

# БЕНЕФИЦИАР

журнал об экономических науках

---

Публикации для студентов, молодых ученых и научно-преподавательского состава на [www.beneficiar-idp.ru](http://www.beneficiar-idp.ru)

ISSN 2500-3798 Издательский дом "Плутон" [idpluton.ru](http://idpluton.ru)

## Выпуск №20

Кемерово 2018

26 февраля 2018 г.

ББК Ч 214(2Рос-4Ке)73я431

ISSN 2500-1140

УДК 378.001

Кемерово

Журнал выпускается ежемесячно, публикует статьи по экономическим наукам. Подробнее на [www.beneficiar-idp.ru](http://www.beneficiar-idp.ru)

За точность приведенных сведений и содержание данных, не подлежащих открытой публикации, несут ответственность авторы.

Редкол.:

П.И. Никитин - главный редактор, ответственный за выпуск.

Д.С. Лежнин - главный специалист центра кластерного развития ОАО «Кузбасский технопарк», ответственный за первичную модерацию, редактирование и рецензирование статей.

Л.Г. Шутько - кандидат экономических наук, доцент кафедры экономики КузГТУ, ответственный за финальную модерацию и рецензирование статей.

Л. Л. Самородова - кандидат экономических наук, доцент кафедры экономики КузГТУ, ответственный за финальную модерацию и рецензирование статей.

Е. Ю. Доценко - кандидат экономических наук, доцент кафедры политической экономии и истории экономической науки, Москва, Российский экономический университет им. Г. В. Плеханова, ответственный за финальную модерацию и рецензирование статей.

Долбня Николай Владимирович - доктор экономических наук, профессор ВАК, профессор Кубанского социально-экономического института.

Джумабеков Кудайберген Уразбаевич - кандидат экономических наук, доцент кафедры "Технологии и экология" Школы права и социальных наук АО "Университет "НАРХОЗ";

Арутюнян Ирэна Вазгеновна - кандидат технических наук, доцент, зав. кафедрой экономики, управления и информационных технологий, Университет Месроп Маштоц

Полесская Ольга Петровна - кандидат экономических наук, Брянский Государственный университет имени академика И.Г. Петровского (БГУ)

А.О. Сергеева - ответственный администратор[и др.];

Журнал об экономических науках «Бенефициар», входящий в состав «Издательского дома «Плутон», был создан с целью популяризации экономических наук. Мы рады приветствовать студентов, аспирантов, преподавателей и научных сотрудников. Надеемся подарить Вам множество полезной информации, вдохновить на новые научные исследования.

Издательский дом «Плутон» [www.idpluton.ru](http://www.idpluton.ru) e-mail:admin@idpluton.ru

Подписано в печать 26.02.2018 г.

Формат 14,8×21 1/4. | Усл. печ. л. 4.2. | Тираж 300.

Все статьи проходят рецензирование (экспертную оценку).

Точка зрения редакции не всегда совпадает с точкой зрения авторов публикуемых статей.

Авторы статей несут полную ответственность за содержание статей и за сам факт их публикации.

Редакция не несет ответственности перед авторами и/или третьими лицами и организациями за возможный ущерб, вызванный публикацией статьи.

При использовании и заимствовании материалов ссылка обязательна

## Оглавлени

1. РОЛЬ СОВРЕМЕННЫХ ЭЛЕКТРОННЫХ СИСТЕМ В СОВЕРШЕНСТВОВАНИИ КОНТРОЛЯ НА ПРЕДПРИЯТИЯХ ИНДУСТРИИ ГОСТЕПРИИМСТВА, ТУРИЗМА И СПОРТА.....	3
<b>Сайфутдинов М.М.</b>	
2. ВЛИЯНИЕ ПРИВАТИЗАЦИОННЫХ ПРОЦЕССОВ НА РАЗВИТИЕ ОБЩЕСТВЕННОГО СЕКТОР В СФЕРЕ УСЛУГ.....	7
<b>Шукуров С.М.</b>	
3. АНАЛИЗ ПРИМЕНЕНИЯ БЕНЧМАРКИНГА В СТРОИТЕЛЬНОЙ ОТРАСЛИ.....	13
<b>Теминовская А.А.</b>	
4. РОЛЬ СОЦИАЛЬНЫХ МЕДИА НА СОВРЕМЕННОМ ЭТАПЕ РАЗВИТИЯ ГОСТИНИЧНЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ В РОССИИ.....	17
<b>Фисан Е.В.</b>	
5. ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ КОММЕРЧЕСКИХ БАНКОВ В СОВРЕМЕННЫХ УСЛОВИЯХ.....	21
<b>Жуковский М.С.</b>	
6. ПРОБЛЕМЫ ЗАНЯТОСТИ СЕЛЬСКОГО НАСЕЛЕНИЯ В КЫРГЫЗСКОЙ РЕСПУБЛИКЕ..	24
.....	
<b>Садыралиев Ж.</b>	

**Сайфутдинов Марсель Маратович**  
**Sayfutdinov Marsel Maratovich**

Студент

РЭУ им. Г.В. Плеханова

E-mail: [marselsay@mail.ru](mailto:marselsay@mail.ru)

УДК 379.85

## **РОЛЬ СОВРЕМЕННЫХ ЭЛЕКТРОННЫХ СИСТЕМ В СОВЕРШЕНСТВОВАНИИ КОНТРОЛЯ НА ПРЕДПРИЯТИЯХ ИНДУСТРИИ ГОСТЕПРИИМСТВА, ТУРИЗМА И СПОРТА**

### **THE ROLE OF MODERN ELECTRONIC SYSTEMS IN IMPROVING CONTROL IN THE HOSPITALITY, TOURISM AND SPORTS INDUSTRIES**

**Аннотация:** В настоящее время линейному руководителю приходится тратить огромное количество времени и усилий на осуществление контроля. Это приводит к тому, что существенно сокращается время на выполнение своих основных обязанностей. В свою очередь это говорит о том, что еще многое необходимо исследовать и усовершенствовать в системе контроля. В данной статье исследуются различные направления в организации контроля в управлении предприятиями отрасли с помощью современных IT-технологий.

**Abstract:** Currently, the line manager has to spend a huge amount of time and effort to exercise control. This leads to a significant reduction in the time required to fulfill their basic duties. In turn, this indicates that much more needs to be investigated and improved in the control system. This article explores various directions in the organization of control in the management of enterprises of the industry with the help of modern IT-technologies.

**Ключевые слова:** электронные системы, контроль, спорт, туризм, гостеприимство

**Key Words:** electronic systems, monitoring, sports, tourism, hospitality

Сегодня можно с полной уверенностью говорить об очередном глобальном экономическом кризисе, отрицательные последствия которого привели к оттоку капитала из отрасли, переориентации турпотока с выездного на внутренний туризм, уменьшению количества иностранных туристов [4].

В данной ситуации тема статьи приобретает еще большую актуальность. В настоящее время совершенствование контроля за деятельностью предприятий индустрии гостеприимства, туризма и спорта становится необходимым условием их успешного развития.

Ни планирование, ни организационную структуру, ни мотивацию невозможно осуществлять как функции управления без системы эффективного контроля. Как IT-технологии помогут нам в этом?

Цель данной статьи заключается в поиске направлений для организации качественного контроля за деятельностью персонала предприятий индустрии гостеприимства, туризма и спорта при помощи электронных систем, в частности CRM-систем.

Контроль - это систематический процесс проверки соответствия наблюдаемого состояния с планируемым, путем качественной и количественной оценки, корректировки выявленных отклонений, для обеспечения достижения организацией своих целей [1].

Контроль необходим для:

- незамедлительного реагирования на изменения внешних факторов;
- предупреждения появления кризисных ситуаций;
- исправления ошибок до того, как они навредят достижению целей организации;
- проведения соответствующих мероприятий по повышению объема продаж и прибыли

[7].

Целью контроля является выявление слабых мест и ошибок, своевременное исправление и предотвращение их повторения. Таким образом, под контроль должны попадать все предметы, люди, действия. Любое принятое управленческое решение должно корректироваться в процессе контроля и оценки хода его реализации, а также оценки достигнутых результатов [5].

Частью системы управления предприятием индустрии гостеприимства, туризма и спорта являются корпоративные информационные системы. В числе наиболее современных систем, используемых для автоматизации типовых бизнес-процессов гостиничного предприятия, можно выделить: PMS (учетные), CRM (отвечающие за отношения с клиентами) [6].

Рассмотрим более подробно применение CRM-система. Система управления взаимоотношениями с клиентами (англ. Customer Relationship Management) — прикладное программное обеспечение для организаций, предназначенное для автоматизации стратегий взаимодействия с заказчиками (клиентами), в частности для повышения уровня продаж, оптимизации маркетинга и улучшения обслуживания клиентов путём сохранения информации о клиентах и истории взаимоотношений с ними, установления и улучшения бизнес-процессов и последующего анализа результатов[2]. Иными словами, CRM-система является неотъемлемым помощником в процессе контроля деятельностью в организации, так как имеется возможность следить за выполнением поставленных задач сотрудниками и предотвращать их ошибки [8].

Эффективный контроль за деятельности – это систематически-проводимые мероприятия контролирования, которые в конечном итоге дают положительные результаты. Если рассматривать CRM-системы в качестве инструмента для надзора и проверок качества на конкретном предприятии, то мы можем выделить несколько принципов, по которым мы можем считать его эффективным [9]:

- Многофункциональность и учет. Под этим пунктом подразумевается возможность отслеживания проходящих платежей, расписание занятий, приход и уход преподавателей, а также оборот компании (в случае, если организация коммерческая).

- Гибкость настройки личных кабинетов сотрудников. Для эффективного делегирования задач следует создавать индивидуальные виртуальные кабинеты, где будет отображаться необходимые данные. Например, для администратора спортивного клуба будет достаточно иметь список всех учеников, расписание занятий, графу «опоздание преподавателей», а также заявки новых клиентов, поступающих с сайта. Оборот, платежи, номенклатура, e-mail рассылка и другие разделы должны быть доступны только вышестоящим должностям. Легкая настройка доступа к разделам CRM-системы поможет существенно ускорить процесс интеграции нового сотрудника в компанию.

- История действий пользователей системы. Это означает, что все действия, совершаемые сотрудниками должны отслеживаться. Автоматическое ведение журнала поможет фиксировать все ошибки сотрудников и вести контроль наиболее тщательно

- Простота использования. Один из самых важных пунктов. Приобретение CRM-системы, и тем более создание собственной – это дорогое решение, и оно должно компенсироваться удобством пользования любым сотрудником. Для того, чтобы не ошибиться с выбором системы, в спортивной организации следует выделить нескольких педагогов, которые будут тестировать программу. По истечению демо-версии необходимо собрать все отзывы сотрудников и выбрать уже подходящий продукт путём голосования.

- Поддержка мобильных платформ. К сожалению, на данный момент существует очень мало CRM-систем, которые оптимизированы под известные мобильные платформы (iOS, Android). Мобильные приложения подразумевают быстрый доступ к любой информации, соответственно, наличие системы контроля в мобильном телефоне существенно улучшает оперативность работы всех сотрудников.

Все вышеперечисленные принципы необходимы для качественного контроля деятельности организации с использованием CRM-систем. Отсутствие большинства из этих пунктов предполагает, что организация контроля на предприятии будет осуществлена неэффективно. Залог успешного контроля – своевременность. Если электронные системы помогают справляться с задачей контролирования быстрее, это означает, что в дальнейшем работа в любой организации может стать гораздо продуктивнее.

