

Almaty Management University
бакалавриат студенттері,
магистранттары
мен докторанттарының
Бірінші Коллоквиумының
материалдар жинағы

29 мамыр 2018 жыл

Undergraduate and Graduate Colloquium

Proceedings
of the 1st Colloquium
of undergraduate
and graduate students
of Almaty Management
University

May 29, 2018

Almaty Management University
бакалавриат студенттері,
магистранттары
мен докторанттарының
Бірінші Коллоквиумының
материалдар жинағы

29 мамыр 2018 жыл

Proceedings
of the 1st Colloquium
of undergraduate
and graduate students
of Almaty Management
University

May 29, 2018

Алматы, 2018

УДК 378
ББК 74.58
А39

Редакционная коллегия

Председатель:

Курганбаева Гульмира Аманжоловна — Ректор

Члены:

Абешев Куаныш Шурабатырович

Декан Школы инженерного менеджмента, PhD;

Аукен Вильмур Муратбекұлы

Директор управления по магистерским и докторским программам, доктор экономических наук, PhD;

Бакибаев Тимур Ибрайханович

Доцент-исследователь школы инженерного менеджмента, PhD;

Гуревич Леонид Яковлевич

профессор кафедры «Деловое администрирование», доктор исторических наук;

Ердаuletova Фарида Казизовна

Заведующая кафедрой «Финансы, учет и аудит», кандидат экономических наук, доцент;

Ибжарова Шолпан Айдаралиевна

Доцент-исследователь кафедры «Общеобразовательные дисциплины», кандидат философских наук;

Каль Кристиан

Проректор по исследованиям и международному развитию, PhD;

Колушпаева Анар Тойганбаевна

Профессор-исследователь кафедры «Общеобразовательные дисциплины», доктор технических наук;

Курмангужин Рустем Салимович

Доцент-исследователь кафедры «Государственная и общественная политика и право», кандидат исторических наук;

Леонтьева Ирина Анатольевна

Преподаватель кафедры «Деловое администрирование», Mphil;

Маралбаева Шолпан Мадиевна

Старший преподаватель кафедры: «Менеджмент и маркетинг»;

Мархаева Баянсулу Ахилбековна

Профессор-исследователь кафедры «Финансы, учет и аудит», доктор экономических наук;

Саари Даниал Борисович

Старший преподаватель кафедры «Государственная и общественная политика и право»;

Сапаргалиев Данияр Булатович

Директор Центра научных исследований, PhD;

Тайкулакова Гульнұра Сериковна

Заведующая кафедрой «Экономика и сервис», кандидат экономических наук, доцент;

Тютюнникова Марина Владимировна

доцент кафедры «Экономика и сервис», кандидат экономических наук;

Шалбаева Шолпан Есламбековна

доцент кафедры «Менеджмент и маркетинг», кандидат экономических наук.

А39 **Almaty Management University бакалавриат студенттері, магистранттары мен докторанттарының Бірінші Коллоквиумының материалдар жинағы. 29 мамыр 2018 жыл. — Алматы: Алматы Менеджмент Университет, 2018. — 126 с.**

ISBN 978-601-7053-71-0

Настоящий сборник предназначен для студентов, магистрантов, докторантов, руководителей среднего и высшего звена, а также исследователей. Все статьи прошли проверку в системе StrikePlagiarism.com (с высокой уникальностью текста).

