



СИБИРСКИЙ
ГОСУДАРСТВЕННЫЙ
ИНДУСТРИАЛЬНЫЙ
УНИВЕРСИТЕТ

АКТУАЛЬНЫЕ ПРОБЛЕМЫ ЭКОНОМИКИ И УПРАВЛЕНИЯ В XXI ВЕКЕ

Сборник научных статей
III Международной научно-практической
конференции

Новокузнецк
2017

Министерство образования и науки Российской Федерации
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Сибирский государственный индустриальный университет»

АКТУАЛЬНЫЕ ПРОБЛЕМЫ ЭКОНОМИКИ И УПРАВЛЕНИЯ В XXI ВЕКЕ

Часть 1

Сборник научных статей

Новокузнецк
2017

УДК 33+005(06)
ББК 65+65.050
А 437

А 437 Актуальные проблемы экономики и управления в XXI веке: сб. науч. статей. Ч.1/ Сиб. гос. индустр. ун-т. – Новокузнецк, 2017, – 366 с.

В сборнике представлены материалы III Международной научно-практической конференции «Актуальные проблемы экономики и управления в XXI веке».

Редакционная коллегия:

Лапкова Е.Г., к.т.н., доцент. Секция: *Инновационные технологии маркетинга и продаж.*

Иванова Е.В., к.э.н., доцент. Секция: *Проблемы развития теории и практики управления.*

Лунова Ю.В., к.э.н., доцент. Секция: *Актуальные проблемы финансов, бухгалтерского учета и аудита.*

Черникова О.П., к.э.н., доцент. Секция: *Экономические, социальные и экологические проблемы функционирования предприятий и организаций.*

Борисова Т.Н., к.э.н., доцент. Секция: *Современные технологии управления персоналом.*

Кольчурина И.Ю., к.т.н., доцент. Секция: *Актуальные вопросы менеджмента качества и стандартизации, информационного и документационного обеспечения управления.*

УДК 33+005(06)
ББК65+65.050

ISSN 2500-1892



9 772500 189004

1 7 0 0 1



>

© Сибирский государственный
индустриальный университет, 2017

Взаимодействие процессов системы бюджетирования с интегрированными системами менеджмента	
Иванников А.Е.	243
Интеграция проектного управления в систему менеджмента предприятия	
Рычагова Д.Ю.	248
Особенности долгосрочного регулирования тарифов в сфере теплоснабжения	
Кечина Л.В.	253
Управление закупками на предприятии	
Сенюпкина Ю.В., Митина О.В., к.э.н. Черникова О.П.	257
Анимация как специфический фактор повышения эффективности деятельности отеля	
Громова А.В.	260
Актуальность формирования экологической отчётности угледобывающими предприятиями в условиях кризиса	
Морозова А.В.	264
Роль организации учета в малом бизнесе	
Топоркова В.К.	269
Методология реинжиниринга бизнес-процессов организации	
Колбухова Е.В., Шепина А.Ю.	272
Система показателей оценки эффективности инвестиционного проекта	
Кагерманов М.Х.	277
Проблема формирования имиджа организации	
Букарева К.А., Кавун Д.А.	281
Проблемы развития строительной отрасли	
Ильченко В.В.	286
Достоинства и недостатки использования кадрового аутсорсинга на российских предприятиях	
Маслинникова М.А.	288
Проблемы осуществления внешнеэкономической деятельности в ОАО «Органика»	
Коньшина О.М.	292
Проблема увольнения работников организации	
Томерян А.Г., Култаева И.В.	295
Анализ рынка труда Кемеровской области и города Новокузнецка	
Грицун В.О.	300
Логистика как технология управления ресурсами предприятия	
Палшева Я.П.	305
Проблемы управления финансовой устойчивостью производственного предприятия	
Юшкова С.Ю.	309
Виды рисков производственной хозяйственной деятельности предприятий и методы их снижения	
Бородуля Д.С., Черкашин Д.И.	313
Пути повышения прибыльности предприятия гостиничного бизнеса	

Глок Н.Р.	319
Факторы, мотивирующие работников к производительному труду	
Мысливцева К.А.	322
Инвестиционная активность в России: состояние, проблемы, перспективы	
Горцева А.Ю.	329
Проблема адаптации персонала к изменениям в организации	
Ольхина А.А.	332
Виды и показатели устойчивого развития предприятия	
Казакова Е.А., к.э.н. Черникова О.П.	336
Две точки зрения на будущее БРИКС: провал или ведущие позиции?	
Поварова А.С.	341
Проблемы эффективности процесса бюджетирования в деятельности малых предприятий	
Яковлев С.О.	345
Экономико-статистический анализ рынка возобновляемых энергоресурсов	
Ян Нань	348
Ценообразование в угольной промышленности России	
Коваленко О.В.	352
Конкуренция на мировом рынке угля	
Коваленко О.В.	357

Пути повышения прибыльности предприятия гостиничного бизнеса

Глок Н.Р.¹

Научный руководитель: Калюкина К.Е.¹

¹ ФГБОУ ВО «Сибирский государственный индустриальный университет», г. Новокузнецк, Россия

Аннотация: В статье рассмотрены факторы, влияющие на прибыль гостиничного комплекса, предложены мероприятия по повышению прибыли, внедрение которых дадут положительный экономический эффект.