Наиболее сложная и ответственная работа в организациях у старшего администратора. Однако, еще сложнее обучить и своевременно проконтролировать нового сотрудника на предмет ошибок и не допустить появления новых. Осуществление контроля могут производить руководители: исполнительный директор, директор по административно-хозяйственной части, а также генеральный директор. Под их контроль в данном случае могут попадать следующие функциональные обязанности:

- Ответ на телефон с определенного времени. В этом случае один из перечисленных вышестоящих по званию сотрудников совершают контрольный звонок в момент начала работы,

чтобы проверить готовность администратора. Однако, возможность электронной системы подразумевает автоматическую фиксацию прихода сотрудника на рабочее место. Время авторизации и ее геолокация с точностью покажут, во сколько и где был осуществлен вход в личный кабинет.

– Работа с использованием online-систем общения с клиентами через сайт. Проводится ежедневный просмотр диалоговых окон между учениками школы и администратором.

– Работа с клиентами. Под этот пункт попадает занос всех обращений клиентов в CRM-систему, т.е. звонки, приходы, нештатные ситуации, особые примечания, обращения online.

– Проверка осведомленности всех учеников об истекающих контрактах. Ввиду большого количества базы учеников на некоторых спортивных предприятиях, контроль в данном вопросе является одним из самых трудоемких. С помощью электронной системы создаются напоминания, которые сигнализируют администратору о необходимости предупреждения клиента об истечении контракта.

– Составление расписания групповых уроков на предстоящую неделю. Сотруднику выдается шаблон готовых групповых уроков – его обязанность состоит в том, чтобы менять номера занятий в электронной системе и предупреждать об этом педагогов. Помощь в контролировании в этом помогают преподаватели, которые могут пожаловаться на отсутствие звонка со стороны администратора.

Для наиболее эффективного контроля в мире существуют разные модели управления персоналом. Однако, отличительной чертой зарубежных коллег является хорошо отлаженный контроль сотрудников. Ежегодная аттестация персонала – обычная практика в иностранных компаниях, а в некоторых аттестация сотрудников осуществляется каждые полгода, но в упрощенной форме. Результат тщательного контроля и оценка сильных и слабых сторон деятельности работников открывают возможность провести дополнительные часы подготовки сотрудников, где рассматриваются все ошибки и недостатки их работы. Подобные мероприятия по аттестации сотрудников следует проводить на предмет владения CRM-системы. Однако, если дальнейшее наблюдение и контроль показывают негативный результат и работник явно отстает от своих коллег, организация увольняет подобных сотрудников. На сегодняшний день многие российские компании перенимают зарубежный опыт контроля деятельности. Это естественно, так как именно понятие менеджмента как науки и ее реализации на практике были проведены еще в Америки в начале 20 века. [3] Что касается спортивных школ – после падение железного занавеса в 90-ых в России только-только стали появляться различные коммерческие спортивные клубы, а вместе с ними и методы управления подобными организациями.

Необходимость повышения качества сервиса и компетентности сотрудников предприятий индустрии гостеприимства диктуются современными условиями возрастающей конкуренции как на национальном, так и на наднациональном уровнях. Конкурентное преимущество может быть достигнуто гостиницей только при таком подходе. Высокий уровень сервиса достигается отелем при условии реализации управленческих технологий, направленных на обеспечение, в первую очередь, таких составляющих, как комфорт клиента, удовлетворение широкого, все возрастающего, спектра его интеллектуальных и эмоциональных потребностей [6].

#### Заключение

Важным условием повышения конкурентоспособности отечественных предприятий индустрии гостеприимства, туризма и спорта является постоянная системная работа персонала отеля. Высокий уровень сервиса достигается предприятиями, использующими управленческие технологии, основанные на эффективных контрольных функциях.

В результате проведенного исследования сделаны следующие выводы:

1. Осуществление контроля должно проводиться своевременно, закреплённым должностным лицом.

2. CRM - система как инструмент контроля в организации должна быть удобной и иметь широкий функционал для работы с клиентами

3. Электронные системы подразумевают возможность быстрого реагирования на изменяющиеся ситуации, за счет мобильного доступа к базе данных.

4. Введение аттестаций на предмет владения электронных систем в спортивных организациях поможет существенно повысить эффективность коммуникаций между учениками и персоналом

В заключении можно сделать вывод о том, что на сегодняшний день развитие ИТ-технологий обеспечивает совершенствование системы контроля в управлении персоналом предприятий индустрии гостеприимства, туризма и спорта. CRM-системы прежде всего помогают систематизировать информацию, отслеживать работу персонала и контролировать общение администраторов со всеми участниками бизнес-процессов.

**Библиографический список:**

1. Виханский О. С., Наумов А. И. Менеджмент: Учебник. Изд. 3-е. М., 2016. с. 538. Герчикова И. Н. Менеджмент: Учебник. Изд. 3-е, перераб. и доп. М.: Банки и биржи; ЮНИТИ, 2015. с. 501.
2. Глухов В. В. Основы менеджмента: Учебно-справочное пособие / Санкт-Петербургский Государственный технический университет. СПб.: Специальная литература, 2016. с. 237.
3. Гравин В. В., Дятлов В. А. Менеджмент персонала предприятия. М., 2014
4. Ковальчук А.П., Никольская Е.Ю. Реализация принципов государственно-частного партнерства для развития индустрии туризма и гостеприимства в современных условиях в России, Российский экономический интернет-журнал. 2016. № 1. С. 18.
5. Ковальчук А.П. Щемящее чувство... туриста. Управление инвестициями в гостиничном и туристическом комплексе, Российское предпринимательство, 2005, № 1. с. 104-109
6. Ковальчук А.П., Блинова Е.А. Управление конкурентоспособностью предприятий индустрии гостеприимства в современных условиях в России, Российское предпринимательство, 2017. Т. 18, № 6. с. 917-928.
7. Ковальчук А.П., Антикризисное управление гостиничными предприятиями в России, РИСК, 2011, № 4, с. 417-419.
8. Милорадов К.А. Применение CRM для повышения эффективности деятельности предприятий индустрии гостеприимства. РИСК: ресурсы, информация, снабжение, конкуренция, 2012, №2. с. 55-58.
9. Милорадов К.А. Сетевые эффекты самоорганизации в индустрии гостеприимства. РИСК: ресурсы, информация, снабжение, конкуренция, 2015, №1. с. 221-223.

**Шукуров Сухроб Музаффаршоевич**  
**SHukurov Suhrob Muzaffarshoevich**

старший преподаватель кафедры налогов и налогообложения, Финансово - экономического института Таджикистана Ул. Нахимова 64/14 734067 Душанбе, Республика Таджикистан тел: 92-729-84-84(м.) [shsuhrob@mail.ru](mailto:shsuhrob@mail.ru)

УДК 338.46

**ВЛИЯНИЕ ПРИВАТИЗАЦИОННЫХ ПРОЦЕССОВ НА РАЗВИТИЕ  
ОБЩЕСТВЕННОГО СЕКТОРА В СФЕРЕ УСЛУГ**

**INFLUENCE OF PRIVATIZATION PROCESSES ON THE DEVELOPMENT OF THE  
PUBLIC SECTOR IN THE FIELD OF SERVICES**

**Аннотация:** В статье рассмотрены вопросы влияния приватизационных процессов на развитие общественного сектора в сфере услуг. На основе анализа литературных источников автором доказано, что формирование и развитие признаков здоровой конкуренции между различными секторами, укладами и формами собственности характеризует становление рациональной структуры собственности.

**Annotation.** The article discusses the impact of privatization processes on the development of the public sector in the service sector. Based on the analysis of literary sources, the author proves that the formation and development of signs of healthy competition between different sectors, patterns and forms of ownership characterizes the formation of a rational structure of ownership.

**Ключевые слова:** приватизационные процессы, общественный сектор, конкуренция, формы собственности, финансирование, институциональная структура экономики.

**Key words:** privatization processes, public sector, competition, ownership, financing, institutional structure of the economy.

В республике в результате приватизации государственной собственности и разгосударствления государственных предприятий сформировалась новая структура собственности. Но эта новая структура, которая состоит из различных форм собственности и соответственно многочисленных форм хозяйствования, является сложной, чем командно-административная экономика. Как известно, относительно структуры собственности командно-административной экономики можно утверждать, что изменения практически не происходили, поскольку, хотя и существовали такие формы собственности как общественная, общенародная, кооперативная, колхозная и др., но имело место доминирующее положение государственной собственности или безраздельное её господство.

Сейчас, в условиях формирования новой экономической системы - рыночной экономики в западных странах исторически формировалась и развивалась аналогичная ситуация или многообразная структура собственности, которая отличается высоким динамизмом. Поскольку там развиты все элементы рыночной инфраструктуры, особенно рынок ценных бумаг, ускоряется уровень изменчивости и динамизм посредством систематической продажи акций и других ценных бумаг. Следует отметить, что тенденции роста благоприятной ситуации, которая способствует росту макроэкономических индикаторов, являются следствием формирования и развития рациональной структуры собственности.

Рациональной структурой собственности является такая ситуация, когда происходит совпадение интересов собственников.

Как отмечалось выше, в Таджикистане, как и в других странах СНГ, в итоге приватизации сложилась новая структура собственности, которая носит многообразный характер. Стали функционировать и сосуществовать наравне государственная, коллективная, кооперативная, частная и смешанная формы собственности. Следует отметить, что на начальном этапе процесс приватизации происходил более сложно и противоречиво. Ещё не сформировалось желаемое реальное многообразие собственности, скорее, это был период сохранения относительного однообразия собственности, потому что в середине 90-х гг. осуществлялась малая приватизация, происходило только превращение небольших государственных и кооперативных предприятий в частные предприятия. Поэтому доля этих предприятий была очень незначительной. Эти процессы, в



основном, происходили в 2000-х гг. Но давать утвердительный ответ на вопрос о том, сформировались ли устойчивые и рациональные структуры собственности в республике с завершением приватизации в республике рациональные структуры собственности, пока что рано, и представляется очень сложным, поскольку постприватизационная структура собственности в те годы еще обеспечивала полное использование производственных мощностей предприятий различных отраслей. Известно, что именно рост эффективности производства в частных предприятиях и является главным показателем, который показывает преимущества частного бизнеса по сравнению с другими секторами экономики.

В Таджикистане при осуществлении приватизации использовался опыт приватизации других стран, особенно опыт стран СНГ. Но это было слепое копирование, поэтому был чрезвычайно ускоренный акт, который исходил из рекомендаций международных финансово-экономических организаций. Их предложения и рекомендации легли в основу разработки в республике законодательства о приватизации. В этом процессе на базе грантов международных организаций самое активное участие принимали консультативные фирмы западных стран. Конечно, в этих условиях, когда процесс осуществления приватизации в основном основывался на опыте развитых стран, без учета азиатского способа производства, он не дал желаемого результата.

Вместе с тем, формирование новой, плюралистической структуры собственности в республике имеет свою специфику. Прежде всего, следует подчеркнуть, что в республике была осуществлена приватизация уже обесцененного имущества. Другими словами, приватизированное имущество и средства производства в силу воздействия различных факторов не имели, или потеряли свои потенциальные способности. Они просто не могли функционировать на уровне своей полной производственной мощности. Причиной такой ситуации является следующее.