УДК 378
ББК 74.58

ISBN 978-601-7053-71-0

© Алматы Менеджмент Университет, 2018

Содержание

Разработка мероприятий по управлению персоналом на предприятии общественного питания на примере ресторана «Х»	7
<i>Абдивалиева З., Жекеева А., Заирова Х., Сариева М., Ауезханулы А.</i>	
Особенности формирования стратегии развития малого бизнеса	16
<i>Абдыганарова Ж.Н.</i>	
Особенности развития рынка нефтепродуктов в Республике Казахстан	21
<i>Абилкаир А.М.</i>	
Инструменты увеличения стоимости компании	33
<i>Айдарбаева А.Ж.</i>	
Управление организационными изменениями на предприятии	36
<i>Алиева Г.С., Таяуова Г.Ж.</i>	
Кайдзен в Казахстанских реалиях	41
<i>Алимбеков А.К.</i>	
Преимущество модели оценки реального опциона [ROV] от метода DCF	46
<i>Алмабекова Ж.С.</i>	
Мировая практика развития детских центров	53
<i>Аманова Ж.Н.</i>	
Особенности развития и налогообложения малого предпринимательства в Республике Казахстан	58
<i>Амирханулы В.</i>	
Разработка бизнес-плана гостиничного предприятия в Южно-Казахстанской области	63
<i>Антоненко Э., Сактаганов Д., Актаев Р., Кастальская Т.</i>	
Стратегический план развития бизнеса на примере компании АО «Х»	70
<i>Ауэзов Д.К.</i>	
Совершенствование системы КРІ и мотивации в управлении персоналом в компаниях Республики Казахстан (на примере нефтедобывающей отрасли)	80
<i>Базарбаева М.Б., Таяуова Г.Ж.</i>	
Определение и ранжирование факторов, влияющих на эффективность системы мерчандайзинга на основе статистических уравнений зависимостей	85
<i>Байжуманов Е.Т.</i>	
Интеграция в международную систему стандартизации качества: практика АО «Национальная Компания «Казахстан Темир Жолы»	92
<i>Байкенов М.Д.</i>	
Индустриально-инновационное развитие как инструмент развития бизнеса (на примере АО «Нефтяная Компания «КОР»)	96
<i>Барабанов С.А.</i>	
Выбор методов для разработки стратегии компании	103
<i>Батайкин М.В.</i>	

Разработка бизнес-плана гостиничного предприятия в Южно-Казахстанской области

Эдуард Антоненко, Даулет Сактаганов, Руслан Актаев,
Татьяна Кастальская

Алматы Менеджмент Университет, г. Алматы, Республика Казахстан
pq96@bk.ru

Концепция проекта предусматривает открытие туристического лагеря в Сайрам-Угамском национальном парке Южно-Казахстанской области.

Целью проекта является экономическое обоснование целесообразности открытия гостиничного предприятия в Сайрам-Угамском национальном парке Южно-Казахстанской области.

Описание проекта и целесообразность его реализации

Проект предполагает открытие туристического лагеря с предоставлением полного спектра услуг по организации отдыха взрослых и детей в Сайрам-Угамском национальном парке Южно-Казахстанской области Республики Казахстан. Планируется строительство четырех двухэтажных, шести одноэтажных коттеджей для гостей, домика для персонала туристического лагеря, бани, кафе, приобретение мебели и оборудования. Также на территории лагеря планируется палаточное размещение туристов на 80 мест.

Срок полной самоокупаемости проекта составляет 6 лет.

Благодаря развитию туристического кластера внутри страны растет потребность в увеличении количества туристических зон отдыха, большой пласт населения готов проводить свой отдых внутри страны, в связи с этим реализация проекта представляется целесообразной.

Целевым сегментом планируемого предприятия будут потребители услуг – путешественники приезжающие отдыхать в Южно-Казахстанскую область и город Шымкент, в частности жители Шымкента и любители активного отдыха со всего мира.

Финансирование проекта планируется осуществить за счет собственных средств инициаторов проекта в долевом владении.

С экономической точки зрения проект будет способствовать:

- созданию новых рабочих мест, что позволит работникам получать стабильный доход;
- созданию новой зоны отдыха для оказания гостиничных услуг населению, включая иностранных туристов;
- поступлению в бюджет Южно-Казахстанской области налогов и других отчислений.

В социальной сфере можно выделить:

- формирование инфраструктуры туризма в республике;
- удовлетворение спроса населения в гостиничных услугах;
- создание благоприятных условий для удовлетворения потребностей клиентов и приезжающих туристов в организации отдыха, питания и других дополнительных услуг.

Объектом исследования является загородное гостиничное предприятие.

Предмет исследования: процесс разработки бизнес-плана данного гостиничного предприятия.

Цель: обосновать и продемонстрировать умения и навыки, приобретенные в период обучения, и, с учетом опыта учебной работы и производственной практики, показать готовность к решению операционных и аналитических задач научно-исследовательского и практически-прикладного характера в сфере гостеприимства.