Ключевые слова: гостиничный комплекс, фактор сезонности спроса, выручка от продаж, прибыль.

Основой рыночного механизма хозяйствования являются экономические показатели, необходимые для планирования и объективной оценки производственно-хозяйственной деятельности предприятия, образования и использования специальных фондов, соизмерения затрат и результатов на отдельных стадиях производственного процесса. В условиях рыночной экономики главную роль в системе экономических показателей играют прибыль и рентабельность.

Представляя собой конечный финансовый результат, прибыль является основным показателем в системе текущих целей предприятия. Управление прибылью находится в центре экономической деятельности предприятий, работающих на рынке. Прибыль создает условия или выступает как защитный механизм от банкротства предприятия, она обеспечивает конкурентоспособность предприятия, повышает его цену на рынке. Прибыль характеризует степень деловой активности предприятия, по ней определяется уровень отдачи авансированных средств и доходность вложений в активы предприятия. Прибыль создает условия для решения социальных задач, как на предприятии, так и в государстве в целом. И, на конец, прибыль выступает в качестве одного из главных обобщающих показателей эффективности хозяйственной деятельности предприятия, объема и качества произведенной продукции и оказанных услуг, уровня себестоимости, состояния производительности труда. Помимо этого, прибыль является важным фактором в оценке потенциальным инвестором возможностей компании. [1]

Работа предприятий гостиничного бизнеса в условиях рыночной экономики связана с повышением стимулирующей роли прибыли. Использование прибыли в качестве основного оценочного показателя способствует росту объема производства и реализации продукции и услуг, повышению его качества, улучшению использования имеющихся производственных ресурсов. Усиление роли прибыли обусловлено также действующей системой ее распределения, в соответствии с которой повышается заинтересованность предприятий в увеличении не только общей суммы прибыли, но и особенно той ее части, которая остается в распоряжении предприятия и используется в качестве главного ис-

точника средств, направляемых на производственное и социальное развитие, а также на материальное поощрение работников в соответствии с качеством затраченного труда.

В гостиничном комплексе прибыль (убыток) от реализации услуг определяется как разница между выручкой от реализации продукции и услуг и затратами на производство и реализацию, включаемыми в себестоимость продукции и услуг гостиницы.

Общество с ограниченной ответственностью «БАГОМЕС-ТОРГ» (г.Междуреченск, Кемеровской области) создано в 1999 году с целью извлечения прибыли от следующих видов предпринимательской деятельности: деятельность гостиниц с ресторанами, розничная торговля безалкогольными напитками, розничная торговля табачными изделиями, розничная торговля алкогольными напитками, включая пиво, деятельность столовых при предприятиях и учреждениях, сдача в аренду нежилых помещений. Анализ производственно-хозяйственной деятельности ООО «БАГОМЕС-ТОРГ» за 2014-2015 гг. показал снижение общей выручки от реализации на 49,5%, в том числе выручки от продажи гостиничных номеров – на 29,1%, выручки от оказания услуг общественного питания – на 74,9%, выручки от сдачи помещений в субаренду – на 8,9%, выручки от продажи прочих услуг – на 0,2%. Величина валовой прибыли в 2015 году снизилась до 59% от уровня 2014 года, убыток от продаж увеличился на 25%. Чистый убыток от ведения хозяйственной деятельности в 2014 году составлял 19 194 тысячи рублей, в 2015 году вырос до 23 659 тысяч рублей.

Одним из ключевых неценовых факторов спроса на услуги гостиничных комплексов является фактор сезонности. Его влияние на процесс формирования прибыли предприятий отрасли трудно переоценить. У всех на слуху такие понятия, как "высокий" и "низкий" туристические сезоны, обеспечивающие туристическому бизнесу «высокие» и «низкие» доходы соответственно. Как правило, "высоким" сезоном является весенне-летний период, "низким" — осенне-зимний. Для зимних курортов обратная ситуация. Реальностью второго десятилетия XXI века является ежегодно усиливающаяся конкуренция традиционных мест размещения туристов — гостиниц, отелей, баз отдыха, хостелов — с бурно растущим рынком аренды жильяплощади любого типа и стоимости посредством специализированных Интернет-ресурсов. При этом рынок посуточной аренды жилья привлекает туристов, прежде всего, широтой предложения и гибкостью ценовой политики. И гостиницам зачастую нечего противопоставить этим конкурентным преимуществам.