Во-первых, значительной частью приватизированного имущества были неработающие предприятия. Это, конечно, относится в меньшей степени к малым торговым предприятиям и бытового обслуживания. Но предприятия промышленности, строительства, материально-технического снабжения, транспорта, производственных услуг сельскому хозяйству (как малые, так и средние и крупные предприятия) имели плачевное положение. Поэтому для новых собственников этих предприятий возобновление производственной и иной деятельности было невозможно, так как требовало огромных усилий и крупных инвестиций. Поэтому новые хозяева этих предприятий стояли перед выбором: восстановить процесс производства, изменить профили функционирования, отчуждать собственность или, наконец, разрушить и продать их по частям как ресурс или строительный материал. Кроме того, расчеты показали, что инвестиции никакого эффекта не дают, даже если получают новые собственники получают их по заниженным приватизационным ценам.

Во-вторых, формирование свободного рынка на пространстве постсоветских стран, а также миграция квалифицированной рабочей силы из республики стали причиной опустошения предприятий, факторами неконкурентоспособности продукции. Отечественные предприниматели в те годы не были способны восстановить этих предприятия, и вследствие политической нестабильности в страну не спешили иностранные инвесторы. Миграция квалифицированной рабочей силы, особенно русскоязычного населения, создала ситуацию нехватки кадров, а полное восстановление названных выше производств без них, т.е., без привлечения квалифицированных специалистов, не представлялось возможным. Поэтому многие предприятия перестали работать в связи фактическим отсутствием активных трудовых коллективов.

Лишь после 2005 г. произошли существенные сдвиги в технических характеристиках многих промышленных предприятий и выпускаемой продукции, а также в структуре их оборудования. Но еще они еще не могли выпускать продукцию на современном техническом уровне, производить массовую замену морально устаревшей продукции. Поэтому можно утверждать, что сложившаяся структура собственности в экономике республики пока ещё не способствует эффективному функционированию частной собственности, расширению диапазона частной инициативы и творчества. Поэтому еще рано говорить о завершенности процесса реформы и формирования смешанного типа экономики.

Структура собственности на разных предприятиях республики в зависимости от их размера различается. Например, почти все малые предприятия являются объектами частной собственности, а что касается средних и крупных предприятий, то они находятся в сфере смешанной и государственной собственности. Это в теоретическом и практическом аспекте очень важно. От решения этого вопроса зависит уровень повышения эффективности или рационализации структуры

собственности. Эта проблема по отношению к малому предпринимательству отсутствует, поскольку здесь управление и собственность совпадают, и поэтому система управления стала самостоятельным фактором повышения эффективности производства. Даже обобщение практики свидетельствует, что малые предприятия, управляемые собственниками, более прибыльны, чем те, где управляющими являются наёмные менеджеры.

В акционерных предприятиях наблюдается распыленность акций, которая снижает значение управления, как фактора эффективности производства. С возрастанием уровня распыленности акций уменьшается размер контрольного пакета акций и соответственно уровень эффективности ниже. В этих условиях необходимо создать условия, чтобы менеджеры стали владельцами акций. Это способствует эффективному функционированию предприятий.

В Таджикистане не была осуществлена всеобщая ваучеризация населения. Поэтому можно говорить об относительной стабильности структуры собственности в республике. Хотя в республике существует низкий уровень распыления собственности, но система управления приватизированными предприятиями носит черту неустойчивости. Да, система неустойчива, но более или менее стабильна. Но эта стабильность имеет отрицательный эффект, поскольку структура собственности имеет меньшую дисперсность, которая свидетельствует о незавершенности приватизации. Таким образом, результаты приватизации еще не дали желаемого эффекта. Отсюда необходимо дальнейшее развитие и вступление в стадию качественного развития. Другими словами, нынешнюю дисперсность структуры собственности необходимо в дальнейшем расширять. Однако решение этого вопроса ограничивается проблемой низкого уровня платежеспособного спроса населения. Если эта тенденция продолжит существовать, тогда затормозится процесс демократизации экономических отношений, и как следствие, проявится в обществе негативное отношение к развитию частного сектора экономики.

Обобщение вышеуказанных положений порождает вывод, что приватизация осуществляется без научно обоснованной концепции, и, соответственно, фактически не подготовленная приватизация не даёт ожидаемых результатов. Одним из важных практических механизмов исправления такой ситуации и обеспечения эффективности функционирования частного сектора является, прежде всего, обеспечение условий для развития и активизации фондовой биржи, реализации акций средних и крупных предприятий. Но здесь возникает сложность с продажей акций. Поэтому те институты власти, которые ответственны за продажу государственного имущества, должны не только предоставить информацию о перспективности приватизируемых предприятий, но разработать реальные бизнес-проекты для восстановления, организации производства, определить срок окупаемости, ожидаемые нормы прибыли и т.д. Это и позволит покупателям определить свой выбор и потенциальные возможности, и, наконец, их стимулы. Кроме того, это становится фактором привлечения инвестиций. Для организации прозрачности информации необходимо использовать богатейший арсенал информационных технологий (Интернета и других современных средств массовой информации).

Принятие комплекса мер для дальнейшего развития малого и среднего предпринимательства, обеспечение условий доступа их к различным ресурсам, в том числе финансовым, является важным институтом и активным участником в приватизации предприятий.

Но здесь необходимо отметить роль государства в организации аукционов по реализации имущества. Оно должно приложить усилия для восстановления производственной деятельности отдельных предприятий, которые имеют важное фундаментальное значение для развития национальной экономики и достижения синергетического эффекта для отдельных секторов экономики.

Такая практика стала бы потенциальной налогооблагаемой базой. Так, например, если такое приватизируемое предприятие является потенциальным и дееспособным, то и его акции на рынке ценных бумаг можно продавать по более высокой цене. В этих условиях развиваются предприятия для расширения производства отдельных узлов и деталей на крупных предприятиях, вступая в производственную кооперацию с ними. Кроме того, они смогут купить другое имущество, оборудование и т.д., а также к восстановлению работы малых предприятий привлечь иностранные инвестиции. В результате становления их предприятий объектами вложения иностранного капитала возникают возможности принятия стратегии экспортоориентированной деятельности. В противном случае они готовы продать свои акции за бесценок, хотя такая выручка не может стать фактором формирования первоначального накопления. А если бы произошло полное восстановление

производственной деятельности, то вырученные от продажи акций средства смогли бы «работать» на расширение размера и удельного веса частного предпринимательства.

Следует отметить, что рациональная структура собственности и смешанная экономика будут формироваться и развиваться при создании развитой рыночной инфраструктуры. Элементы этих структур должны были появиться на заре переходного периода. Такие инфраструктуры, как товарные и фондовые биржи, бизнес-клубы составляют основу развития смешанной экономики и приватизированных предприятий.

В настоящее время, хотя на первый взгляд, кажется, что приватизация государственного имущества завершилась, но это не так: приватизационные мероприятия будут иметь своё продолжение на протяжении длительного времени, поскольку можно судить лишь о формальном завершении приватизации, но о реальном еще нет. Необходимо выбрать оптимальное соотношение государственного и частного сектора, единства и противоречивости национализации и приватизации и т.д. Да, очень важно не допустить крайности в этом аспекте.

Как известно, в условиях плановой экономики имела место абсолютизация государственной собственности. С переходом на новую экономическую систему происходил ускоренный процесс приватизации государственного имущества. Автором и архитектором этого процесса были Всемирный банк и МВФ. Таким образом, наблюдалась односторонняя абсолютизация частной собственности. Это также неправильный путь. Здесь были даже забыты конституционные положения. Согласно Конституции Таджикистана все формы собственности равноправны.

Но в этом направлении установление перечня приватизируемых и не приватизируемых отраслей и производств должно стать критерием экономической и социальной целесообразности рационализации структуры собственности. В действительности, определенные отрасли и производства для общества и государства имеют стратегический характер. Поэтому они не могут стать объектами приватизации. Кроме того, существуют отрасли и предприятия, которые должны находиться в рамках государственного сектора или собственности. Или существуют учреждения и предприятия, которые направлены на производство социально значимых благ. Они не могут развиваться на коммерческой основе и поэтому регулярно пользуются дотациями государственного бюджета, тем самым развиваются в рамках государственной собственности. Однако приватизации в Таджикистане проводилось без принятия обоснованной концепции, и этот процесс опирался на так называемый «мировой опыт». Но проблема состоит в том, что этот опыт не был адаптирован к условиям республики в связи с тем, что эта проблема не получила всестороннего обсуждения в научных и деловых кругах, т.е. не подлежала всенародному обсуждению. Поэтому сегодня очень трудно оценивать структуру собственности, которая сложилась в процессе приватизации государственной собственности.

Следует отметить, что хотя в республике субъекты частного сектора, частные предприятия имеют свою историю, равную двадцатилетию, но и поныне предприятия, основанные на частной собственности, ещё не в достаточной мере доказали свои преимущества по сравнению с предприятиями других форм собственности.

В республике после акционирования почти 70% стоимости акций присваивают государство, трудовые коллективы или менеджеры. А доля внешних субъектов, институтов финансового рынка, открытых и закрытых акционерных обществ, т.е. аутсайдеров, все ещё остается низкой. Поэтому эти приватизированные предприятия не имеют источника развития, внешнего контроля и т.д. Следовательно, следующий этап приватизации должен расширить доступ аутсайдеров к покупке акций акционерных предприятий, и это будет новый, более реальный этап приватизации. Но, конечно, это имеет свои проблемы. Например, каким образом можно осуществить реализацию акций. При этом необходимо привлечь инвестиции, поскольку государство является главным инсайдером, имеет возможность тратить свои ресурсы для повышения дееспособности приватизированных предприятий. В случае отсутствия такой возможности у государства необходимо привлечь внимание международных финансовых структур. Если не провести новый этап приватизации и контрольный пакет акций продолжит оставаться в руках государства и трудового коллектива, тогда такие предприятия продолжат оставаться бесхозными.

В условиях нашей республики вообще трудно определить, какая структура собственности является более рациональной и эффективной. Практика показывает, что лица или субъекты, которые принимают участие в приватизации, не обладают достаточными финансовыми ресурсами (за исключением иностранных инвесторов). Поэтому они не могут соответствующим образом

эффективно организовать и управлять производством, осуществить диверсификацию производства продукции, наполнить собственные оборотные средства до нормативного уровня.

В экономической литературе встречается мнение, что «основным показателем, который характеризует структуру собственности, является распределение акций среди основных групп акционеров» [1]. Но этот показатель в условиях республики не может адекватно отражать ситуацию, потому что в условиях республики частный сектор очень слабо развит, и вторичный рынок ценных бумаг почти отсутствует. Приводятся также «дополнительные показатели и базовые характеристики предприятий, такие как объем реализации продукции, наличие спроса и прибыльность, а также уровень задолженности предприятий» [1]. Но они не могут отразить распределение собственности среди держателей акций. Следует отметить, что уровень задолженности предприятий может влиять на уровень спроса на приватизируемое предприятие. Например, иностранные инвесторы предпочитают предприятия без задолженности или с невысоким её уровнем.