Теоретической основой послужили труды ученых Н. Кабушкина, С. Скобкина, Ф. Котлер, С. Ниязова и Н. Миловой.

1 Теоретические основы развития сферы гостиничного бизнеса

Развитие рыночных отношений, преобразования в экономической сфере оказали существенное влияние на социально-культурный сервис Казахстана, в том числе и на сферу туризма и гостеприимства.

Индустрия гостеприимства исторически сформировалась и выросла из сектора средств размещения, представленного различными типами гостиничных предприятий. В современных условиях гостиница – это предприятие, предназначенное для гостиничного обслуживания граждан, а также индивидуальных туристов и организованных групп.

Возрастающая конкуренция между предприятиями гостиничного бизнеса заставляет придавать большое значение маркетинговым коммуникациям, рекламе, выходу в онлайн-пространство и искать все новые и новые пути информирования потребителя [1, с. 14–15].



Рисунок 1. Анализ структуры средств размещения

Примечание: составлено на основе источника [2]

На рисунке 1 показаны данные по сложившейся на конец 2017 года структуре средств размещения в Казахстане. Видно, что наибольшая доля принадлежит гостиницам различной классификации, это обуславливается тенденцией открытия гостиниц малого и среднего масштаба.

На втором месте средств размещения расположились гостиничные предприятия типа дома отдыха, пансионаты, базы отдыха.

Наличие конкурентов порождает необходимость соответствия и преимущества перед качествами конкурентов, что приводит к новой характеристике гостиничного предприятия – конкурентоспособности.

Ф. Котлер в своих работах объясняет конкурентное преимущество как преимущество перед конкурентами, достигнутое предоставлением клиентам больших выгод либо за счет более низких цен, либо за счет более низких цен, либо за счет увеличения выгоды товара, что оправдывает его более высокую цену [3, с. 217–219].

Проанализировав определения конкурентного преимущества, можно дать следующее определение конкурентного преимущества для субъекта рынка гостиничных услуг: это какая-либо ценность предоставляемого товара или услуги, позволяющая обеспечить выживание в постоянно нарастающей конкурентной борьбе [4, с. 16–23].

2 Практические аспекты разработки гостиничного предприятия

2.1 Общие сведения о гостиничном предприятии

Проектом предусмотрено открытие гостиничного предприятия в Сайрам-Угамском национальном парке Южно-Казахстанской области. Оно будет находиться на берегу реки недалеко от пос. Каскасу на огороженной, охраняемой территории.

Планируется строительство комплекса коттеджей на 56 мест, русской бани на берегу горной реки, кафе, спортивной и детской площадок, бассейна, а также палаточное размещение на территории лагеря на 80 мест.

Важным преимуществом базы отдыха является наличие электричества и других удобств. Коттеджи для проживания будут оформлены и оборудованы на высоком уровне, обслуживание будет качественным, что сделает лагерь конкурентоспособным в этом сегменте рынка.



Рисунок 2. План застройки гостиничного комплекса

Спрос на такого рода услуги сезонный, поэтому распланированы мероприятия для привлечения отдыхающих в межсезонье.

В качестве потенциальных потребителей можно рассматривать население Южно-Казахстанской области и близлежащих областей, а также путешественников, туристов, приезжающих отдыхать в Казахстан.

Цели и задачи создания гостиничного предприятия:

- создание новой ниши в существующем сегменте рынка туристических услуг республики;
- занятие части сегмента рынка предоставлением коттеджей для круглогодичного отдыха;
- окупаемость капитальных вложений.

Для работы гостиничного предприятия необходимо нанять одного бухгалтера, двух администраторов, одного медицинского работника, двух горничных, двух барменов, трех официантов, трех поваров, двух прачек, одного дворника-садовника, двух охранников, одного водителя, одного туристического инструктора. Итого в проекте предполагается создать 23 рабочих места.

2.2 Описание продукта

Территория туристического лагеря расположена в горном ущелье на берегу реки. На территории находятся 10 коттеджей, из них 4 вип-шале и 6 коттеджей среднего класса.

