года?»

2. Подбираются теоретические переменные и идеальный набор данных. Аналитик определяет соответствующие переменные, которые должны быть рассмотрены и решает, как собирать данные.

3. Время, затрачиваемое для составления прогноза. Чтобы сократить время и необходимый объем данных, необходимых для составления прогноза, аналитик делает предварительные предположения для упрощения процесса.

4. Подбирается модель прогнозирования. Аналитик выбирает модель, которая соответствует набору данных, выбранным переменным и предположениям.

5. Анализ. С помощью выбранной модели, данные анализируются, и составляется прогноз.

6. Проверка. Аналитик сравнивает прогноз с тем, что происходит на самом деле, чтобы выявить проблемы [5].

Бизнес-прогнозирование очень полезно для бизнеса, так как позволяет планировать производство, финансовые потоки и т.д. Тем не менее, при прогнозных расчетах есть проблемы:

1. Данные всегда будут устаревшими. Нет никаких гарантий, что прошлые условия будут сохраняться и в будущем.

2. Невозможно учесть уникальные, неожиданные события или внешние факторы. Предположения опасны и неожиданные события стали более распространены, в то время как наша зависимость от прогнозов выросла.

3. Прогнозы не могут интегрировать свое собственное воздействие. При наличии прогнозов, точных и неточных, действия бизнеса продиктованы влиянием коэффициента, который не может быть включен в качестве переменной. Это концептуальный узел. В худшем случае, менеджмент становится рабом исторических данных и тенденций, а не беспокоится о том, что происходит в бизнесе сейчас.

Если на основе информации об отклонениях или на основе фактических данных и ожидаемых значений плановых показателей можно сделать вывод о том, что определенные на весь оставшийся период цели организации не будут достигнуты, то необходимо провести анализ возможных альтернатив. Возможно, существует такой вариант корректировки бюджета, который приведет к улучшению ситуации и, может, даже вернет организацию на желаемый, первоначально спланированный путь. Но на подготовку любого отчета необходимо затратить определенное время. Еще больше времени понадобится для проведения анализа и возможной корректировки бюджета. Поэтому такую проверку и возможную корректировку целесообразно проводить в подразделениях. Плановые цели и мероприятия подразделений следует скорректировать в соответствии с изменившейся ситуацией и определить последствия корректирующих воздействий в стоимостном выражении.

Автоматизация финансовой модели сопряжена с выбором принципиального подхода по использованию программных средств для финансового планирования и бюджетирования.

Корпоративная информационная система строится на основе единого информационного пространства и подразумевает, что все данные собираются в общей базе. В реальности все иначе. Крупные холдинги (предприятия) обычно автоматизируются не целиком, а по отдельным компаниям (подразделениям), степень интеграции не так уж высока, а создание единой системы управления стоит чрезвычайно дорого. Бюджет же по-прежнему необходимо составлять для всей компании, и гибкость в выборе источника данных совершенно необходима. В работе над бюджетом участвует множество людей. Организация групповой работы в таких условиях становится чрезвычайно важным фактором. Решения на основе корпоративной информационной системы редко реализуют иерархию бюджета, обеспечивая только элементарные процедуры разделения доступа. Подготовка бюджета требует значительных усилий по анализу данных. Корпоративная информационная система хороша для сбора информации, но слишком тяжеловесна в качестве аналитического инструмента.

Внедрение крупных систем бюджетирования, как и внедрение корпоративной информационной системы, требует четкой организации бизнес-процессов на предприятии, наведения порядка.

Эти мероприятия занимают основное время при внедрении корпоративной информационной системы. Необходимо наличие собственно управленческой технологии, т.е. детально проработанной системы внутрифирменного финансового планирования и бюджетирования, включая тщательный и выверенный анализ финансовой структуры, методическое обеспечение по технологии бюджетирования, детально прописанные регламенты и организационные процедуры, закрепленные в соответствующих организационно-распорядительных документах: положениях, приказах, должностных инструкциях. Соответственно, сроки внедрения полностью зависят от готовности организации к переменам и могут колебаться от нескольких недель до нескольких месяцев.

Поскольку текущая оценка рынка неразрывно связана с перспективами финансовой деятельности эмитента, инвесторы создали некую форму финансового прогнозирования для оценки инвестиций в акционерный капитал. Оценка исторического тренда – лишь половина (или меньше) работы. Разработка понимания того, как в будущем может выглядеть финансовая отчетность часто является ключом к оценке инвестиций [6].

Однако, и прогнозирование может ловушкой, потому что прогнозы оказываются в центре внимания компаний и правительств, мысленно ограничивая спектр их действий, представляя краткосрочную и долгосрочную перспективу как уже определенную. Кроме того, прогнозы могут легко сбиться из-за случайных элементов, которые могут быть не включены в модель, или они могут быть просто неправильно рассчитаны с самого начала. Так или иначе, прогнозирование останется инструментом при формировании финансовой модели бизнеса. При использовании должным образом, прогнозирование позволяет предприятиям планировать заранее свои потребности, повышая свои шансы на сохранение стабильности. Это та функция бизнес прогнозирования, которую все инвесторы могут оценить.

Источники:

1. <http://www.investopedia.com/terms/f/financialmodeling.asp>
2. Экономический анализ: Основы теории. Комплексный анализ хозяйственной деятельности организации: Учебник / Под ред. Н.В. Войтоловского, А.П. Калининой, И.И. Мазуровой. - М: Высшее образование, 2006.
3. Financial Modelling in Microsoft Excel/Specifying a model https://en.wikibooks.org/wiki/Financial_Modelling_in_Microsoft_Excel/Specifying_a_model
4. Investment Banking Institute - Financial Modeling <http://www.ibtraining.com/financial-modeling.php>
5. SMART Financial modelling, Best-practice financial modelling - Corality | Corality Financial Group -<http://www.corality.com/services/smart>
6. ДОО АО «НУХ «Байтерек» - Рекомендации по подготовке финансовой модели <http://www.damu.kz/2646>

УО “Алматы Менеджмент Университет”

**УПРАВЛЯТЬ СОБОЙ –
УПРАВЛЯТЬ БИЗНЕСОМ –
УПРАВЛЯТЬ ВРЕМЕНЕМ**

Сборник статей магистрантов

Магистранттарының мақалаларының жинағы

Collection of articles by Master Program students

Выпуск 6

Верстка

Земзюлин П. С.

Подписано в печать 4.02.2016 г. Формат 60x84 1/8
Бумага 80 гр Svetocopy. Печать Duplo
Гарнитура «Segoe UI» Объем 14,75 п.л. Тираж 40 экз.
Заказ № 7.

Отпечатано в типографии «Баспагер»
г. Алматы. E-mail: baspager@mail.ru