В настоящее время, в рамках смешанной экономики, целесообразно изучать вопросы о предпочтениях покупателей акций. В результате наблюдений и анализа выявились следующие предпочтения разных субъектов экономики:

- инвестиционные фонды имеют большее предпочтение к акциям крупных предприятий;
- государство стремится приобрести акции предприятий отрасли цветной металлургии, отраслей топливно-энергетического комплекса;
- работники предпочитают приобретать акции мебельных предприятий и АТП;
- жители стремятся приобрести акции предприятий строительных материалов, сферы услуг и пищевой промышленности;
- иностранные инвесторы приобретают акции предприятия химической промышленности, легкой промышленности и цветной металлургии.

Как мы отметили выше, после завершения приватизации будет продолжаться процесс перераспределения собственности. Другими словами, приватизация становится предпосылкой или началом осуществления перераспределения собственности. В республике в настоящее время, по мере достижения стабильности в экономике, процесс перераспределения собственности принимает все более интенсивный характер. Предприятия, которые достигли своей финансовой устойчивости, будут начинать активно продавать свои акции, потому что они могут зарабатывать дополнительную прибыль. Но эти тенденции больше будут наблюдаться на тех предприятиях, на которых контрольный пакет акций принадлежит трудовому коллективу.

Обобщение вышеуказанных положений приводит к выводу, что в настоящее время экономика Таджикистана, как и других стран СНГ, далека от смешанной экономики. Но для достижения рациональной структуры собственности и развития смешанной экономики в республике принимаются необходимые меры. Прежде всего, по сей день осуществляются мероприятия для того, чтобы снизить монопольное положение государственной собственности в экономике, принимаются меры по ограничению и запрету применения особых льгот со стороны правительства. Между прочим, за последние годы из бюджета республики не выделено дотаций для убыточных государственных предприятий.

Решение вопроса о рационализации структуры собственности и элементов смешанной экономики зависит от решения вопроса прав собственности, распределения прав собственности, которое зависит от уровня развития института собственности. Кроме того, и личность покупателя акций является немаловажным вопросом. В случае, когда контрольный пакет акций присваивают трудовые коллективы или их руководители, которые управляли предприятием еще в советские времена, тогда нельзя, по нашему мнению, оценить такую структуру собственности как рациональную. Потому что в связи с существованием «институциональной ловушки», сохранением старых стереотипов в управлении они не могут формировать рациональную структуру. Как показывает опыт стран Балтии и Восточной Европы, в силу господствовавшего рентаориентированного поведения, которое не могло улучшить финансовую устойчивость предприятий, новые руководители принимали решение о продаже своих акций. А руководители старого мышления (бывшие руководители), стремились работать исключительно в интересах своего кармана. Этому способствовал низкий уровень государственного и общественного контроля. Экономическое поведение вышеназванных руководителей и групп потенциальных акционеров является рентаориентированным. Они хотели при помощи приватизации сделать большие деньги путем купли-продажи акций, продавать свои права собственника за большую денежную выгоду. Они

не способствовали расширению производств и росту его эффективности, потому что не имели достаточных знаний и навыков для организации производства.

Процесс трансформации собственности и становления смешанной экономики будет длиться долго. Для этого необходимо время, чтобы произошло соответствие логики поведения частных собственников с логикой функционирования конкурентного капитала, т.е. достижение роста нормы прибыли. В этой связи уместно привести высказывание французского ученого-экономиста И. Самсона, который о странах третьего мира писал: «Здесь многое обусловлено отрицательными последствиями приватизации, и их оценка требует разграничения частных и приватизированных предприятий... ..Право собственности плохо определено и плохо охраняется, в связи с чем многие предприятия, находящиеся в руках инсайдеров, сопротивляются изменениям» [2].

Основными направлениями, которые обеспечивают становление рациональной структуры собственности и смешанной экономики, являются:

1. Создание условий для перехода на фазе перераспределения прав собственности, которые обеспечивают массовость. В этой фазе роль и значимость фондового рынка в системе рыночной инфраструктуры становится главным атрибутом. В этот период должны произойти процесс превращения неконкурентного капитала в конкурентный, радикальные изменения в мышлении и мотивационных ценностях подавляющего большинства предпринимателей, замена рентоориентированных мотивов мотивами получения прибыли и повышения эффективности производства.

2. Формирование и развитие признаков здоровой конкуренции между элементами смешанной экономики (между различными секторами, укладами, формами собственности и т.д.) характеризует становление рациональной структуры собственности. Формирование ничем не ограничиваемой конкурентной среды является другим атрибутом рыночной экономики и рационализации структур собственности и смешанной экономики. В настоящее время в республике конкурентная среда не создана, и это условие может стать реальностью в результате государственного регулирования.

3. Обеспечение совпадения интересов собственников и руководителей предприятия является главным признаком формирования рациональной структуры собственности. Условием формирования такой ситуации является формирование адекватной институциональной структуры экономики, которая создает благоприятную правовую базу.

Следовательно, проблема финансирования проектов общественного сектора в Таджикистане, будет возрастать так как появляется потребность привлечения международных спонсоров, что для Таджикистана очень сложно.

#### **Библиографический список:**

1. Перевалов Ю., Басаргин В. Формирование структуры собственности на приватизированных предприятиях // Вопросы экономики. – 2000. - № 5. – С. 84.
2. Самсон И. Пойдет ли Россия к рыночной экономике // Вопросы экономики. – 1998. - № 8. - С.129.

**Теминовская Анастасия Александровна**

Бакалавр  
студент АСА СамГТУ  
Россия, Самара

**Teminovskaya Anastasia Alexandrovna**

Bachelor  
student of ASA SamSTU  
Russia, Samara

E-mail: [Nastasia-tem@yandex.ru](mailto:Nastasia-tem@yandex.ru)

УДК 338

## **АНАЛИЗ ПРИМЕНЕНИЯ БЕНЧМАРКИНГА В СТРОИТЕЛЬНОЙ ОТРАСЛИ**

### **ANALYSIS OF THE USE OF BENCHMARKING IN THE CONSTRUCTION INDUSTRY**

**Аннотация:** В данной статье рассматривается один из методов управления качеством продукции и управления организацией – бенчмаркинг. Выбор тематики статьи обусловлен актуальностью проблемы исследований в области управления качеством в строительной отрасли. Бенчмаркинг – это исследование на основе сравнительного анализа организации с конкурентами-лидерами с целью внедрения передового опыта подобных организаций-лидеров. В статье дается определение понятия «бенчмаркинг». Также вкратце описываются основные цели и задачи данного метода. Приводится классификация по видам бенчмаркинга, говорится об особенностях использования бенчмаркинга. Подробно описывается последовательная методика проведения бенчмаркинга, оценка среды, процесс разработки и внедрение исследуемого метода. Рассматриваются примеры совершенствования строительного рынка благодаря данному методу управления качеством продукции. В соответствии с проведенным анализом влияния бенчмаркинга на строительный рынок делаются выводы.

**Abstract:** This article considers one of the methods of product quality management and organization management - benchmarking. The choice of the subject of the article is determined by the urgency of the problem of research in the field of quality management in the construction industry. Benchmarking - this study is based on a comparative analysis of the organization with the leading competitors in order to introduce the best practices of such leader organizations. The article defines the concept of "benchmarking". Also briefly describe the main goals and objectives of this method. Types of benchmarking give the classification; it is said about the peculiarities of using benchmarking. Detailed description of the consistent methodology of benchmarking, environmental assessment, the process of development and implementation of the test method. Examples of improving the construction market are examined with this method of product quality management. In accordance with the analysis of the impact of benchmarking on the construction market, conclusions are drawn.

**Ключевые слова:** бенчмаркинг, управление качеством, управление организацией, менеджмент, строительный бенчмаркинг, экономика строительства, управление строительством, средства и методы управления качеством в строительстве, метод сравнительного анализа.

**Keywords:** Benchmarking, quality management, organization management, management, construction benchmarking, construction economics, construction management, means and methods of quality management in construction, a method of comparative analysis.

На сегодняшний день тенденции строительного рынка могут быть отображены с помощью различных методов управления качеством продукции. Одним из таких методов является бенчмаркинг, зародившийся в 70-ые годы прошлого столетия в США. Бенчмаркинговая деятельность дает возможность российским строителям обмениваться опытом с различными организациями, расширить круг деловых контактов, преуспеть в использовании новейших технологий в области строительства, что говорит об эффективности данного метода.

Бенчмаркинг (или метод сравнительного анализа) – способ оценки стратегий и целей работы организации, включающий систематический процесс сравнения данных организаций с данными

эталонных предпринимательских организаций. Данный метод включает в себя процессы сопоставления и оценивания эталонным показателем.

Основные цели данного метода – определение организацией своих позиций в рыночной структуре, установление потребности в изменениях данной структуры и возможность перенять и использовать передовой опыт первоклассных предприятий.

С помощью бенчмаркинга определяются слабые стороны организации, анализируются неочевидные процессы и явления в структуре организации. Особенностью данного метода является сбор данных – полный или конфиденциальной информации о жизнедеятельности какого-либо объекта рыночной среды. Собранная информация дает возможность получить более расширенное представление о характере управления организацией-лидером, выявить причины успешной реализации деятельности данной компании, подвести итоги, спрогнозировать общую модель успешной организации.

В следствие такого анализа, организацией могут быть достигнуты преследуемые цели, будь то снижение затрат, устойчивое положение на рынке, повышение конкурентоспособности, увеличение эффективности работы сотрудников, улучшение качества продукции, повышение удовлетворенности потребителя и многое другое.

В строительной деятельности можно выделить основные виды бенчмаркинга, такие как:

- Конкурентный бенчмаркинг. Состоит в том, чтобы анализировать процессы и результаты работы прямых конкурентов по производству строительных материалов.
- Функциональный бенчмаркинг. Оценка процессов работы организаций, которые не являются прямыми конкурентами.
- Внутренний бенчмаркинг. Представляет процесс, который осуществляется внутри организации, сопоставляет характеристики предпринимательских единиц.
- Бенчмаркинг процесса. Направлен на преобразование определенных показателей функциональности для сопоставления их с организациями-лидерами.
- Глобальный бенчмаркинг. Расширенный вид стратегического и ассоциативного бенчмаркинга.
- Общий бенчмаркинг [1, с.68]. Включает бенчмаркинг процесса, сравнивающий функции нескольких организаций, независимо от их предпринимательской деятельности.

Основная концепция бенчмаркинга состоит в непрерывном совершенствовании структуры предприятия – планировании, координации, мотивации и оценки действий.

Методика проведения бенчмаркинга делится на этапы (Рисунок 1):

1. «Планирование». Содержит 4 шага.

- выбор объекта бенчмаркинга. К объекту можно причислить любой бизнес-процесс, продукцию, услуги, уровень запасов, количество бракованной продукции и т.п.;
- формирование команды бенчмаркинга, ответственной за выполнение исследований;
- оформление документации, необходимой для бенчмаркинга;
- определение показателей процесса для последующего сравнения;

2. «Поиск». Длительный процесс, может проводиться параллельно со стадией планирования.

Состоит из следующих шагов:

- выявление требований, которым должен удовлетворять идеальный партнер по бенчмаркингу;

- поиск потенциальных партнеров для бенчмаркинга;
- сопоставление кандидатов, выбор более подходящего;
- налаживание контактов с партнерами;

3. «Наблюдение»:

- оценка потребностей партнера в информации;
- выбор средств, методов, инструментов для сбора необходимой информации;
- непосредственный сбор и обработка информации;
- интерпретация данных из собранной информации.