Четыре коттеджных двухэтажных домика на 8 мест площадью 160 кв. м. На первом этаже будут располагаться комната отдыха, небольшая кухня, спальня, туалет и душевая кабина. На втором этаже находятся три одинаковые небольшие спальни, туалет. В стоимость проживания входит трехразовое питание на 8 человек.

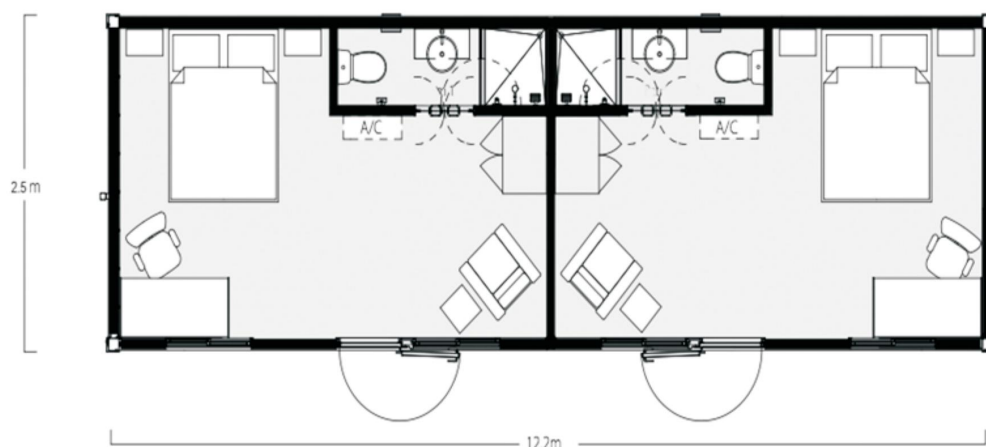


Рисунок 3. Планировка одноэтажного коттеджа

6 коттеджных домиков по 2 двухместных стандартных номера (16 кв. м). В коттедже находятся две спальни, комната отдыха и небольшая кухня, душ, туалет. В стоимость проживания входит трехразовое питание на 2 человек.

Все номера будут оборудованы современной мебелью, холодильником, телевизором, феном.

2.3 Сведения о рынке и конкурентах

Казахстан, имея богатый туристско-рекреационный потенциал, характеризуется малым уровнем инфраструктуры для туризма. Его доля в валовом внутреннем продукте составляет 0,3 %. Совокупный объем доходов от реализации турпродуктов и услуг в 2017 году составил 51,5 млрд тенге, это на 40 % больше суммы выручки за 2016 год [5].

Туризм в Казахстане опирается в основном на местное население, а также на деловые и профессиональные поездки иностранных резидентов.

Количество посетителей по выездному туризму в 2016 году составило 9 647 579 чел., что на 14 % больше, чем в 2015 году.

Такие объемы выездного туризма способствуют формированию отрицательного туристического показателя в платежном балансе страны [6, 7].

Объем туристских услуг по регионам и крупным городам Казахстана (за 2017 г.) вырос на 17 %, что свидетельствует об увеличении спроса на услуги сферы гостеприимства. Это обусловлено ростом въездного туризма за счет посещения международных саммитов и выставок, таких как саммит ОБСЕ и «Экспо-2017» в Астане [7].

2.4 Маркетинговая стратегия

Что касается типа маркетинга, то будет использоваться синхромаркетинг, который подразумевает систему гибких цен при наличии колебаний спроса в различные периоды времени года. В итоге синхромаркетинг будет переплетаться с поддерживающим маркетингом, при условии эффективной работы предприятия.

Таблица 1. SWOT-анализ положения компании на рынке

	Положительное влияние	Отрицательное влияние
	Сильные стороны	Слабые стороны
Внутренняя среда	<ul style="list-style-type: none"> - Месторасположение лагеря - Эксклюзивный дизайн в сочетании с авторской мебелью - Развитая инфраструктура базы - Доступные цены - Гибкая система скидок - Забота об охране жизни и имущества клиентов (медицинское обслуживание, охрана) - Большая территория гостиничного комплекса 	<ul style="list-style-type: none"> - Зависимость загрузки туристического лагеря от сезонов года - Малый срок работы персонала в сфере предоставления гостиничных услуг - Не слишком широкий спектр предоставляемых услуг по сравнению с конкурентами на начальном этапе проекта - Отсутствие грамотного персонала в связи с удаленностью от города
	Возможности	Угрозы
Внешняя среда	<ul style="list-style-type: none"> - Расширение ассортимента предоставляемых услуг - Привлечение туристов за счет гибкой системы скидок - Развитие сервиса и бренда - Привлечение опытного персонала путем создания узнаваемого бренда 	<ul style="list-style-type: none"> - Появление конкурентов - Усиление конкуренции со стороны соседних районов - Активные маркетинговые и рекламные кампании зарубежных стран - Снижение покупательской способности населения