Многочисленные социологические исследования, ежегодно проводимые в России накануне новогодних каникул, стабильно фиксируют одни и те же результаты: несмотря на продолжающийся экономический кризис, общий пессимистический настрой по поводу будущего национальной экономики в целом и финансового положения своей семьи в частности, большинство россиян продолжают считать Новый год главным праздником, а длительные новогодние каникулы — прекрасной возможностью провести время в семейном и дружеском

круту, передохнуть и набраться сил, ни в чем себе не отказывая. На фоне неуклонного снижения личного потребления граждан РФ, экономии буквально «на всём», порядка 70% участников (по данным опросов декабря 2016 года) ответили, что не намерены снижать свой новогодний бюджет. Основываясь на вышеизложенных данных, с целью повышения загрузки номерного фонда, оборота общественного питания, и увеличения за счет этого выручки и прибыли от продаж, необходимо расширять клиентскую базу в зимнее время года, в том числе в новогодние каникулы.[2]

Город Междуреченск является одним из центров горнолыжного туризма жителей Кемеровской области и соседних регионов Сибирского федерального округа. В снежное время года Междуреченск принимает большое число туристов – любителей зимних видов спорта, которых можно разделить на два вида: приезжающие одни либо с семьей (друзьями) за собственный счет (так называемые индивидуальные туристы) и приезжающие в составе организованных групп, часто за счет третьей стороны – работодателя (так называемые корпоративные клиенты). Статистика показывает, что индивидуальные туристы размещаются преимущественно в арендованных квартирах, поэтому анализ ценовой политики на суточную аренду квартир в городе Междуреченске рассматривается как отправная точка для разработки комплекса мероприятий по «перетягиванию» данной клиентской группы на свою сторону. Кроме того, для индивидуальных клиентов планируется разработать и внедрить специальные товарные предложения: пакеты «Семейный», «Молодожены», «Выпускник», «День рождения» и пр., включающие определенный набор услуг (проживание, питание, пользование инфраструктурой отеля) со скидками, воспользоваться которым можно при определенных условиях (большая семья бронирует несколько номеров, молодожены проводят в отеле медовый месяц, именинник отмечает день рождения и т.п.).

Основными поставщиками корпоративных клиентов для гостиничного комплекса являются туристические агентства. Для них предлагается провести презентацию, на которую будут приглашены новые компании, с которыми отель хотел бы наладить партнерские отношения, и те компании, с которыми уже имеются постоянные договоры, для большего укрепления бизнес – связей.

На предложенной встрече будет сделана презентация отеля, чтобы рассказать или напомнить представителям компаний о его возможностях именно для корпоративного клиента, будут предложены брошюры отеля с подробным описанием услуг, которые впоследствии компании смогут предложить потенциальным клиентам, а так же будет сделано выгодное предложение для туристических агентств – отель не будет брать бронь 25% от цены каждого проданного номера.

Проведенные среди настоящих и потенциальных контрагентов предварительные опросы показали, что реализация предложенных мероприятий позволит ООО «БАГОМЕС-ТОРГ» принять 50 человек в новогодние праздники в среднем на 5 суток и в среднем 20 человек заселять в выходные дни. В резуль-

тате прогнозируется увеличение суммарной выручки от продаж на 22,6%, валовой прибыли – на 25,7% к уровню 2015 года и выход на чистую прибыль.

В условиях снижения реальных доходов населения, сжатия расходов (в первую очередь, на отдых и развлечения), усиления конкурентной борьбы, в том числе и в виртуальном пространстве, предприятия гостиничного бизнеса должны быть максимально гибкими в вопросах товарной и ценовой политики, в режиме «нон-стоп» осуществлять мониторинг конкурентной среды, искать нестандартные подходы для привлечения и удержания клиентов.

Библиографический список

1. Ключкова Е.Н. Экономика предприятия / Е.Н. Ключкова, В.И. Кузнецов, Т.Е. Платонова. – М.: Юрайт, 2014. – 448 с.
2. Всероссийский центр изучения общественного мнения [Электронный ресурс]. - URL: <http://www.wciom.ru>.

УДК 338.23

Факторы, мотивирующие работников к производительному труду

Мысливцева К.А.¹

Научный руководитель: к.э.н. Черникова О.П.¹

¹ ФГБОУ ВО «Сибирский государственный индустриальный университет», г. Новокузнецк, Россия

Аннотация: В настоящее время факторы, мотивирующие работников к производительному труду, находят достойное применение в различных организациях. При этом для каждого сотрудника методы стимулирования должны быть различны. В статье рассмотрены теории мотивации работников, приведены результаты исследования факторов, мотивирующих к производительному труду.

Ключевые слова: теории мотивации, производительность труда, гигиенические факторы, факторы-мотивации.

Путь к эффективному управлению человеком лежит через понимание его мотивации. Только зная то, что движет человеком, что побуждает его к деятельности, какие мотивы лежат в основе его действий, можно попытаться разработать эффективную систему методов управления работником [1]. Для этого необходимо знать, как возникают, или вызываются те или иные мотивы, как и какими способами, мотивы могут быть приведены в действие, как осуществляется мотивирование людей. [2]

Многие фирмы не смогли выжить в переходном периоде именно из-за неспособности самостоятельно определять важнейшие плановые показатели деятельности, в том числе и производительность труда. В настоящее время промышленные предприятия пытаются найти новые современные способы повышения результативности труда, что соответствует реализации модели эффективного развития предприятия в целом. [3]