4. «Анализ». Выявляются условия, при которых партнер-лидер достиг определенного уровня организации. Создание моделей на основе анализа для совершенствования структуры предприятия. В анализ входят:

- сортирование данных;
- контроль качества информации и данных;

- нормализация данных;
- идентификация зазоров в уровнях показателей;
- идентификация причин возникновения зазоров.

Перед анализом данные нормализуются, т.е. корректируются с учетом различий в условиях.

Выявление и оценка зазоров в показателях позволяет установить, благодаря каким действиям партнер-лидер достигает успеха. Для этого используют метод прямого сравнения блок-схем двух процессов, диаграмму причин и результатов, диаграмму средства, анализ коренной причины.

5. «Адаптация» (Внедрение). Является особенностью бенчмаркинга от других сравнительных анализов.

- описание идеального процесса и обобщения действий по улучшению на его основе;
- постановка целей для совершенствования;
- разработка плана внедрения, его реализация, мониторинг процесса;
- составление итогового отчета (описание исследования, полученные рекомендации по улучшению процесса). Отправляется партнерам по бенчмаркингу [2, с.416].



Рисунок 1 – Жизненный цикл процесса бенчмаркинга (колесо бенчмаркинга)

В качестве примеров последствий внедрения бенчмаркинга в строительстве можно привести следующие примеры из практики строительных организаций:

1. Благодаря бенчмаркингу конструкции и технология изготовления арочных сводов из холодногнутого тонколистового стального профиля постоянно совершенствуются.

2. Продвижение в склеивании пластмассовых деталей. Этот процесс, рассмотренный с точки зрения бенчмаркинга, имеет ряд преимуществ перед прежде использовавшимися методами соединения, так как является единственным методом получения неразъемных герметичных соединений разнородных материалов, например, пластмасс с металлами. Клей позволяет надежно соединить разнотолщинные детали сложной конфигурации.

3. Совершенствование конструктивной системы многоэтажных каркасов. Каркасные конструктивные системы благодаря бенчмаркинговым исследованиям, находят все более широкое применение в строительстве.

4. Погружение опускных колодцев в условиях городской застройки — тоже предмет бенчмаркингового рассмотрения. В городском хозяйстве часто строят водопроводно-канализационные подземные и заглубленные сооружения по водозабору, подаче воды, емкости для ее хранения, а также станции по перекачке сточных вод и их очистке [3, с. 144].

Таким образом, проанализировав влияние бенчмаркинга на современное строительство и деятельность организаций различных областей, можно сделать вывод, что бенчмаркинг — это необходимый элемент управления организациями. Особое значение он имеет в управлении качеством, обеспечивая постоянный контроль уровня качества, отслеживая новейшие тенденции в производстве товаров и оказании услуг. Безусловно, бенчмаркинг позволяет перенять лучший опыт



компаний-лидеров в различных сферах, что ведет строительный рынок к непрерывному совершенствованию.

**Библиографический список:**

1. Данилов И.П. Данилова Т.В. Бенчмаркинг как основа создания конкурентоспособного предприятия — М.: РИА «Стандарты и качество» , 2005. — с. 68.
2. Роберт, С. Кэмп Легальный промышленный шпионаж. Бенчмаркинг бизнес-процессов: технологии поиска и внедрение лучших методов работы ваших конкурентов / Роберт С. Кэмп. - М.: Баланс-Клуб, 2004. - с.416.
3. Хайниш, С. В. Бенчмаркинг на предприятии как инструмент управления изменениями: моногр. / С.В. Хайниш, Э.Т. Климова. - М.: Едиториал УРСС, 2012. – с. 144.

**Фисан Елена Викторовна****Fisan Elena Viktorovna**

Студент магистр РЭУ им. Г.В. Плеханова

Student of master degree Plekhanov Russian University of Economics

E-mail: [elena-makarena@mail.ru](mailto:elena-makarena@mail.ru)

УДК 339.13

**РОЛЬ СОЦИАЛЬНЫХ МЕДИА НА СОВРЕМЕННОМ ЭТАПЕ РАЗВИТИЯ  
ГОСТИНИЧНЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ В РОССИИ****ROLE OF SOCIAL MEDIA IN MODERN STAGE OF DEVELOPMENT OF HOTEL  
INDUSTRY IN RUSSIA**

**Аннотация:** Статья посвящена изучению новых способов продвижения гостиничных предприятий с социальных сетей. Актуальность статьи заключается в том, что Интернет стремительно социализируется и именно это является основным трендом онлайн среды. Задача маркетинга - присутствовать там, где аудитория. Конечно же такие активные площадки не могли не привлечь маркетологов различных компаний. В цели исследования входит обзор современных способов использования социальных платформ гостиницами и изучение их возможностей на российском и зарубежном опыте.

**Abstract:** This article is devoted to the study of new ways of promotion of hotel enterprises in social networks. The relevance of the article is that the Internet is rapidly socializing and this is the main trend of the online world. The task of marketing is to attend where the audience is. Such active sites could not help attracting marketers from various companies. The aim of the research is to review modern ways of using social platforms by hotels and to study their capabilities based on Russian and foreign experience.

**Ключевые слова:** социальные медиа, гостиница, продвижение, контент, сайт, маркетинг

**Key words:** social media, hotel, promotion, content, site, marketing

В последние годы для российских гостиничных предприятий возросла роль внутреннего рынка. Этому способствовало изменение правил, определяющих возможность выезда за рубеж отдельных категорий российских граждан, уменьшение числа российских туристов, выезжающих за границу, снижение курса рубля по отношению к основным мировым валютам. Кроме того, в последние годы наблюдалось увеличение потока иностранных туристов в Россию. Современная экономическая ситуация приводит к обострению конкуренции на российском рынке гостиничных услуг. Одной из важных проблем управления для российских предприятий индустрии гостеприимства, в конкурентной борьбе за долю на рынке, становится обеспечение конкурентоспособности гостиничного продукта [1].

Актуальность и практическая значимость темы исследования определяется тем, что в сложившейся современной геополитической ситуации, все более определяющим фактором развития отечественных гостиничных предприятий становится маркетинг, а точнее эффективность продвижения и продаж услуг.

Сегодня параметры маркетинговой активности некоторых отелей свидетельствуют об ошибках в сфере продвижения отеля и его позиционировании на рынке. Кроме того, большое число руководителей отелей, достигнув определенных результатов или пользуясь благоприятной ситуацией на рынке, снижают активность по продвижению отеля, самоуспокаиваются и «почивают на лаврах». В результате они теряют свои позиции на рынке, начинают уступать конкурентам в ключевых рыночных показателях [2].

Таким образом, возникает необходимость отказа от старых взглядов на развитие внутреннего и въездного туризма и создание инновационных, нестандартных подходов, ведущих к эффективному развитию туризма в нашей стране [3].

В России объем продаж гостиничных услуг через интернет составляет примерно 10%, в частности, на бронирование гостиниц приходится около 7 %. В развитых странах, для сравнения, данный показатель варьируется в среднем от 30 до 50 %, к примеру в США он составляет примерно 60%. Довольно небольшое количество российских гостиниц используют глобальные системы онлайн резервирования [2].

Результаты последних исследований показывают, что объем бронирований индивидуальных туристов через электронные системы резервирования растёт. Рост популярности бронирований в интернете объясняется во многом тем, что в сети клиент получает свободу выбора, наглядность (представлены тарифы множества отелей) и, что не маловажно возможность быстро получить подтверждение бронирования.

Суммарная аудитория социальных площадок на сегодняшний день превышает миллиард пользователей [1]. Для многих социальные сети приравниваются к интернету в целом, так как пользователи могут общаться через социальные сети, а также знакомиться, искать и слушать музыку, читать новости и статьи, совершать покупки.

Изначально, реклама в социальных сетях существовала в классическом виде - визуальные баннеры и текстовые объявления. Позже стало ясно, что аудитория этих площадок не только потребляет информацию, но и создает ее и совершает обмен, объединяется в сообщества по интересам. Это дало дополнительные возможности для компании сегментировать и индивидуализировать свое рекламное послание.

Так появился новый инструмент чтобы максимально эффективно выстраивать взаимодействие с пользователями. Social Media Marketing (SMM) - комплекс мероприятий по продвижению в социальных медиа [5].

Хорошим примером качественного использования SMM является отель Teleport. Начинаящая (открытие - лето 2015 года) сеть отелей с двумя объектами в Амстердаме и Гааге, Нидерланды. Номерной фонд Teleport Hotel Amsterdam составляет 143 комнаты. [9] В своих аккаунтах в различных социальных сетях делится не только новостями о самом отеле, но и интересными фотографиями и событиями, происходящих в городе. На сайте можно найти прямые ссылки на профили отеля в Twitter, Facebook, Instagram, Youtube.

Кроме того, канал на Youtube содержит регулярные познавательные ролики о жизни отеля, которые снимают сами сотрудники [6]. Связаться по любому вопросу с сотрудниками Teleport Hotels можно по номеру в приложении WhatsApp. Ответ приходит незамедлительно, при чем обратиться можно на английском, итальянском, немецком, французском, китайском и даже русском, ответ поступит на соответствующем языке [7].

Во всех соцсетях работает специальный тег (#goteleport) для быстрого поиска информации связанной с Teleport Hotels.

Все страницы в социальных сетях отеля перекликаются друг с другом и частично отражены на сайте отеля. Сайт Teleport Hotel Amsterdam представляет собой не только совокупность информации об отеле, способах бронирования, но и разделы, посвященные жизни города, интересных местах и помощи в проведении досуга для гостей отеля.

По классификации отель относится к средним средствам размещения.

Отель Amsterdam Teleport идеально расположен как для отдыхающих, так и для деловых путешественников. Один из главных железнодорожных вокзалов Амстердама, Амстердам Слотердаик, находится в 600 метрах от отеля. Станция предлагает различные железнодорожные, метро, трамваи и автобусы до центра города, до которого можно добраться всего за 5 минут на поезде.

Часто путешественники используют такую схему перехода на сайты при планировании путешествия Сайт авиакомпании -> Сайт отеля -> Сайт для путешественников с информацией о достопримечательностях.

В случае с Amsterdam Teleport последние два пункта объединяются. Это облегчает гостям задачу планирования отдыха и, конечно, оставляет ощущение заботы со стороны отеля.

На сайте регулярно обновляется раздел Блог, в котором сотрудники и приглашенные авторы размещают актуальную информацию о мероприятиях в отеле, в городе, описывают возможности отеля в помощи проведения досуга в Амстердаме.

Например, Дэвид ван Эркеленс описал мероприятие Teleport Art Event, включив информацию о художниках, принявших в нем участие.

Teleport Art Event был настолько успешным и дал отелю такие удивительные произведения уличного искусства, что было принято решение повторить его. Но на этот раз он будет еще больше и ярче : 30 гостиничных номеров с белыми, словно холст, стенами; 11 уличных художников (довольно известных в Амстердаме) и свобода творчества. [5]

Другая его статья имеет название “Холодный и дождливый Амстердам: Чем заняться?”. Здесь описаны не тривиальные достопримечательности и идеи для проведения свободного времени. [8]

Формат сайта Teleport Hotel привлекает внимание, заставляет переходить от одного раздела на другой и оставаться на нем подольше. Подобные разделы сайта заставляют пользователя изучать статьи переходя с одной на другую и дольше оставаться на странице.