Примечание: составлено на основе собственных исследований

По SWOT-анализу видно, что гостиничное предприятие имеет огромный потенциал для развития и увеличения доли рынка в сфере загородных зон отдыха за счет сильных сторон и возможностей, которые позволяют перейти на новый уровень обслуживания и сервиса.

Основными потребителями предоставляемых услуг будут гости и жители Южно-Казахстанской области, желающие провести отдых на природе на небольшом удалении от города. Предполагается, что возраст потенциальных потребителей составит от 16 до 55 лет, их доход 90 000–150 000 тенге в месяц.

2.5 Описание компаний-конкурентов

На равноотдаленном расстоянии от Шымкента функционирует достаточное количество различных зон и лагерей отдыха, гостиничных комплексов. Необходимо выделить основных конкурентов туристического лагеря, наиболее сильных и крупных.

Таблица 2. Анализ основных конкурентов

Конкуренты	Характеристика	Цены на проживание
Конкурент 1	Конкурент 1 находится в 65 км от города Шымкента. Три одноэтажных коттеджа, одна этно-юрта и гостиница на 6 номеров. Территория: 0,5 гектара, наличие пешеходных дорожек, открытый плавательный бассейн	Домик-коттедж на 8 человек 25 000 тенге. Этно-юрта до 10 человек 25 000 тенге. Стандартный двухместный номер в гостинице 17 000 тенге. Беседка-топчан 10 000 тенге
Конкурент 2	Конкурент 2 находится в 60 км от города Шымкента	Стандартный номер 25 000 тенге. Сруб «Престиж» 80 000 тенге. Сруб «Люкс» 80 000 тенге. Коттедж «Комфорт» 45 000 тенге. Юрта 20 000 тенге
Конкурент 3	Расположение: в 50 км от Шымкента. Находится на территории бывшего детско-оздоровительного лагеря. 1 ресторан на 150 посадочных мест. 2 зала вместительностью 60 человек	Мансарда 15 000 тенге. Стандарт «Дабл» 18 000 тенге. Стандарт «Трипл» 24 000 тенге. Полулюкс 25 000 тенге. Люкс 30 000 тенге. VIP-коттедж 250 000 тенге

В данной таблице для сравнения представлены три конкурирующих предприятия, представляющие разные уровни предоставляемого сервиса и продукта и придерживающиеся разных ценовых политик, однако нацеленные на одну и ту же группу конечных потребителей.

Конкурентными преимуществами созданного лагеря будут уровень обслуживания, хорошая кухня, гибкая система скидок, новейшее оборудование коттеджей, достаточный ассортимент услуг, предоставляемых в межсезонье, индивидуальный стиль, авторская мебель и многое другое.

2.6 Объемы оказания услуг

В таблице 3 представлены средние объемы оказания услуг по годам. С учетом сезонности объемы предоставления услуг по месяцам отражены в отчете о движении денежных средств.

Таблица 3. Средние объемы оказания услуг по годам

Наименование продукта	Объем оказания услуг, ед.		
	2018	2019	2020
Проживание в коттедже на 8 мест + питание	80–90	160	180
Проживание в коттедже на 2 места + питание	180	360	400
Прокат лежаков	720	1440	1600
Прокат палаток	72	144	160
Пребывание на территории туристического лагеря	540	1080	1200
Услуги бани	126	152	180
Услуги кафе	540	1080	1200
Услуги инструктора-проводника	72	144	160

Примечание: составлено на основе собственных прогнозов

Эти данные заложены как средняя норма выработки для данного гостиничного предприятия.