В России использование гостиницами социальных медиа также набирает обороты. Продвижение через социальные сети стало особенно характерно для хостелов в силу их основной аудитории.

В своей статье «Технологические аспекты продвижения хостелов в популярных медиа» авторы Корнеева Е.Б. и Чудаева Е.М. рассмотрели инструменты социальных платформ Facebook и Instagram. Объектом исследования стал небольшой хостел в городе Суздаль, Владимирской области.

В ходе исследования авторы определили что, социальная сеть Instagram больше подходит для целей продвижения товаров и услуг, поскольку позволяет визуализировать предлагаемый продукт. Вместе с тем в сети Facebook проще установить прямой контакт с пользователями. [8]

Целесообразно продвигать гостиничный продукт в нескольких социальных сетях, так как это существенно увеличивает объем потенциальных подписчиков. Для продвижения малых гостиниц и хостелов необходимо выбирать наиболее популярные социальные сети, подходящие под определенные сетевые интересы средств размещения, а выбранные социальные платформы должны предлагать набор специальных инструментов для ведения эффективного бизнеса. [9]

В последние годы появился новый тип сотрудничества «отель-блогер». Некоторые гостиницы предлагают бесплатное проживание для популярных деятелей среды Instagram или Youtube в обмен на создание рекламного контента (пост с фотографией, упоминание гостиницы в видео ролике и т.п.).

Списки мест, которые получают статус instagrammable (это тип заведений, которые постоянно фигурируют на фотографиях в сети) растут с каждым годом. Один из таких отелей расположен в Марракеше. По условиям договора, в отеле блогер может остановиться на одну-три ночи (при размещении включен завтрак). Взамен «лидер мнений» должен предоставить три публикации в социальных сетях и выложить снимок в stories (фотография, которая хранится 24 часа). [9] Такое сотрудничество подходит не только хостелам, но и отелям которые хотят омолодить свою аудиторию, так как они являются активными пользователями социальных платформ. Также это не просто канал потенциальных продаж – еще и способ повысить узнаваемость бренда в целом.

История свидетельствует, что именно в эпоху рецессий рождались компании, которые с течением времени становились мировыми брендами – лидерами в своих отраслях (Hyatt Marriott, Burger King и др.). При этом нужно отметить, что их появление не сопровождалось какими бы то ни было значительными инвестициями – эти компании появились в большей степени благодаря гибкости, упорству, новаторству и предприимчивости своих основателей [2].

#### Заключение

В заключение можно сделать вывод о том, что несмотря на тот факт, что социальные медиа не являются прямым каналом продаж, их использование активно распространяется среди различных средств размещения. Гости или потенциальные гости – обычные люди, они получают информацию не только из СМИ, книг и т.п. Контент социальных медиа давно престал быть исключительно развлекательным, теперь это полноценный источник информации.

В результате проведенного исследования были сделаны следующие выводы:

1. Комбинация из нескольких социальных платформ способствует более широкому охвату аудитории.
2. Создание интересного контента на непосредственном сайте гостиницы увеличивает продолжительность нахождения на страничке, а значит, более глубокий контакт гостя и гостиницы.
3. При создании контента важно использовать хэштеги, так как они систематизируют поток информации, также помогают налаживать контакт с гостями и предприятиями для взаимного рекламирования.

В настоящее время социальные сети являются инструментом для решения долгосрочных маркетинговых задач бизнеса: брендинга, повышения информированности целевой аудитории, увеличения лояльности и доверия к продуктам бренда, отслеживания мнений и настроений среди целевой аудитории.

**Библиографический список:**

1. Ковальчук А.П., Блинова Е.А. Управление конкурентоспособностью предприятий индустрии гостеприимства в современных условиях в России, Российское предпринимательство, 2017. Т. 18, № 6. с. 917-928.
1. Ковальчук А.П., Антикризисное управление гостиничными предприятиями в России, РИСК, № 4, 2011, с. 417-419.
2. Ковальчук А.П., Никольская Е.Ю. Реализация принципов государственно-частного партнерства в туризме: российский и зарубежный опыт, Российский экономический интернет журнал, №1, 2016, с.18
3. Ковальчук А.П., Калита Г.В. Современные методы оценки и оптимизации стоимости продвижения гостиничных услуг на основе процессного подхода. Российский экономический интернет-журнал, № 4, 2017, с. 1-12.
4. Корнеева Е.Б., Чудаева Е.М. Технологические аспекты продвижения хостелов в популярных социальных медиа, Российские регионы: взгляд в будущее, №3. Т.3, 2016, с.99-114
5. Милорадов К.А. Применение CRM для повышения эффективности деятельности предприятий индустрии гостеприимства. РИСК: ресурсы, информация, снабжение, конкуренция, 2012, №2. с. 55-58.
6. Милорадов К.А. Сетевые эффекты самоорганизации в индустрии гостеприимства. РИСК: ресурсы, информация, снабжение, конкуренция, 2015, №1. с. 221-223.
7. Халилов Д. Маркетинг в социальных сетях. -М: Манн, Иванов и Фербер, 2016, с. 240
8. <https://www.teleporthotel.nl>
9. [https://www.gazeta.ru/lifestyle/style/2018/01/a\\_11629897.shtml](https://www.gazeta.ru/lifestyle/style/2018/01/a_11629897.shtml)
10. [http://umhos.ru/consulting/Alternativnyye%20metody%20prodazh%20cherez%20internet%20\(IDS%20OTA%20GDS\)/](http://umhos.ru/consulting/Alternativnyye%20metody%20prodazh%20cherez%20internet%20(IDS%20OTA%20GDS)/)

**Жуковский Михаил Сергеевич**  
**ZHukovskij Mihail Sergeevich**

Студент

Научный руководитель – к.э.н., доцент Латышева Людмила Анатольевна  
Ставропольский государственный аграрный университет  
Россия, Ставрополь 2018

УДК 336.71

**ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ КОММЕРЧЕСКИХ БАНКОВ В СОВРЕМЕННЫХ УСЛОВИЯХ****THE ACTIVITY OF COMMERCIAL BANKS IN MODERN CONDITIONS**

**Аннотация:** в данной статье объектом изучения выступил коммерческий банк в зависимости от деятельности центрального банка.

**Annotation:** In this article, the subject of study was commercial bank, depending on the activities of the central bank

**Ключевые слова:** коммерческий банк, центральный банк, эмиссия, кредит, вклад, кредитор.

**Key words:** commercial bank, central bank, emission, credit, deposit, creditor.

Еще с давних времен люди брали деньги в долг на определенный оговоренный срок с возвратом денег с фиксированным процентом от суммы займа. Их кредиторы впоследствии стали принимать деньги во вклады на депозитных счетах, и получать прибыль за счет разницы между процентом по вкладу и по кредиту, например, вклад под 8% годовых, а кредит выдают под 13%, таким образом люди которые открывают депозитные счета у кредиторов отдают им деньги под 8%, далее эти деньги кредитор отдает другому человеку под 13% и получается, что кредитор имеет прибыль в 5% от данной суммы. Данным кредитором являются банки и далее речь пойдет о них.

Коммерческий банк – это кредитная организация, имеющая право на кредитование физических и юридических лиц, основной целью деятельности данного предприятия является извлечение прибыли. Говоря о банке коммерческом, необходимо сказать о Центральном банке, который существует в каждом государстве. ЦБ является кредитором последней инстанции, т.е. выдает кредиты коммерческим банкам которые впоследствии выдают кредиты населению и предприятиям. Центральный банк имеет монополию на эмиссию денег в стране, является государственным и проводит денежно-кредитную политику. Процент, под который ЦБ выдает кредиты коммерческим банкам называется ключевой ставкой или ставкой рефинансирования, в данный момент она составляет 8,25% на 10.01.18. Центральный банк является банком банков. Все коммерческие банки в стране входят в единый реестр кредитных организаций и на осуществление деятельности должны получить лицензию, выдаваемую центральным банком. В зависимости от того какой собственный капитал имел регистрирующийся банк и будет зависеть перечень компетенций будущего банка. Раньше, когда только начала появляться и развиваться банковская система, банки, увлекались чрезмерной экспансией кредитных денег, что начало сказываться на невозможности расплатиться по обязательствам перед вкладчиками. Тогда центральный банк принимает решение о минимальных резервах. Данный вариант определяет обязательное хранение денежных сумм на счетах в ЦБ. В Америке данное событие пришлось на 1933 год, В России в 1990 году.

Коммерческий банк как субъект банковских отношений выполняет ряд операций, которые можно разделить на активные, пассивные и активно-пассивные. К активным операциям можно отнести выдачи различного рода кредитов как населению, так и предприятиям, операции с валютой, драгоценными металлами и ценными бумагами, выдача банковских гарантий и т.д. К активно-пассивным операциям относятся расчетные операции по поручению клиентов, кассовое обслуживание клиентов. К пассивным операциям относится привлечение средств на депозитных счетах во вклады от юридических и физических лиц без и с оказанием услуг.

Основываясь на вышеописанное можно зафиксировать основные функции коммерческого банка:

1. Мобилизация временно свободных денежных средств и превращение их в капитал.
2. Кредитование, предприятий, хозяйства.
3. Эмиссия кредитных денег

4. Осуществление расчетов и платежей в хозяйстве
5. Эмиссионно-учредительская функция
6. Консультирование, предоставление экономической и финансовой помощи
7. Выдача банковских гарантий
8. Покупка и продажа иностранной валюты
9. Покупка и продажа драгоценных металлов, ценных бумаг, эмитированных как отечественными банками, так и банками из-за границы.

В России существуют 576 кредитных организаций, в том числе банков имеющих лицензию на осуществление банковских операций 532. Количество банков со 100% иностранным участием в уставном капитале 67. Рассмотрим рейтинг 15 ведущих банков в России по количеству активов на ноябрь 2017 года (таблица 1)

По данным таблицы 1, можно сказать о абсолютном превосходстве Сбербанка: более чем в 2 раза опережает второй по состоянию активов банк ВТБ. Сбербанк сменил организационно-правовую форму, вместо ОАО теперь ПАО- публичное акционерное общество. Сбербанк за январь-ноябрь 2017 увеличил свои активы на 0,66%. Акционерами данного банка являются: Центральный банк 50% + 1 голосующая акция, свыше 40% акций принадлежит зарубежным инвесторам. Около половины российского рынка частных вкладов и каждый третий корпоративный и розничный кредит в России приходится на Сбербанк [3]. Второе почетное место занимает банк ВТБ – советский и российский универсальный коммерческий банк с преобладающим государственным участием: 60,9% акций принадлежит государству. За период январь-ноябрь 2017 увеличил свои активы на 0,19%. Организационно правовая форма ПАО. С 1990 года по 2006 год, ВТБ носил название Внешторгбанк. Примечательным банком является Россельхозбанк, который занимает 6 место в российском рейтинге банков. За период январь-ноябрь 2017, увеличил свои активы на 1,07%. Примечательным банком является потому, что единственным акционером его является государство, в лице Росимущества. Единственный коммерческий банк, полностью находящийся под управлением государства.