3 Уникальность и экономическое обоснование ликвидности гостиничного предприятия

Проектной командой предложена концепция гостиничного предприятия повышенного уровня комфорта за счет создания уютной и современной лофт-атмосферы с доступными ценами для среднего потребителя услуг из города Шымкента и Южно-Казахстанской области.

Поставленная концепция достигается путем создания особого стиля в интерьере номеров, который собрал в себе самые современные идеи работы с композитными, а значит, не дорогими, но создающими уют материалами. Также будут элементы нордическо-скандинавского стиля, который максимально сильно погружает в атмосферу уединения с природой.

Особенностью гостиничного продукта данного туристического лагеря являются создание кемпинг-зоны и услуги профессионального туристического инструктора для развития пешего и трекингового туризма в живописных местах Сайрам-Угамского национального парка. Стоит отметить, что ранее в Сайрамском ущелье, близ гостиничного комплекса, находился кемпинговый комплекс, который позднее был расформирован. Это также благоприятно сказывается на формировании бренда, как бы связывая новое гостиничное предприятие со старым, еще не забытым кемпинговым лагерем.

Анализ денежного потока показывает положительную динамику по годам проекта. Денежные средства для запуска гостиничного предприятия являются полностью частными инвестициями и состоят из четырех равных долей. Заемные и кредитные средства в данном проекте не используются, что повышает ликвидность проекта в связи с отсутствием кредитных выплат.

Наибольшие затраты финансирования несут владельцы предприятия в первый год – на строительство и запуск комплекса, в последующем же они получают дивиденды для пополнения собственного капитала. Исходя из данных выше, делаем вывод, что срок полной самоокупаемости составляет 6 лет.

Таблица 4. Анализ безубыточности

	2018	2019	2020
Выручка	17 634 000	33 768 000	37 820 000
Постоянные издержки	2 210 000	2 390 000	2 490 000

Переменные издержки	5 710 000	5 705 000	5 845 000
Прибыль от реализации	-563 957	4 252 242	6 252 993
Точка безубыточности	3 268 294	2 875 869	2 945 169
Запас финансовой прочности	14 365 706	30 892 698	34 874 831
Запас финансовой прочности, % к выручке	81	91	92

Примечание: составлено на основе собственных вычислений

Исходя из данных таблицы 4, следует вывод, что финансовая деятельность предприятия имеет достаточный запас финансовой прочности, не считая инвестиционных расходов на строительство комплекса и закуп оборудования.

Заключение

В представленном проекте разработана идея создания загородного гостиничного предприятия в Сайрам-Угамском национальном парке Южной-Казахстанской области.

В целом проведен анализ проекта по строительству туристического лагеря. Разработанный проект имеет все предпосылки для практического осуществления, т. к. является экономически состоятельным и самоокупаемым. Срок полной самоокупаемости составляет 6 лет.

Предложенный вариант реализации проекта удачно сочетает в себе сбалансированность высоких финансовых показателей и умеренных рисков для финансовых вложений, концепцию реализации проекта, его стратегии и алгоритм действий.

Таким образом, учитывая состояние и перспективы рынка и индивидуальные особенности проекта, можно прогнозировать его коммерческую успешность, что и было сделано в ходе разработки бизнес-плана.

Список литературы

1. Кравченко, В. А. Исследование особенностей организации обслуживающей деятельности // Спорт и Туризм. – 2011. – С. 14–15.
2. Шайкенова, Р. Р. Реестр средств размещения в РК [Электронный ресурс] // http://kagir.kz/kg_0501.html.
3. Котлер, Ф. Основы маркетинга. Краткий курс. – М.: Вильямс, 2016. – С. 217–219.
4. Милова, Н. С. Механизмы формирования конкурентных преимуществ субъектов рынка гостиничных услуг: Диссертация на соискание ученой степени кандидата экономических наук. – М., 2011. – С. 16–23.
5. ВВП Казахстана на 2015, 2016 и 2017 годы [Электронный ресурс] // <https://seosait.com/gdp-kazakhstan-2015-2016-2017/>.
6. Оперативные данные с интернет-портала finprom.kz // <http://finprom.kz/>.
7. Оперативные данные с портала Комитета по статистике Республики Казахстан // <http://stat.gov.kz/>.