Таблица 1 – Рэнкинг российских банков

№	Название банка	Показатель млн руб на ноябрь 2017	Изменение (с января по ноябрь 2017) в %
1	Сбербанк России	23477658	+0,66
2	ВТБ	9335743	+0,19
3	Газпромбанк	5487313	+2,30
4	ВТБ 24	3678862	+1,10
5	Национальный клиринговый центр	2899630	+10,82
6	Россельхозбанк	3084821	+1,07
7	Альфа-Банк	2659535	+1,51
8	Банк «ФК Открытие»	2109056	+2,39
9	Московский кредитный банк	1846375	+2,07
10	Промсвязьбанк	1347154	-1,56
11	Бинбанк	1275671	+0,34
12	ЮниКредит Банк	1137526	+3,07
13	Росбанк	841439	+10,40
14	Райффайзенбанк	848732	+2,51
15	Россия	774606	+4,03

Таким образом, банк - это такой субъект финансовой системы, который является посредником между центральным банком и населением с бизнесом, выдавая им кредиты, принимая вклады, участвуя в сделках третьим лицом и т.д. В российской банковской среде, насчитывается большое количество коммерческих банков, которые ведут свою деятельность в соответствии с правилами, регламентируемыми Центральным банком: политика минимальных резервов, надзор за представлением коммерческими банками достоверной и полной информации в бюро кредитных историй и соблюдением интересов вкладчиков.

**Библиографический список:**

- 1) Активные и пассивные операции коммерческого банка // Раздел финансов сайта Grandars.ru, офиц. сайт: [www.grandars/student/finansy/operacil-kommercgeskogo-banka.html](http://www.grandars/student/finansy/operacil-kommercgeskogo-banka.html) (дата обращения 10.01.18)
- 2) БАНКОВСКОЕ ДЕЛО / Слярова Ю.М., Сляров И.Ю., Багрий Н.М., Воронин А.М., Воронин М.А., Подколзина И.М., Гурнович Т.Г., Латышева Л.А. - Ставрополь, 2013. Сер. Я – менеджер
- 3) РАЗВИТИЕ МЕХАНИЗМА ЦЕНТРАЛИЗАЦИИ В КОММЕРЧЕСКОМ БАНКЕ: ЛИН-ТЕХНОЛОГИИ И УПРАВЛЕНИЕ ОПЕРАЦИОННОЙ ФУНКЦИЕЙ / Липчанский А.В., Слярова Ю.М., Сляров И.Ю., Воронин М.А., Гурнович Т.Г., Латышева Л.А., Лапина Е.Н., Скребцова Т.В. - СТАВРОПОЛЬСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ АГРАРНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ. Ставрополь, 2016.
- 4) Функции коммерческого банка // Финансовый раздел сайта Grandars.ru, офиц. сайт: [www.grandars/student/finansy](http://www.grandars/student/finansy) (дата обращения: 10.01.18)
- 5) Wikipedia® ПАО Сбербанк (электронный ресурс)  
[https://ru.wikipedia.org/wiki/Сбербанк\\_России](https://ru.wikipedia.org/wiki/Сбербанк_России) (дата обращения 31.01.2018)



**Садыралиев Жандаралы**  
**Sadyraliev ZHandaraly**

к.э.н, и.о. доцента, старший преподаватель Джалал-Абадского государственного университета в Кыргызской Республике. E-mail: [jandaraly1957@gmail.com](mailto:jandaraly1957@gmail.com)

УДК 331.5

**ПРОБЛЕМЫ ЗАНЯТОСТИ СЕЛЬСКОГО НАСЕЛЕНИЯ В КЫРГЫЗСКОЙ РЕСПУБЛИКЕ**

**PROBLEMS OF EMPLOYMENT OF RURAL POPULATION IN THE KYRGYZ REPUBLIC**

**Анотация:**

**Объект:** Проблемы занятости сельского населения республики и ее регионов (областей).

**Предмет:** Основные проблемы занятости сельского населения в республике и ее регионов (областей).

**Цель:** Изучить состояние и динамику занятости сельского населения в КР и в ее регионах. Проблемы занятости и безработицы становятся все более актуальными в условиях глобализации мировой экономики, изменением структуры рынка рабочей силы Кыргызской Республики. Рыночная экономика в Кыргызстане привели к существенным изменениям в сельской жизни страны. Изменилась аграрная структура, были приватизированы общественные основные средства в сельском хозяйстве - земли, сельхозтехника, оборудования, здания и сооружения. Появились новые формы ведения сельского хозяйства - частные фермерские и крестьянские хозяйства, одна домохозяйства считается одним крестьянским хозяйством. Подсобное хозяйства семьи аккумулировалось с их земельными долями и имущественными паями полученной от приватизации. Образовались мелкие, натуральные хозяйства (создано более 400 тыс. крестьянских (фермерских) хозяйств, более 77% земли переданы в частную собственность) где острой проблемой является тяжелое финансовое положение сельских товаропроизводителей, Эти экономические проблемы в сельской местности, негативно оказывают воздействия на социальные развитие села.

Сложность проблемы заключается еще и в том что в сельской местности, кроме сельскохозяйственной деятельности, практически нет других источников дохода. В данной статье рассмотрены проблемы занятости в сельской местности в целом по Кыргызской Республике и его регионов (областей). Кыргызской Республике на 01.01.2017 года насчитывается 6140,2 тыс. человек, в том числе 66% сельской местности.

Основные эмпирические данные статьи опираются на официальные статистические показатели развития занятости населения и уровня безработицы Национального статистического комитета КР и областных государственных управлений статистики.

**Abstract:**

**Object:** Problems of employment of rural population of the republic and its regions (regions).

**Subject:** The main problems of employment of rural population in the republic and its regions (oblasts).

**Objective:** To study the status and dynamics of rural employment in the Kyrgyz Republic and its regions. The problems of employment and unemployment are becoming increasingly relevant in the context of the globalization of the world economy, the changing structure of the labor market of the Kyrgyz Republic. The market economy in Kyrgyzstan has led to significant changes in the country's rural life. The agrarian structure has been changed, the public fixed assets in agriculture-land have been privatized, agricultural machinery, equipment, buildings and structures. There were new forms of farming-private farming and peasant farming, one householder is considered one peasant farm. The family's private economy was accumulated with their land shares and property shares received from privatization. Small, natural farms were created (more than 400,000 peasant (farmer) farms, more than 77% of land transferred to private ownership) where the most acute problem is the difficult financial situation of rural commodity producers, These economic problems we are in the countryside, have a negative impact on the social development of the village.

The complexity of the problem also lies in the fact that in rural areas, except for agricultural activities, there is virtually no other source of income. This article examines the problems of employment in rural areas in the whole of the Kyrgyz Republic and its regions (regions). As of 01.01.2017, the Kyrgyz Republic has 6140.2 thousand people, including 66% of the countryside.

The main empirical data of the article are based on official statistical indicators of employment development and unemployment of the National Statistical Committee of the Kyrgyz Republic and regional state statistical offices.

**Ключевые слова:** сельское население, занятость, безработная население, уровень официальной безработицы, экономическая активность населения, экономическая неактивность населения, рынок труда регионах и в КР.

**Key words:** rural population, employment, unemployed population, level of official unemployment, economic activity of the population, economic inactivity of the population, labor market regions and in the Kyrgyz Republic.

В настоящее время в селах Кыргызской Республики начинается системный кризис который проявляется, в ухудшении демографической ситуации в сельской местности. Хотя, по статистике численность экономически активного сельского населения в регионах Кыргызской Республики растет за счет естественного роста населения, эмпирически она сокращается из года в год, это в основном обусловлены временными миграционными потерями. Причиной этого послужило незавершенность до логического конца экономических реформ в аграрной отрасли. По данным Национального статистического комитета на сегодняшний день 14% ВВП страны дает сельское хозяйство. Кыргызской Республике на 01.01.2017 года насчитывается 6140,2 тыс. человек, в том числе 66% проживает в сельской местности. (НСК изд. "Женщины и мужчины КР" Бишкек-2017г. стр-14.)

Земельная аграрная реформа образовала более 400 тысяч мелких собственников (натуральные хозяйства) с небольшими земельными участками. Это не позволяет накопить мощный производственный потенциал, сдерживает вложения крупных инвестиций. Рынки сбыта не расширены, неразвита система сертификации по международным стандартам. За счет недостаточности финансов не развиты ирригация, защита растений, ветеринария, мелиорация, семеноводства и племенное дело. Недостаточно тракторов, комбайнов и другой сельхозтехники и их запчасти. В результате чего острой проблемой остается тяжелое финансовое положение этих сельских товаропроизводителей, сложность проблемы заключается еще и в том, что в сельской местности, кроме сельскохозяйственной деятельности, практически нет других источников дохода. Это подтверждает тот факт что, из всей валовой продукции сельского хозяйства 96% производится крестьянскими и личными подсобными хозяйствами и из них перерабатывается всего лишь 12% продукции. В результате чего наблюдается рост сельской бедности, повышения уровня скрытой безработицы сельского населения и растущая миграция сельских жителей как в города, так и другие регионы и страны.

Таблица 1.: Распределение экономически активного населения, занятых и безработных в 2009 и 2016 гг. по республике. (по данным интегрированного выборочного обследования бюджетов домашних хозяйств и рабочей силы: тыс. человек)

Наименование	2009					2016				
	Все население			Сельское население		Все население			Сельское население	
	Всего	женщины	мужчины	женщины	мужчины	Всего	женщины	мужчины	женщины	мужчины
Экономически активное население – всего	2419,7	1024,0	1395,7	637,3	927,3	2547,4	1024,9	1522,5	632,8	1014,3
в том числе: занятые	2216,4	924,2	1292,2	579,5	870,6	2363,7	935,3	1428,4	576,7	956,8
безработные	203,7	100,2	2	57,8	56,7	183,7	89,6	94,1	56,1	57,4
Экономически неактив население- всего, в том числе:	1337,4	904,8	103,5	358,2	169,0	1593,0	1096,2	496,8	696,9	330,5
-студенты, учащиеся			432,6							
- пенсионеры	477,0	264,4		145,9	117,8	480,3	250,2	230,1	165,2	150,5
-лица, вед. дом/ хоз/ств	390,5	262,0		160,6	81,7	484,1	322,3	161,8	207,6	103,7
- другие	332,6	311,0	212,6	196,6	14,6	490,5	466,5	24,0	284,2	17,1
	137,2	67,3	128,5	43,4	49,5	138,1	57,2	80,9	39,9	59,2
			21,6							
			69,9							
Уровень экономической активности, в %	64,4	53,1		53,8	77,9	65,1	48,3	75,4	47,6	75,4
Уровень занятости, в %	59,0	47,9	76,3	48,9	73,1	57,1	44,1	70,7	43,4	71,2
Уровень безработицы, в %	8,4	9,8	70,7	9,1	6,1	7,2	7	6,2	8,9	5,7
			7,4							

Примечание: составлен автором на основании изданий НСК, изд. Кыргызстан в цифрах; Женщины и мужчины КР; Занятость и безработица в КР.

Как видно из таблицы 1 по данным интегрированного выборочного обследования бюджетов домашних хозяйств и рабочей силы проведенного Нацстаткомом КР, по сравнению с 2009 годом в 2016 году наблюдается рост количества экономически активного населения всей страны в т.ч. и сельского населения. Это обусловлено особенностью Кыргызстана где наблюдается высокий естественный прирост населения который ежегодно увеличивается, за 2009-2017 гг. рост численности населения составил с 5348,0 тыс. человек до 6140,2 тыс. человек [ Женщины и мужчины КР, 2015, 2017, с.41-60].

По состоянию на 2016 год численность экономически активного населения в Кыргызской Республике составила 2547,4 тыс. человек (65% составляет проживающих на селе), из них занятых, всего 2363,6 тыс. человек и безработных 183,7 тыс. человек (таблица 1).

Изменение численности и структуры экономически активного населения и занятых последние 10 лет по республике в основном было типичным для всех сельскохозяйственных регионов (областей) страны, которые везде сопровождался незначительным ростом количества, а по безработным есть тенденция на незначительное уменьшения [ Женщины и мужчины КР, 2017, с.58-60]. Одним словом, в стране в том числе в сельском хозяйстве сохраняется достаточно высокий трудовой потенциал.

В Кыргызстане, особенно в сельскохозяйственном секторе за последние годы численность занятого населения увеличилась (в основном за счет образования мелких крестьянских, фермерских хозяйств и за счет их развития) с 2216,5 тыс. человек в 2009 г. до 2363,1 тыс. человек в 2016 г. Этот уровень считается достаточно высоким, учитывая многодетность семей в среднем по республике и связанную с ней незанятость женщин. В 2016 г. в экономически активном населении сельской местности доля мужчин составляла 75,4%, женщин 47,6%, в составе занятого населения соответственно 71,2% и 43,4%. Уровень занятости мужчин в среднем 25 процентных пунктов выше

уровня занятости женщин. Как видно из таблицы 1 среди экономически неактивного населения доля лиц ведущих домашние хозяйства в 2016 г. возрос на 157,9 тыс. человек по сравнению с 2009г. Это основном женщины которые по разным причинам занимаются домашним хозяйством.

По изучению автора уровень занятости была бы еще низким если, интервьюерами при заполнении формы № 4, анкету “занятость и безработица” интегрированного выборочного обследования бюджетов домашних хозяйств и рабочей силы (шестой раздел) при отнесения людей к занятым смогли бы учесть статью 3, Закона К.Р. от 3 августа 2015 года №214”О содействии занятости населения”. Где гласить, к занятым относятся “...работающие в производственных кооперативах, крестьянских(фермерских) хозяйствах и члены их семей, получившие земельные участки сельскохозяйственного назначения размером **не менее 0,05га орошаемых земель** и участвующие в производстве сельскохозяйственной продукции”. Сельской местности, особенно в горных районах очень много семей где на одного члена семьи выделялось земельные паи не переваливающий 0,05 га орошаемых земель. Они все должны были относятся к безработным. Однако уровень занятости до и после приема данного закона изменился незначительно: с 59% в 2009г. до 57,1% в 2016г. в тот же время, в абсолютном выражении увеличилась на 147,3 тыс. человек (табл.1). Этот случай автор считает проявлением одной из форм существующей скрытой безработицы в сельской местности.

Таблица 2.: Экономическая активность, занятость и безработица по территории в 2009 и 2016гг. (по данным интегрированного выборочного обследования бюджетов домашних хозяйств и рабочей силы: в процентах)

Наименование	2009							2016							
	Уров экон. акти в/ти	Уровень занятости			Уровень безработицы			Уров экон. акти в/ти	Уровень занятости			Уровень безработицы			
		все го	все го	В.т.ч.		все го	В.т.ч.		все го	все го	В.т.ч.		все го	В.т.ч.	
				же нщ ин	му жч ин						жен щин ы	муж чин ы		жен щы ны	Му жчи ны
Кыргызская Республика	64,4	59,0	47,9	70,7	8,4	9,8	7,4	61,5	57,1	44,1	70,7				
Баткенская область															
Джалал-Абад/кая область	63,2	63,2	43,3	70,0	10,2	14,8	7,2	63,0	56,6	41,3	71,6				
Иссык-Кульская область	64,8	64,8	49,7	71,0	7,0	8,5	5,9	54,5	52,2	38,5	66,1				
Нарынская область	63,4	63,4	45,1	70,3	9,4	11,1	8,2	56,0	51,0	35,4	67,1				
Ошская область	56,4	56,4	32,5	68,7	10,0	14,7	7,6	50,4	45,8	26,4	64,7				
Таласская область	66,6	66,6	48,4	76,3	6,6	8,1	5,7	69,9	66,1	53,6	78,4				
Чуйская область	71,0	71,0	58,3	77,0	4,9	5,7	4,7	74,4	72,2	63,2	81,2				
г.Бишкек	63,0	63,0	47,6	66,0	10,3	11,3	9,6	54,9	50,3	37,8	63,7				
*г.Ош															

	63,2	63,7	50,3	65,7	10,2	9,6	10,7	67,7	62,5	53,9	72,9			
			-	-		-	-	51,2	49,4	28,7	72,8			

Примечание: составлен автором на основании изданий НСК изд. Кыргызстан в цифрах; Женщины и мужчины КР; Занятость и безработица в КР.

\*До 2013г. данные по г.Ош были включены в Ошскую область.

Проблемы безработицы на селе имеет свои характерные черты, которые определяются как сущностными свойствами ее формирования, так и особенностями управленческого воздействия по ее регулированию. Сельская безработица – проблема более острая. Хотя у сельских жителей есть возможность самозаняться в личном подсобном хозяйстве, у них существенно меньше перспектив найти новую работу: ограничена сфера приложения труда (промышленность, переработка, оказание услуг и другие) и отсутствует инфраструктура. Сельской местности имеется большое число явных и скрытых безработных сочетающихся с дефицитом квалифицированных рабочих кадров.

В сельской местности КР так или иначе выражены практически все виды безработицы, но последние 10-15 лет в селах республики все чаще возникает вынужденная безработица. Это связано с тем, что многие сельчане не могут найти достойную работу (обеспечивающей достойную жизнь) в селе, что приводит к активной миграции населения в город или на другие страны. Если обратимся к статистике то в 2016 г. в стране насчитывалось 183,7 тыс. безработных, что меньше по сравнению с 2009г на 20 тыс. человек, уровень безработицы снизился на 1,2% (8,4% и 7,2%), однако он не является критическим. В то же время количества безработных сельского населения в течение 7 лет остался почти неизменным, оно составляло в 2009г. 114,5 тыс. человек, а в 2016г. 113,5 тыс. человек (табл.1). По мнению автора количества безработных после применения статьи выше названного закона должно было быть увеличенным.

Нужно отметить что в сельской местности Республики (у каждой области есть свои особенности) существует еще некоторые доли скрытой безработицы. Это связано с тем, что многие сельчане занимаются промысловой деятельностью (сбор грецкого ореха, сбор плодов, лекарственных трав, и рукоделия, скотосодержание и т.д.) с развитием туризма увеличилось количества незарегистрированных частных работников в сфере обслуживания туристов (подработка проводниками, водителями, предоставления жилья, транспорта в аренду и т.д.) увеличилось количество строительных и обслуживающих групп людей, которые выполняют строительные и другие работы у родственников, друзей и знакомых. Фактически люди заняты деятельностью, приносящей доход, но формально числятся как безработица, что отрицательно влияет на динамику безработицы в областях.

Численность безработных, по итогам обследования рабочей силы по итогам 2016г. составила 183,7 тыс. человек, из них 51,3 процента составляли мужчины и 48,7 процентов женщины. Из всех безработных безработные сельского населения составляет 62 процента или 113,5 тыс человек (табл.1).

Существует достаточно большой разброс уровней безработицы в зависимости от регионов (областей) республики, который связан с различиями в уровнях жизни населения, и диверсификации видов деятельности, а также типом местности. В региональном разрезе наибольшие уровни безработицы (выше среднереспубликанского) отмечались в Баткенской, Нарынской, Чуйской и Джалал-Абадской областях и г. Бишкеке. Уровень безработицы в сельской местности ниже, чем в городской, 2016 г. он составил 6,9% против 7,8%. Такая ситуация объясняется, с одной стороны, наличием в собственности семьи земельного надела, что позволяет отнести ее членов к занятым гражданам (пороговой показатель 0,05га не учтена), а с другой – высокой трудовой миграцией в Россию и Казахстан, которая характерна именно для сельской местности в силу ее трудоизбыточности.

Отмеченные на протяжении ряда лет положительные тенденции на национальном рынке труда не могут заслонить главного – наличия долговременного дисбаланса спроса и предложения на рынке труда. Во всех сельских регионах страны при сохранении высокой рождаемости и среднего уровня смертности наблюдается переизбыток предложения рабочей силы на местных рынках труда. В то же время политические и социально-экономические факторы развития Кыргызстана препятствуют росту такого спроса работодателей, который выражается в увеличении числа создаваемых рабочих мест с достойной оплатой труда.

Таким образом, проведенный анализ состояния рынка труда позволяет сделать вывод, что за годы трансформации республике так и не удалось стабилизировать положение на рынке труда. Он,

по-прежнему, остается разбалансированным: предложение незанятой рабочей силы значительно превышает спрос работодателей. И даже высокий уровень внешней миграции не в состоянии снять эту проблему, решить вопросы обеспечения эффективной занятости, снижения безработицы до естественного уровня и сокращения бедности населения. Сложившееся положение на рынке труда является детонатором протестных отношений, создает взрывоопасную обстановку, что во многом мешает и сдерживает переход на путь модернизации экономики.

**Библиографический список:**

1. Бондаренко Л.В. Занятость на селе и ресурсное обеспечение организации малого бизнеса сельскими безработным / Л.В.// Русскоязычный архив электронных статей периодических изданий. (Электронный ресурс). URL: <http://guaest.ru/EFD/LVL3/5732> (дата обращения: 12.03.2016.)
2. Низова Л.М. Инфраструктура села и занятость сельского населения в условиях реформирования АПК/ Л.М. Низова // Экономика сельскохозяйственных и перерабатывающих предприятий, 2008.-№9.-С.59-62.
3. Нурумова И.Т Актуальные проблемы рынка труда Кыргызской Республике <http://articlekz.com/article/14476>
4. Пономаренко М.В., Кораблин, Н.В. Предпринимательство, рынок труда, занятость сельского населения /М.В. Пономаренко, Н.В. Кораблин // Управление экономическими системами: электронный научный журнал, 2011.-№ 3(27) (Электронный ресурс). URL: <http://uecs.ru/ljgistika/item/366-2011-04-04-07-51-27>(дата обращения 17.03.2016)
5. Койчуев Т. Койчуев П. Койчуева М. Избрав путь, идти прямо к цели.-Бишкек: ОО “Экономисты за реформу”, 2002.-С. 15-22
6. Аграрный Кыргызстан: что происходит с сельским хозяйством? (Электронный ресурс) [knews.kg/2017/01/agrarnyj-kyrgystan-chto-proishodit-s-selskshy-hozyajstvom/](http://knews.kg/2017/01/agrarnyj-kyrgystan-chto-proishodit-s-selskshy-hozyajstvom/).
7. Занятость и безработица: стат. сб. –Бишкек: Нацстатком КР, 2010-2017гг. 16-178с
8. “Женщины и мужчины КР”, ”Кыргызстан в цифрах” стат. сб. –Бишкек: Нацстатком КР, 2010-2017гг. 57-68с, 77-79с.



Научное издание

Коллектив авторов

ISSN 2500-1140



Журнал об экономических науках «Бенефициар»  
Кемерово 2018